

# Beleidsnota reclame in de openbare ruimte

Gemeente Houten

Afdeling Openbare Werken

April 2013



## Samenvatting

De raad heeft in de Perspectiefnota 2013 ingestemd met een uitbreiding van buitenreclame. Voorgesteld is om in een beleidsnota beleidskaders vast te leggen en hierin te anticiperen op mogelijke negatieve maatschappelijke effecten.

Deze beleidsnota geeft een totaalvisie op reclame in de openbare ruimte. Deze visie is anders dan tot nu toe gehanteerd wordt. De gemeente Houten zal meer reclame in de openbare ruimte mogelijk maken. Dit kan omdat duidelijk is geworden dat ook met meer reclame in de openbare ruimte de ruimtelijke kwaliteit nog steeds gewaarborgd kan blijven. Daarnaast kan de gemeente de gegenereerde inkomsten met relatief weinig onzekerheden en relatief weinig gemeentelijke investeringen behalen.

Om de maatschappelijke nadelen te beperken zijn er duidelijke maar basic randvoorwaarden opgesteld. Deze bestaan uit enkele harde randvoorwaarden, zoals verkeersveiligheid en zedelijkheid, maar ruimtelijke kwaliteit, duurzaamheid en het gebruik en beheer van de openbare ruimte zijn niet uit het oog verloren. Deze criteria zijn zachter dan de harde randvoorwaarden, maar wegen wel mee in de aanbesteding.

Om goed te kunnen bepalen welke extra inkomsten kunnen worden gegenereerd, is een marktinventarisatie uitgevoerd. Daaruit blijkt dat er in de gemeente Houten voldoende marktpotentie is om de inkomsten uit buitenreclame flink te vergroten. In de gemeente Houten zullen in lijn met het nieuwe beleid de volgende reclamevormen zichtbaar gaan worden:

### *Reclamemast*

Langs de A27 ter hoogte van bedrijventerrein Doornkade heeft de gemeente een locatie beschikbaar waarop een grootschalige reclamemast gerealiseerd kan worden. De gemeente zal een reclamemast op deze locatie gaan aanbesteden.

### *Abri's en vrijstaande reclamevitruines*

De gemeente Houten zet de reclame in haarabri's op de markt en zal in combinatie daarmee 10 vrijstaande reclamevitruines aanbesteden.

### *Introductie vast netwerk A0 reclamedisplays*

De huidige 13 locaties voor driehoeksborden en spandoeken zullen vervangen worden door een vast netwerk van 80-100 A0 reclamedisplays. Dit zorgt voor een hogere reclamedruk, maar geeft tevens invulling aan de wens voor representatievere uitstraling van deze reclamevorm.

De plaatsing van 2 nieuwe vrije plakplaatsen behoort ook tot deze aanbesteding evenals het onderhoud van de vrije plakplaatsen.

### *Digitale informatiepanelen/ lichtkranten*

Omdat de huidige lichtkranten langs de Rondweg afgeschreven zijn en niet meer naar behoren functioneren, zal de gemeente deze lichtkranten vervangen door digitale informatiepanelen en op andere locaties nieuwe digitale informatiepanelen plaatsen. Vanwege de afgedwongen exclusiviteit zal de gemeente met Suurland Outdoor een contractuitbreiding aangaan voor deze vorm van informatievoorziening. De onderhandelingen zullen gecombineerd worden met de mogelijke contractverlenging voor de plattegrondkasten.

### *Lichtmastreclame*

Het contract met NPB voor de exploitatie van lichtmastreclame is in 2009 voor 10 jaar verlengd. De gemeente heeft een afspraak op basis van het aantal verkochte bakken; het aantal bakken loopt langzaam terug, waardoor de inkomsten ook blijven dalen.

### *Sponsoring van rotondes*

Voor het onderhoud van rotondes in ruil voor reclame-uitingen op de rotonde zal eerst contact gezocht worden met de lokale hoveniers of zij binnen hun mogelijkheden interesse hiervoor hebben. Mocht het niet lukken met de lokale hoveniers dan zal contact gezocht worden met een exploitant.

Doordat er meer mogelijkheden komen voor reclame in de openbare ruimte zal de reclamedruk wel in beperkte mate toenemen. Maar de kwaliteit van de openbare ruimte zal hierdoor eerder toenemen dan afnemen, omdat:

- een vast netwerk van A0 reclamedisplays netjes en goed onderhouden zal worden.
- de huidige 13 spandoek- en driehoeksbordenlocaties die een rommelige uitstraling hebben, verdwijnen uit het straatbeeld.
- deabri's op een hoger niveau onderhouden zullen worden dan nu het geval is.
- het onderhoudsniveau van de vrije plakplaatsen hoger zal komen te liggen.

# Inhoudsopgave

## Samenvatting

<b>1</b>	<b>Inleiding</b> .....	<b>5</b>
1.1	Aanleiding .....	5
1.2	Onderwerp en definities .....	5
1.3	Afbakening .....	5
1.4	Doel .....	6
1.5	Verantwoording .....	6
1.6	Looptijd.....	6
<b>2</b>	<b>Kaders</b> .....	<b>7</b>
2.1	Algemeen beleidskader .....	7
2.2	Juridisch kader .....	7
2.3	Lopende contracten .....	11
<b>3</b>	<b>Reclame in de openbare ruimte</b> .....	<b>12</b>
3.1	Categorie-indeling .....	12
3.2	Landelijke cijfers.....	12
3.3	Ontwikkelingen binnen de reclamewereld .....	13
<b>4</b>	<b>Marktinventarisatie gemeente Houten</b> .....	<b>15</b>
<b>5</b>	<b>Uitgangspunten</b> .....	<b>16</b>
5.1	Zedelijkheid .....	16
5.2	Verkeersveiligheid .....	16
5.3	Gebruik en beheer openbare ruimte .....	16
5.4	Ruimtelijke kwaliteit .....	17
5.5	Duurzaamheid .....	17
<b>6</b>	<b>Beleid reclamevormen in de openbare ruimte</b> .....	<b>18</b>
6.1	Zonering .....	18
6.2	Categorie 1: Commerciële buitenreclame.....	19
6.3	Categorie 2: Handelsnaamreclame .....	23
6.4	Categorie 3: Overige reclame gerelateerde objecten .....	24
<b>7</b>	<b>Sponsoring openbare ruimte</b> .....	<b>26</b>
<b>8</b>	<b>Organisatie</b> .....	<b>28</b>
8.1	Opbrengsten uit reclame .....	28
8.2	Handhaving .....	28
8.3	Gemeentelijke organisatie .....	28
8.4	Participatie .....	28
<b>9</b>	<b>Conclusies en aanbevelingen</b> .....	<b>29</b>
9.1	Conclusies.....	29
9.2	Kanttekeningen .....	29
9.3	Aandachtspunten .....	30
9.4	Aanbevelingen/vervolgstappen .....	30

## Bijlagen

- A Beleidsregels reclame en reclame-gerelateerde objecten in de openbare ruimte  
 B Reclame gerelateerde artikelen uit de APV

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

De aanleiding voor deze beleidsnota is drieledig:

1. Door het huidige zeer terughoudende beleid zijn er in Houten weinig reclamemogelijkheden in de openbare ruimte. Dit strookt niet met de wens van de gemeente om meer reclame in de openbare ruimte mogelijk te maken.
2. Tot nu toe is het reclamebeleid versnipperd over documenten en afdelingen. Er is nu een overkoepelend en samenhangend beleid.
3. Naast deze redenen moet de gemeente vanwege de economische crisis flink bezuinigen. Om voorzieningen overeind te houden is het nodig inkomsten te genereren. Die inkomsten komen dan weer ten goede aan de samenleving. De gemeente wil alternatieve inkomstenbronnen genereren en de openbare ruimte biedt hiertoe goede mogelijkheden. Opbrengsten uit reclame in de openbare ruimte is daar een goed voorbeeld van.

De raad heeft in de Perspectiefnota 2013 al ingestemd met een uitbreiding van buitenreclame. Voorgesteld is om in een beleidsnota beleidskaders vast te leggen en hierin te anticiperen op mogelijke negatieve maatschappelijke effecten.

Deze beleidsnota geeft een totaalvisie op reclame in de openbare ruimte. Deze visie is anders dan tot nu toe gehanteerd wordt. De gemeente Houten zal meer reclame in de openbare ruimte mogelijk maken.

## 1.2 Onderwerp en definities

De regelgeving op het gebied van reclame is divers. Het is dus zaak om het begrip reclame in de openbare ruimte goed af te bakenen. Hieronder volgen daarom de definities die de gemeente Houten hanteert.

Daarnaast zijn er nog een heleboel kleinere vormen van reclame, zoals flyeren en mobiele reclameobjecten, waarvoor deze nota ook beleidsregels formuleert. Ook de objecten met een meer informatief doel zijn opgenomen. Denk hierbij aan bouwboarden, verkiezingsboarden en verwijsboarden.

### *Reclame*

Iedere openbare en/of systematische directe dan wel indirecte aanprijzing van goederen, diensten en/of denkbeelden door een adverteerder of geheel of deels ten behoeve van deze, al dan niet met behulp van derden. Onder reclame wordt mede verstaan het vragen van diensten.<sup>1</sup>

### *Commerciële of handelsreclame:*

Iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten met een winstoogmerk.

### *Niet commerciële of ideële reclame:*

Openbare aanprijzing zonder handelsbelang, maar met een ideëel, maatschappelijk of politiek belang.

### *Openbare ruimte*

De APV hanteert in plaats van openbare ruimte de term openbare plaats: een voor het publiek toegankelijke plaats, waaronder begrepen de weg.

## 1.3 Afbakening

De reclamewereld is een omvangrijke branche geworden. Miljoenen gaan erin om. Reclamebureaus moeten met steeds originelere en vooral opvallender concepten voor de dag komen. Reclame schreeuwt voortdurend en overal om aandacht. Het is dus niet zo verrassend dat talloze verschillende verschijningsvormen voor reclame-uitingen zijn ontstaan.

In deze beleidsnota wordt uitsluitend ingegaan op *reclame in de openbare ruimte*. Het gaat daarbij hoofdzakelijk om de grotere reclamevormen, zoals: reclamemasten, billboards, lichtmastreclame en

<sup>1</sup> Definitie zoals gehanteerd in de Nederlandse Reclame Code

abrireclame. Ook de evenementenreclame op A0 reamedisplays (driehoeksborden en tweevlaksborden) vallen onder dit begrip.

Ook word er aandacht besteedt aan reclame gerelateerde objecten en uitingen in de openbare ruimte, zoals: verkiezingsborden, verwijfsborden, mobiele reclameobjecten en flyeren.

Reclame op particulier terrein en op gevels van particuliere gebouwen wordt in deze nota niet behandeld. Door het wegvallen van welstandseisen is er, buiten de reeds bestaande beeldkwaliteitsplannen en de APV, geen middel meer om regelgeving over grootte, kleur en uitingen op te nemen. Behalve in het geval van een exces volgens de welstandnota 2011.

In het kader van deregulering is het niet wenselijk om via een beleidsnota reclame in de openbare ruimte alsnog regelgeving voor reclame-uitingen op particulier terrein op te stellen.

#### 1.4 Doel

Deze beleidsnota geeft de kaders aan waarbinnen reclame in de openbare ruimte in Houten mogelijk moet zijn en waar de prioriteiten liggen. Het doel daarbij is:

Een overkoepelende visie ontwikkelen voor reclame in de openbare ruimte om daarmee de inkomsten voor de gemeente uit reclame in de openbare ruimte te optimaliseren, met inachtneming van de ruimtelijke kwaliteit en de verkeersveiligheid.

#### 1.5 Verantwoording

Zoals in paragraaf 1.1 verwoord, heeft de gemeente Houten tot op heden altijd een zeer terughoudend beleid gevoerd ten aanzien van buitenreclame. Als start van het project is in mei 2012 een brainstormsessie georganiseerd met bestuurders, aangevuld met de leden van de projectgroep en betrokken ambtenaren. In deze brainstormsessie is de deelnemers een aantal aspecten voorgelegd die bij reclame in de openbare ruimte een rol spelen, om daarmee de Houtense visie op buitenreclame helder te krijgen.

Hoewel de conclusie is dat extra inkomsten voor de gemeente als belangrijkste prioriteit word gezien, zijn er wel enkele harde randvoorwaarden opgesteld waarbinnen het streven naar dit doel moet blijven. Het gaat daarbij om: ruimtelijke kwaliteit, veilig gebruik en beheer van de openbare ruimte, verkeersveiligheid en duurzaamheid. Een verdere uitwerking van deze uitgangspunten is in hoofdstuk 5 te lezen.

Er is voor het opstellen van het reclamebeleid een ambtelijke projectgroep samengesteld. In deze projectgroep hebben vertegenwoordigers van de afdelingen OW, EZ, RBL en VTH zitting gehad.

Elk lid van de projectgroep heeft zorg gedragen voor de onderdelen waar hij/zij de expertise voor heeft. De verdeling die daarbij is aangehouden is:

OW	Ewald Mauritz	Projectleider, allround beleidsmedewerker
	Saskia Meijer	Sponsoring openbare ruimte
	Marellie Schreurs	Juridische aspecten en vergunningen
RBL	André Botermans	Stedenbouwkundige, ruimtelijke kwaliteit
EZ	Jeroen Zwart	Algemene commerciële zaken en financiën
VTH	Maurice Pot	Juridische aspecten en vergunningen

Martijn Schot (RBL) is zijdelings betrokken geweest in verband met zijn werkzaamheden in het kader van een inventarisatie van de mogelijkheden van buitenreclame.

#### 1.6 Looptijd

Dit plan is geschreven voor onbepaalde tijd. Als de tijd of de omstandigheden het aangeven kan dit plan geëvalueerd en waar nodig aangepast worden.

## 2 Kaders

### 2.1 Algemeen beleidskader

Er zijn diverse documenten die, op wat voor manier dan ook, relevant zijn voor of een link hebben met het reclamebeleid. Voor zover geconstateerd levert dat geen tegenstrijdigheden op met de beleidsnota reclame in de openbare ruimte.

Relevante documenten:

- Groenadoptie  
Het onderdeel 'sponsoring van de openbare ruimte door particulieren' is als deel B in het rapport Groenadoptie opgenomen. Het onderdeel 'sponsoring van de openbare ruimte door bedrijven' maakt deel uit van dit plan en is beschreven in hoofdstuk 7.
- Ombuigingen 2e fase: Thema 'Reclame-uitingen in de openbare ruimte via privaatrechtelijke overeenkomsten'
- Vercommercialisering sportverenigingen  
Naar aanleiding van het voornemen om te bezuinigen op de subsidies aan sportverenigingen is de bestuursopdracht 'vergroten economische zelfstandigheid sportverenigingen en vergroten van exploitatiemogelijkheden voor sportverenigingen' uitgevoerd. In deze opdracht is onderzoek gedaan naar de mogelijkheden die sportverenigingen zien om (grotendeels) zelf te kunnen voorzien in hun voortbestaan.
- Aanduidingsbeleid  
Dit nog te ontwikkelen beleid zal kaders geven voor het gebruik van verwijzingen langs de Rondweg naar publieke bestemmingen zoals: huisartsen, het Oude Station, Theater aan de Slinger, etc.
- Visie Oude Dorp

### 2.2 Juridisch kader

Het reclamebeleid vindt zijn juridische grondslag in diverse bepalingen, waarvan belangrijke bijvoorbeeld de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) en de Algemene Plaatselijke Verordening (APV). De artikelen in de Wabo en de APV lijken op sommige punten hetzelfde te willen regelen en daardoor zou er sprake van doorkruising kunnen zijn, maar dat is niet zo.

De APV is een verordening die wordt vastgesteld door de raad. In een verordening worden bepalingen opgenomen die de raad in het belang van de gemeente nodig acht. De bepalingen mogen niet hetzelfde object én motief hebben als hogere regelgeving. Als dat wel het geval is, heet dat doorkruising en dan is de bepaling in de verordening niet geldig. Bij de Wabo en de APV is er geen sprake van doorkruising, omdat de APV andere motieven heeft dan de Wabo.

In de Wabo is bijvoorbeeld geregeld dat voor een reclameobject (= *object*) een omgevingsvergunning nodig is. De achterliggende redenen hiervoor zijn onder andere (bouw)veiligheid en welstand (= *motief*). In de APV mag geen bepaling opgenomen worden dat er voor een reclameobject een APV-vergunning nodig is die getoetst wordt aan (bouw)veiligheid of welstand, want dat is al in de Wabo geregeld. Er zou dan sprake van doorkruising zijn. In onze APV is daarom in artikel 2:10 een lid opgenomen dat een APV-vergunning voor het plaatsen van een voorwerp (in geval van een bouwwerk) niet getoetst mag worden op '*redelijke eisen van welstand*'. De andere toetsingsgronden in de APV hebben ander motieven, zoals bijvoorbeeld verkeersveiligheid, en doorkruisen daarom de Wabo niet.

Het beleid dat in deze nota is geformuleerd, vormt een verdere uitwerking van de toetsingskaders uit de Wabo en de APV.

Hieronder worden de diverse juridische kaders verder uitgewerkt. Ze zijn gesplitst naar landelijke, provinciale en gemeentelijke regelgeving.

#### 2.2.1 Landelijke regelgeving

##### A. De Grondwet

Bij het maken van beleid voor reclame in de openbare ruimte moet rekening worden gehouden met het grondrecht om gedachten en gevoelens te openbaren op grond van artikel 7 van de Grondwet. Dit artikel ziet toe op de vrijheid van meningsuiting. In artikel 7 lid 4 van de Grondwet wordt het maken van handelsreclame uitgezonderd van deze bescherming van het recht op meningsuiting. Onder handelsreclame verstaat men *reclame voor commerciële doeleinden in*

*ruime zin.* Hierdoor kan de gemeente dus regels opstellen die handelsreclame verbieden of binden aan voorschriften.

Dat men een grondrecht heeft om gedachten en gevoelens te mogen uiten, betekent overigens niet dat de gemeente alle openbaringen van gedachten en/of gevoelens altijd moet dulden. Wanneer een voorwerp is geplaatst waarop gedachten en/of gevoelens zijn geopenbaard, moet de gemeente bijvoorbeeld beoordelen of het voorwerp voldoet aan de volgende regels:

1. Voor wat betreft de constructie van het voorwerp de regels uit het Bouwbesluit (bv. in het geval van een gevaarlijke constructie) (zie Wabo);
2. Als het voorwerp in de openbare ruimte wordt geplaatst de regels uit de APV (bv. in het geval van gevaar) (artikel 2:10 lid 5)

**B. Wet Algemene Bepalingen Omgevingsrecht (Wabo)**

Indien een reclameobject is aan te merken als een bouwwerk, is voor het bouwen<sup>2</sup> 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. Voorbeelden van bouwwerken op gebied van reclame zijn reclamezuilen, billboards, etc.

Een aanvraag voor een omgevingsvergunning wordt getoetst aan:

1. a. Bestemmingsplan / beheersverordening: wanneer het reclameobject in het bestemmingsplan past, wordt op dit onderdeel niet verder getoetst.  
b. Wanneer het reclameobject niet in het bestemmingsplan past, wordt beoordeeld of het college medewerking wil verlenen aan het plan. Dat wordt beoordeeld door onder andere te kijken of een eventueel geldend Beeldkwaliteitsplan en/of het reclamebeleid het reclameobject zou toestaan.
2. Welstand: er wordt gekeken of er sprake zou kunnen zijn van een exces.
3. Bouwbesluit en Bouwverordening: er wordt getoetst of het reclameobject voldoet aan de bouwtechnische eisen waaraan een bouwwerk moet voldoen. Deze eisen gaan over (brand)veiligheid, gezondheid, bruikbaarheid, energiezuinigheid en milieu.
4. Er wordt onderzocht of er sprake is van een monument: wanneer het reclameobject op een monument wordt bevestigd zijn er aanvullende regels van toepassing.

In paragraaf 2.2.3 wordt verder ingegaan op bovenstaande toetsingskaders.

*Vergunningsvrij bouwen*

Er is de laatste jaren op het gebied van bouwen door het rijk veel gedereguleerd. Het bouwen van verschillende soorten bouwwerken is daardoor vergunningsvrij geworden. Voor sommige reclameobjecten, zoals bijvoorbeeld een vlaggenmast is (tot een hoogte van 6 meter) dan ook geen omgevingsvergunning (meer) vereist. Op [www.omgevingsloket.nl](http://www.omgevingsloket.nl) is te vinden welke bouwwerken omgevingsvergunningsvrij zijn. Bouwwerken moeten, omgevingsvergunningsvrij of niet, wel altijd aan de regels van het Bouwbesluit voldoen.

Wanneer er geen omgevingsvergunning vereist is (en er ook geen andere regelgeving, zoals de APV van toepassing is) kan de gemeente geen verdere eisen stellen aan het bouwwerk. Behalve in het geval van een exces volgens de welstandnota 2011.

*Geen bouwwerk maar wel strijdig gebruik bestemmingsplan*

Er zijn ook reclameobjecten die geen bouwwerk zijn. Een geveldoek dat zonder frame wordt opgehangen, is geen bouwwerk. Voor een dergelijk geveldoek is alleen een omgevingsvergunning nodig als de aanwezigheid ervan in strijd is met een geldend bestemmingsplan of een beheersverordening. Er zal dan een omgevingsvergunning voor het wijzigen van het gebruik van het bestemmingsplan aangevraagd moeten worden.

*Gemeente bouwt zelf*

Wanneer de gemeente zelf bouwwerken realiseert, gelden daarvoor dezelfde regels als voor particulieren of bedrijven. Maar de gemeente kan bijvoorbeeld het plaatsen van straatmeubilair in de meeste gevallen vergunningsvrij doen, omdat zij eigenaar is van de openbare ruimte. Uiteraard moet ook hier weer voldaan worden aan het Bouwbesluit. De veiligheid van een constructie mag immers nooit in het geding zijn.

<sup>2</sup> het plaatsen, geheel of gedeeltelijk oprichten, vernieuwen of veranderen



### C. Privaatrecht

Bij het plaatsen van reclameobjecten speelt het privaatrecht regelmatig een rol. Het sluiten van een overeenkomst met een bedrijf om tegen een bepaalde vergoeding reclameobjecten in de openbare ruimte te plaatsen is een voorbeeld daarvan. In zo'n overeenkomst worden vaak bepalingen opgenomen over het plaatsen van het reclameobject. Dergelijke bepalingen mogen echter geen publiekrechtelijke regeling onaanvaardbaar doorkruisen. Dat wil zeggen dat de overheid haar privaatrechtelijke bevoegdheid niet mag gebruiken in plaats van de publiekrechtelijke regeling wanneer bijvoorbeeld:

1. de publiekrechtelijke regeling het algemeen belang (de belangen voor de burger) beter beschermt. Met andere woorden als de optimale rechtsbescherming van de burger in het publiekrecht beter wordt gewaarborgd, dan moet de publiekrechtelijke weg bewandeld worden;
2. dit via de publiekrechtelijke weg is uitgesloten. Bijvoorbeeld wanneer kostenverhaal in het publiekrecht is uitgesloten dan mogen de kosten niet via het privaatrecht verhaald worden;
3. de algemene beginselen van behoorlijk bestuur niet gewaarborgd kunnen worden.

Bij het plaatsen van reclameobjecten is er meestal geen sprake van onaanvaardbare doorkruising en kunnen zowel het publiekrecht als het privaatrecht ingezet worden. Dit gebeurt bijvoorbeeld bij een reclamemast die op gemeentegrond geplaatst wordt. Daarvoor is een omgevingsvergunning vereist en de gemeente zal daarnaast ook een overeenkomst sluiten met de exploitant van de mast om die tegen een bepaalde vergoeding te mogen exploiteren. Verder zal er een recht van opstal gevestigd moeten worden op de gemeentegrond. Dit om te voorkomen dat de reclamemast door natrekking eigendom wordt van de gemeente.

#### 2.2.2 Provinciale regelgeving

##### A. Landschapsverordening provincie Utrecht

De provincie Utrecht kent zeer uitgebreide regelgeving op het gebied van reclameobjecten en dergelijke en heeft dit vastgelegd in de Landschapsverordening provincie Utrecht. De hoofdregel in de verordening is *dat het verboden is om borden, vlaggen, spandoeken, informatiezuilen en objecten in welke vorm ook, te plaatsen, te doen plaatsen, aan te brengen, dan wel als eigenaar of andere zakelijk gerechtigde of gebruiker van enige onroerende zaak plaatsing op, aan of tegen die onroerende zaak toe te staan of te gedogen*. Gedeputeerde Staten verlenen geen ontheffingen van dit verbod, maar hebben wel een lange lijst van vrijstellingen van dit verbod vastgesteld. Onder andere de plaatsing van verkiezingsborden in weilanden is hierin geregeld.

De Landschapsverordening is van toepassing op alle reclameobjecten buiten de bebouwde kom<sup>3</sup>. Dus ook op reclameobjecten in het buitengebied (exclusief de dorpskernen) van de gemeente Houten. Met de handhaving op dit verbod zijn de toezichthouders van de provincie Utrecht belast. Wanneer er in de gemeente Houten buiten de bebouwde kom overtredingen op het gebied van de Landschapsverordening geconstateerd worden, dan kunnen die doorgegeven worden aan de provincie Utrecht.

##### B. Wegenverordening provincie Utrecht 2010

De provinciale Wegenverordening is van toepassing op gronden die in beheer bij de provincie zijn. Deze verordening is dus ook van toepassing op provinciale wegen en de naastgelegen berm. In de gemeente Houten zijn de Utrechtseweg en de Kruisweg in beheer bij de provincie. In de provinciale verordening is aangegeven dat het onder andere verboden is om het voor het verkeer noodzakelijke uitzicht op en bij wegen te belemmeren en om de veiligheid en doorstroming van het verkeer op de weg in gevaar te brengen. Op de weg mogen alleen voorwerpen geplaatst worden die volgens de Landschapsverordening (zie onder A) zijn vrijgesteld.

#### 2.2.3 Gemeentelijke regelgeving

##### A. Algemene Plaatselijke Verordening (APV)

De APV<sup>4</sup> kent verschillende artikelen om reclame-uitingen met name in de *openbare ruimte* te reguleren. De volgende voor reclameobjecten relevante bepalingen zijn daarin opgenomen:

<sup>3</sup> De bebouwde kom zoals aangewezen door Gedeputeerde Staten op grond van artikel 27 lid 2 van de Wegenwet. De bebouwde komgrenzen geldend in 2012 zijn te vinden op: <http://webkaart.provincie-utrecht.nl/index.do?flamingoConfig=totaalTemplate.xml&kaarten=2481>

<sup>4</sup> De APV die de raad heeft vastgesteld op 23 november 2010

1. Artikel 2:10 APV waarin is opgenomen *dat het verboden is om zonder vergunning de weg, een weggedeelte of een openbare plaats te gebruiken anders dan overeenkomstig de publieke functie daarvan.*
2. Artikel 2:11 APV waarin is opgenomen *dat het verboden is zonder of in afwijking van een vergunning een weg aan te leggen, de verharding daarvan op te breken, in een weg te graven of te spitten, aard of breedte van de wegverharding te veranderen of anderszins verandering te brengen in de wijze van aanleg van een weg.*
3. Artikel 2:42 APV waarin is opgenomen *dat het verboden is zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende op een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf die plaats zichtbaar is: een aanplakbiljet of ander geschrift, afbeelding of aanduiding aan te plakken.*
4. Artikel 4:6f waarin is opgenomen *dat het is verboden toestellen of andere vormen van verlichting in werking te hebben of handelingen te verrichten die directe lichtinstraling op lichtdoorlatende openingen in gevels of daken van woningen tot gevolg heeft of op een zodanige wijze wordt gebezigd dat overigens voor de omgeving lichthinder wordt veroorzaakt.*
5. Artikel 4:15 APV waarin is opgenomen *dat het verboden is 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 of ernstige hinder ontstaat voor de omgeving.*
6. Artikel 5:7 waarin is opgenomen *dat het verboden is een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame, op de weg te parkeren met het kennelijke doel om daarmee handelsreclame te maken.*

In bijlage B worden deze artikelen verder toegelicht.

Zoals in bovenstaand overzicht is te zien is voor het plaatsen van reclameobjecten in de openbare ruimte veelal een APV-vergunning nodig. Deze artikelen zijn vooral bedoeld om de openbare ruimte (verkeers)veilig te houden en om die zonder belemmeringen te kunnen gebruiken en beheren. Het beleidsmatige toetsingskader voor die vergunningen is verder uitgewerkt in dit reclamebeleid.

#### B. Welstandsnota / excessenregeling

In 2011 heeft de gemeente in het kader van deregulering een nieuwe Welstandsnota vastgesteld in de vorm van een excessenregeling. Volgens de Welstandsnota is er sprake van een excès wanneer:

*“een bouwwerk of een gedeelte daarvan op overduidelijke wijze, dus ook voor niet-deskundigen, in ernstige mate in strijd is met “redelijke eisen van welstand”.*

Het gaat in gevallen van een excès altijd om ernstige ontsiering van een bouwwerk of een gedeelte daarvan in relatie tot de omgeving. Vaak heeft een excès betrekking op:

- het visueel of fysiek afsluiten van een bouwwerk voor zijn omgeving;
- ernstig verval van een bouwwerk;
- het ontkennen of vernietigen van architectonische bijzonderheden bij aanpassing van een bouwwerk;
- armoedig materiaalgebruik;
- toepassing van felle of contrasterende kleuren;
- een te grove inbreuk op wat in de omgeving gebruikelijk is.

Er wordt niet vooraf getoetst aan “redelijke eisen van welstand”, maar er wordt ingegrepen bij een excès. De ruimtelijke kwaliteit wordt gewaarborgd door bestemmingsplannen en beeldkwaliteitsplannen. Onder C wordt hier verder op ingegaan.

De excessenregeling geldt voor alle bouwwerken, dus ook voor vergunningsvrije bouwwerken of bestaande gebouwen en zowel op eigen terrein als in de openbare ruimte. Een reclameobject mag dus ook geen excès zijn.

#### C. Beeldkwaliteits- en bestemmingsplannen / beheersverordening

De beleidskaders op het gebied van stedenbouw en beeldkwaliteit zijn vastgelegd in beeldkwaliteitsplannen. Bij de inrichting of herinrichting van een gebied geldt het beeldkwaliteitsplan als kader voor toetsing.

Deze beeldkwaliteitsplannen zijn op relevante punten vertaald in bestemmingsplannen en vormen op deze wijze een juridisch kader voor toetsing van omgevingsvergunningaanvragen. Per gebied is bepaald welke mate van detaillering wenselijk is, waardoor maatwerk per gebied is

ontstaan. De regels voor reclameobjecten in het kader van de beeldkwaliteitsplannen kunnen dus per gebied verschillen. Hierdoor kan het zijn dat een bepaald reclameobject dat in winkelcentrum Het Rond wel is toegestaan, in Het Oude Dorp niet gerealiseerd mag worden.

D. Monumentenwet en -verordening

In de gemeente Houten zijn bepaalde panden aangemerkt als 'monument'. Soms wordt een aanvraag gedaan om een reclameobject op een monument te plaatsen. Uitgangspunt hierbij is dat de reclameobjecten op een harmonieuze manier opgenomen moeten worden in de architectuur van het pand waarbij de monumentale waarden van het pand niet worden aangetast.

Het reclameobject moet aansluiten op de functie van een pand. Sommige reclameobjecten zijn van oudsher verbonden met een functie. Wat toelaatbaar is op een individueel monument is niet in algemene criteria vast te leggen. Dit verschilt per geval en is onder meer afhankelijk van de specifieke (gevel-) opbouw van een gebouw. Een aanvraag voor een reclameobject aan een gemeentelijk- of rijksmonument wordt daarom ter beoordeling voorgelegd aan de *monumentencommissie*. Bij de beoordeling van de aanvraag wordt onder meer gelet op de visuele en de fysieke (bv. benodigde boorgaten) aantasting van het monument. Ook worden de criteria voor het gebied, waarin het monument staat, betrokken bij de beoordeling of een reclameobject op het monument toelaatbaar is.

### 2.3 Lopende contracten

De gemeente Houten heeft momenteel 3 lopende contracten voor buitenreclame of afgeleide vormen daarvan.

1. *Digitaal informatiepaneel*

Met Suurland Outdoor is een contract afgesloten voor een periode van 10 jaar (ingående 16 april 2011) voor de plaatsing van een digitaal informatiepaneel (Infoline) op 1 locatie (Onderdoor). Suurland Outdoor heeft hierbij exclusiviteit voor wat betreft vergelijkbare systemen. In artikel 2.3 is opgenomen dat de gemeente geen samenwerking aangaat met derden die een met een Informatiesysteem vergelijkbare constructie (bevattende een combinatie van cartografie en reclame en/of LED-regels en reclame) willen plaatsen in de gemeente. De gemeente betaalt het aansluiten van de stroomvoorziening en de stroomafname en beheert de tekstregels op het informatiegedeelte. Suurland Outdoor exploiteert de reclames.

2. *Plattegrondkasten*

Met Suurland Outdoor is een contract afgesloten voor plaatsing en onderhoud van 38 plattegrondkasten (diverse modellen). Suurland Outdoor mag op 40% van de voorzijde en de totale achterzijde reclame voeren.

Het oorspronkelijk contract dateert uit 1997, is in augustus 2003 met 5 jaar verlengd en is op 1 augustus 2008 nogmaals met 5 jaar verlengd. Het contract loopt dus op 31 juli 2013 ten einde. Er zijn geen afspraken gemaakt voor verlenging na deze datum.

De gemeente draagt de kosten voor elektriciteit en tevens voor het actualiseren van de kaartgegevens. In paragraaf 6.2.8 staat wat we bij afloop van het contract beogen.

3. *Lichtmastreclame*

De gemeente Houten heeft met het Nationaal Publiciteits Bureau (NPB) een contract afgesloten voor lichtmastreclame. Het gaat om een 10-jarig contract dat is getekend in november 2009 en met terugwerkende kracht is ingegaan op 1 februari 2009. Het contract loopt tot 31 december 2019. Het voorziet in de plaatsing van lichtmastreclame "in industriegebieden en langs invalswegen die dit qua karakter verdragen kunnen, derhalve geen wegen met hoge landschappelijke waarde, de singles en woonbuurten."

Voor deze lichtmastreclames draagt NPB € 750 per lichtmastreclame per jaar af aan de gemeente, uitgaande van het aantal lichtmastreclames op 31 december van het jaar daarvoor. Totaal gaat het om een jaarlijkse afdracht in de orde grootte van € 70.000. Deze afdracht wordt ieder jaar geïndexeerd aan de hand van de jaarprijsindexcijfers voor gezinsconsumptie, reeks CPI alle huishoudens 2006 = 100, zoals gepubliceerd door het Centraal Bureau voor de Statistiek.

## 3 Reclame in de openbare ruimte

### 3.1 Categorie-indeling

Reclame in de openbare ruimte kan volgens een gebruikelijke indeling worden ondergebracht in drie categorieën. Het beleid voor al deze vormen van reclame is verder uitgewerkt in hoofdstuk 6. Om een indruk te geven hoe de reclame eruit ziet, zijn in dat hoofdstuk ook afbeeldingen bijgevoegd.

#### *Categorie 1 Commerciële buitenreclame*

Objecten die op basis van een overeenkomst tussen reclame-exploitanten en de gemeente in de openbare ruimte zijn geplaatst.

- Reclamemasten
- Billboards
- Lichtmastreclame
- Abri's
- Vrijstaande reclamevitruines
- A0 reclamedisplays
- Lichtkranten en digitaal informatiepanelen
- Plattegrondkasten
- Sponsoring openbare ruimte (hoofdstuk 7).

#### *Categorie 2 Handelsnaamreclame*

Door derden geplaatste losse reclameobjecten met een commercieel doel.

- Reclame op terrasschermen en parasols
- Uitstallingen
- Mobiele reclameobjecten
- Stoepreclame

#### *Categorie 3 Overige reclame gerelateerde objecten*

- Verwijsborden
- Vrije plakplaatsen
- Flyeren
- Verkiezingsborden
- Bouw- en makelaarsborden

### 3.2 Landelijke cijfers

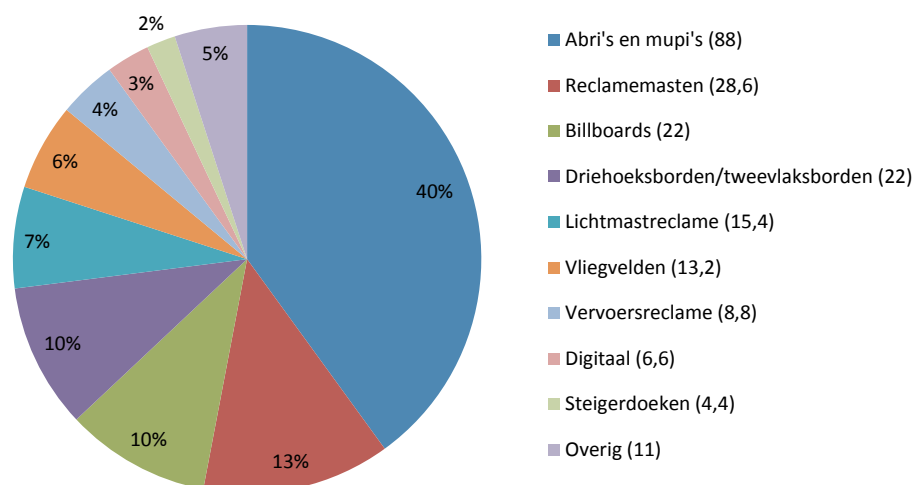
In Nederland wordt jaarlijks € 5 miljard omgezet aan reclame. Van dit bedrag gaat € 220 miljoen naar buitenreclame. De buitenreclamemarkt is de laatste jaren gedaald onder invloed van de crisis. De grootste dalers waren billboards en vervoersreclame (op bussen en trams).

Van de totale buitenreclamemarkt wordt ongeveer € 154 miljoen besteed aan reclame in de openbare ruimte. De gemeenten ontvangen in Nederland € 62 miljoen aan afdrachten van de exploitanten (de vier grote gemeenten ontvangen hier ongeveer de helft van). Bij die € 62 miljoen zou nog een bedrag van naar schatting € 15 miljoen aan verborgen inkomsten moeten worden opgeteld. Het gaat dan met name om kostenbesparingen op het plaatsen en onderhouden van abri's en ander straatmeubilair. In het onderstaande schema staan de landelijke netto mediabestedingen over de verschillende vormen van buitenreclame.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Bron: NABB, Nielsen Media

### Netto mediabestedingen buitenreclame 2011 in miljoenen €



Reclame op het 2 m<sup>2</sup> formaat (abri's) is de belangrijkste categorie buitenreclame, gevolgd door billboards (8 m<sup>2</sup> formaat) en grote reclameformaten (met als belangrijkste onderdeel de grote reclamemasten langs snelwegen).

Daarbij moet worden aangetekend, dat de markt voor billboards een dalende tendens te zien geeft, abri-reclame en vrijstaande reclamevitruines stabiel blijft en de reclame op driehoeksborden (A0-formaat) weer in opkomst is.

### 3.3 Ontwikkelingen binnen de reclamewereld

#### 3.3.1 Economische situatie

De huidige economische situatie heeft direct invloed op de reclamewereld. Ondernemers zien zich genoodzaakt meer reclame te maken om meer klanten te trekken. Tegelijkertijd ontbreekt het geld om in dure reclamecampagnes of -objecten te investeren.

Er is ook een duidelijke trend waarneembaar dat gemeenten geneigd zijn om in deze periode meer ruimte te bieden aan reclame in de openbare ruimte in de hoop hiermee extra inkomsten te genereren. Hierbij zijn wel enkele kanttekeningen te maken:

1. In tegenstelling tot enkele jaren geleden geven de verschillende landelijke reclame-exploitanten aan dat het principe 'less is more' voor de effectiviteit van reclame absoluut van toepassing is. Waar vroeger overal en nergens reclame werd geëxploiteerd, is men er tegenwoordig van overtuigd dat een overkill aan reclame juist contraproductief werkt evenals een gebrek aan kwaliteit bij reclame. Vanwege de kleine hoeveelheid buitenreclame in Houten, zal van een overkill niet zo snel sprake zijn. Het is wel iets om rekening mee te houden bij de aanbestedingen. Ook reclame is een verzadigbare markt.
2. Daarnaast is het belangrijk om op te merken dat, als het verzadigingspunt is bereikt, de markt werkt als een systeem van communicerende vaten. Extra reclame toestaan heeft dan alleen gevolgen voor de inkomsten van andere reeds aanwezige vormen van reclame en zal dus niet zondermeer voor extra inkomsten zorgen. Waar het verzadigingspunt ligt, hangt af van de economische potentie van Houten en is middels een marktinventarisatie bepaald.
3. De economische situatie werkt ook door in de contracten die tussen gemeenten en reclame-exploitanten worden afgesloten ten behoeve van reclameobjecten in de buitenruimte. Gezien de economische situatie zijn ook bedrijven steeds kritischer op het uitgeven van geld aan reclamecampagnes, waardoor er minder reclamevlakken worden verkocht en de inkomsten dus ook afnemen.

#### 3.3.2 Innovaties op het gebied van buitenreclame

Een paar jaar geleden werd er weliswaar veel over digitale schermen gesproken, maar waren ze in de praktijk nauwelijks te vinden. Nu vinden we deze schermen op steeds meer locaties, met name de

grotere steden. Bij digitale schermen moet men denken aan plasma-, LCD- en LED-schermen, maar ook projectie, OLED's (flexibele schermen, waarschijnlijk een van de meest veelbelovende technieken) en het gebruik van bluetooth en andere interactieve systemen. Het gebruik hiervan treffen we aan in gesloten locaties zoals winkels, taxi's, bussen/trams/metro's, maar ook in openbare locaties zoals stadscentra of langs wegen.

Daarnaast worden nu al op sommige plaatsen in de wereld digitale posters gebruikt in vrijstaande reclamevitruines,abri's en billboards. Het wisselen van deze posters gebeurt vanuit een centrale vestiging via de PC en er hoeven geen posters ter plaatse te worden opgehangen. Dat scheelt arbeidskosten, schade aan gazon en beplanting en voorkomt verkeershinder. Op deze manier kunnen ook meer posters worden getoond terwijl het aantal objecten in de buitenruimte vermindert.

De komst van digitale schermen zal de buitenreclamemarkt veranderen. Op dit moment zijn er echter nog geen sluitende business cases bekend, althans waar de huidige inkomsten niet aangetast worden. Als de markt er klaar voor is, zal digitalisatie door de exploitanten vanzelf meer en meer toegepast worden.

## 4 Marktinventarisatie gemeente Houten

Om tot een goed beeld te komen van de mogelijke opbrengsten uit buitenreclame onder de huidige marktomstandigheden, is naast ambtelijke inbreng gebruik gemaakt van de expertise van het Nationaal Adviesbureau Buitenreclame (NABB). Dit is een bedrijf dat voor gemeenten marktinventarisaties uitvoert, contracten maakt en aanbestedingen op de markt zet voor buitenreclame. Zij hebben op basis van een marktinventarisatie advies uitgebracht aan de gemeente Houten.

Omdat er in de gemeente Houten altijd een terughoudend beleid is gevoerd ten aanzien van buitenreclame, is de reamedruk (hoeveelheid reclame) lager dan bij vergelijkbare gemeenten. De uitkomst van de marktinventarisatie wijst daarom ook uit dat door deze lage reamedruk er voor de gemeente Houten voldoende marktpotentie is om de inkomsten uit buitenreclame te vergroten.

De conclusies uit de marktinventarisatie zijn in deze beleidsnota verwerkt.

In onderstaande tabel is weergegeven hoe de reamedruk zal worden, als alle reclameobjecten, zoals voorgesteld in de beleidsnota, zullen worden aanbesteed en geëxploiteerd.

Commerciële buitenreclame			
	Huidige situatie	Toekomst	Primaire adverteerdersgroep
Reclamemasten	0	1	Nationaal
Billboards	0	0	Nationaal
Vrijstaande reclamevitruines	0	10	Nationaal
Abri's met reclame	0	35	Nationaal
A0 reamedisplays	0	80-100	Lokaal - regionaal
Spandoeklocaties	13	0	Lokaal - regionaal
Lichtmastreclame	90	75-90	Lokaal
Lichtkranten	2	0	Lokaal (niet commercieel)
Digitale informatiepanelen	1	6	Lokaal
Plattegrondkasten	38	38	Lokaal
Gesponsorde rotondes	0	5	Lokaal

## 5 Uitgangspunten

Meer mogelijkheden voor reclame in de openbare ruimte is alleen mogelijk onder voorwaarden. De beleidsmatige visie op deze algemene criteria is in dit hoofdstuk uitgewerkt en onderverdeeld in vijf categorieën. Nadere regelgeving, specifiek per reclamevorm, wordt in de privaatrechtelijke overeenkomsten geregeld. Op voorhand te veel beperkingen opleggen, kan tot gevolg hebben dat exploitanten niet geïnteresseerd zijn op een aanbesteding in te schrijven.

De privaatrechtelijke overeenkomsten zullen ter goedkeuring aan het college voorgelegd worden.

Centraal staan de inkomsten als belangrijkste criterium. Daarnaast zijn er enkele harde randvoorwaarden opgesteld, zoals verkeersveiligheid en zedelijkheid. Maar ruimtelijke kwaliteit, duurzaamheid en het gebruik en beheer van de openbare ruimte zijn niet uit het oog verloren. Deze criteria zijn zachter dan de harde randvoorwaarden, maar wegen wel mee in de aanbesteding.

### 5.1 Zedelijkheid

Zedelijkheid is een moeilijk definieerbaar begrip. Er is daarom voor gekozen om het heldere landelijke kader van de Nederlandse Reclame Code te volgen. Dat betekent dat de gemeente geen extra eisen stelt op het gebied van zedelijkheid.

#### *Criteria*

Reclame in de gemeente Houten voldoet aan de Nederlandse Reclame Code.

### 5.2 Verkeersveiligheid

Reclame- en voorlichtingsborden langs de weg zijn bedoeld om de aandacht van bestuurders te trekken, waardoor zij mogelijk minder aandacht hebben voor de actuele verkeerssituatie. Hoewel er nooit een direct en eenduidig oorzakelijk verband tussen reclame-uitingen langs de weg en het aantal ongevallen aangetoond is, zijn er wel studies gedaan die laten zien dat reclameborden een negatief effect hebben op het kijkgedrag, reactievermogen en voertuigcontrole van automobilisten.

Er zijn geen eenduidige richtlijnen voor het plaatsen van reclame-uitingen langs de openbare weg.

Het blijkt dat deze effecten met name optreden bij bepaalde soorten reclame. Het gaat dan om reclameborden met bewegende beelden, die zich in het centrale blikveld bevinden, die een (negatief) emotionele boodschap bevatten en die lijken op een bord met verkeersrelevante informatie. Ook in drukke omgevingen met veel complexe visuele informatie is het moeilijk om verkeersrelevante borden te vinden.<sup>6</sup>

#### *Criteria*

- Buitenreclame beïnvloedt de verkeersveiligheid en het gebruik van de openbare ruimte niet negatief. Er is sprake van verkeersonveiligheid als verkeerstechnisch belangrijke zichtlijnen, de verkeerslichten, verkeersborden en andere verkeersaanduidingen worden aangetast.
- Nieuwe contracten met reclame-exploitanten bevatten een clausule die verwijdering van reclame mogelijk maakt indien het verkeersbelang dat verlangt.

### 5.3 Gebruik en beheer openbare ruimte

Voor wat betreft het reguleren van overlast en het waarborgen van de veiligheid is artikel 2:10 APV van toepassing. Onder andere de toegankelijkheid voor minder-validen kan hiermee gewaarborgd worden. Er zullen via contractbepalingen ook aan reclameobjecten beperkingen worden opgelegd om daarmee de toegankelijkheid te waarborgen.

#### *Criteria*

- Er blijft altijd vrije doorgang voor het verkeer, inclusief scootmobielen, rollators, kinderwagens, slechtzienden en hulpdiensten.

<sup>6</sup> *Afleiding door reclame en voorlichting langs de weg.* (april 2012) Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid SWOV, Leidschendam.



- Buitenreclame dient te voldoen aan de 'Algemene richtlijnen betreffende lichthinder, deel 4: reclameverlichting' van de Nederlandse Stichting voor verlichtingskunde.

#### **5.4 Ruimtelijke kwaliteit**

Ruimtelijke kwaliteit is een begrip waarvoor geen scherpe definitie bestaat, maar het heeft alles te maken met de waardering van de ruimte. Ze wordt niet in de eerste plaats bepaald door het uiterlijk van de ruimte op zich. Ook wordt het niet door iedereen op dezelfde manier beleefd en beschreven. Vindt men bijvoorbeeld 'rust en ruimte' in de leefomgeving belangrijk, dan betekent dit voor de één de nabijheid van een groot wandelbos, maar voor de ander een groot balkon met een wijds uitzicht.

##### *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 buitenreclame past binnen het straatbeeld en is per soort van uiting uniform van vormgeving, kleurstelling en materiaalgebruik.
- Buitenreclame past in de schaal en de sfeer van de omgeving.

#### **5.5 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 is daarom meer dan een milieudoelstelling. Een duurzame openbare ruimte sluit qua gebruik ook aan bij het karakter van de omgeving.

- Reclameobjecten moeten worden uitgevoerd in duurzame, hoogwaardige materialen.
- Buitenreclameproducten dienen zo veel mogelijk energiezuinig te zijn.

## 6 Beleid reclamevormen in de openbare ruimte

Zoals gezegd zijn er van reclame in de buitenruimte diverse verschijningsvormen. Dit hoofdstuk belicht het beleid per reclamevorm. Rode draad is dat er meer mogelijkheden voor buitenreclame zijn dan tot nu toe het geval is.

### 6.1 Zonering

Elk gebied vraagt, vanwege de verschillen in functie en ruimtelijke opzet, om een andere inpassing van reclame in de openbare ruimte. Daarom is in deze paragraaf aangegeven wat de relatie is tussen het karakter van het gebied en de reclame. Bij de plaatsing van reclameobjecten dient dit als handvat.

In de volgende paragrafen is middels een zonering aangegeven welke reclamevormen in welke gebieden zijn toegestaan. Dit is indicatief en kan in overleg met de exploitant heroverwogen worden.

- A. Gebieden waarbij reclame aansluit bij het karakter van het gebied.
1. *Hoofdinfrastructuur*  
Hoofdwegen lenen zich bij uitstek voor de plaatsing van reclameobjecten. Functionaliteit en commercie kunnen hand in hand gaan. Houten heeft daarnaast de mogelijkheid voor een reclamemast door haar ligging langs de A27.
  2. *Bedrijventerreinen en voorzieningengebieden*  
Ook hier geldt dat functionaliteit en commercialiteit hand in hand kunnen gaan.
  3. *Horeca- en winkelgebieden*  
Reclame hoort bij winkelen en horeca. Dit zijn dan ook gebieden die zich lenen voor reclame in de openbare ruimte. De kwaliteit van het straatbeeld is er wel bij gebaat als de reclameobjecten op elkaar en op de architectuur van de omgeving zijn afgestemd. Dat komt ook de herkenbaarheid van individuele uitingen ten goede.
- B. Gebieden waarbij reclame ondergeschikt aan het karakter van het gebied zou moeten zijn.
1. *Woongebieden*  
In deze gebieden gaat het primair om het wonen. Reclame is wel mogelijk, maar in beperkte mate. Zo zijn bijvoorbeeld reclame-uitingen in bushokjes in woongebieden heel gebruikelijk. Deze beperkte mate van reclame is niet storend voor de functie van wonen.
  2. *Het Oude Dorp, de kernen Schalkwijk, Tull en 't Waal en 't Goy*  
Vanwege het kwetsbare en authentieke karakter van deze gebieden dient reclame hier ondergeschikt te zijn aan het straatbeeld en de architectuur. Dit betekent maatwerk in omvang en vormgeving. Reclame moet daar om die reden dan ook ondergeschikt zijn aan het straatbeeld. Per situatie moet gekeken worden wat dit voor de omvang en vormgeving van de reclame betekent. De beoordeling hiervan is aan het college, waarbij de stedenbouwkundige een adviserende rol heeft. Ook dient het aantal objecten beperkt te blijven.
  3. *Groenzones, speelplekken, parkjes, recreatiegebieden en het buitengebied*  
In de groenzones en in recreatiegebieden staan rust, natuur en ontspanning voorop. Reclame kan die functies verstoren en wordt daarom slechts in beperkte mate toegestaan.

## 6.2 Categorie 1: Commerciële buitenreclame

### 6.2.1 Reclamemasten

#### Algemeen

Reclamemasten zijn hoge masten met rondom vaak meerzijdige reclamevlakken die veelal zijn gesitueerd langs snelwegen bij bedrijventerreinen. Ze zijn interessant op locaties waar veel publiek langskomt en kenmerken zich door een aanzienlijke hoogte en omvangrijke reclameborden/platen. Ze hebben een zodanige maat en schaal dat ze een grote invloed kunnen uitoefenen op de directe omgeving. Ze trekken meestal sterk de aandacht en zijn daardoor zeer beeldbepalend. Daarom is een terughoudend beleid ten aanzien van grote reclamemasten wenselijk.

#### Locatierichtlijnen

De gemeente staat alleen grote reclamemasten toe op een locatie die voldoet aan de volgende richtlijnen:

- Het aantal passanten moet hoog zijn. Locaties langs grote drukke wegen zijn daarom het meest geschikt;
- Een reclamemast mag alleen in stedelijk gebied geplaatst worden om aantasting van het landschap en horizonvervuiling te minimaliseren;
- Een mast mag niet geplaatst worden waar 'direct contact' met een woongebied is.
- vanwege de commerciële uitstraling van een reclamemast kan deze alleen in de directe nabijheid van een bedrijventerrein gerealiseerd worden.
- De afstand tot de rijksweg is zo beperkt mogelijk<sup>7</sup>.



Concreet voldoet alleen het deel van bedrijventerrein Doornkade dat direct langs de rijksweg A27 ligt aan bovenstaande richtlijnen. Bij het bepalen van een exacte locatie en verdere vormgeving moet tevens rekening gehouden worden met de volgende richtlijnen en voorwaarden van Rijkswaterstaat (RWS)<sup>8</sup>:

- De situering van grote reclamemasten moet zodanig zijn dat vrij zicht op de masten vanaf de rijksweg (over een voldoende lengte) mogelijk is.
- Een reclamemast moet in verband met de verkeersveiligheid voldoen aan de door RWS opgestelde criteria. De reclamemast mag bijvoorbeeld geen bewegende beelden bevatten of verblinden. Ook mag de vorm of het kleurgebruik niet lijken op verkeersrelevante informatie. Het initiatief voor een reclamemast dient eerst voorgelegd te worden aan RWS.
- Locaties die door hoge bomenschermen direct langs de snelweg niet goed zichtbaar zijn, of waar als gevolg daarvan slechts masten met een hoogte van meer dan de in deze notitie genoemde maximale hoogte nodig zijn om zichtbaar blijven, komen niet in aanmerking.

#### Ruimtelijke onderbouwing

Bedrijventerrein Doornkade is een bedrijventerrein dat ten tijde van de eerste groeitaak voorzag in nieuwe werkgelegenheid. Waar de woningen van groeikern Houten op enige afstand van de rijksweg werden gebouwd ligt Doornkade direct langs de snelweg en zijn de gebouwen daar met hun voorzijde op gericht. Dit in tegenstelling tot de latere bedrijventerreinen Rondeel en Meerpaal, die respectievelijk op Houten en op het Amsterdam-Rijnkanaal zijn georiënteerd.

De zone waar bedrijventerrein Doornkade zich naar de snelweg presenteert biedt de beste mogelijkheden voor het plaatsen van een reclamemast (zie kaart).

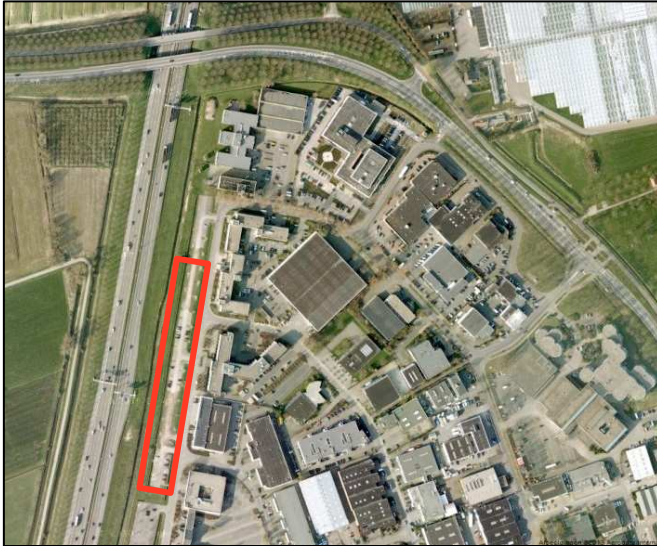
Voor de hoogte van de te plaatsen reclamemast is het voorstel om deze op maximaal 20 meter te stellen. Ter referentie dient primair het bebouwingsfront van de bedrijven langs de A27, waarvan de hoogte drie bouwlagen, en circa 10 meter (bouwhoogte in bestemmingsplan: maximaal 12 m.) bedraagt.

Een reclamemast langs de A27 en bedrijventerrein Doornkade staat op een dermate grote afstand dat deze vanuit de woongebieden niet (in hinderlijke mate) zichtbaar zal zijn.

De reclamemast dient conform het beeldkwaliteitsplan Doornkade zorgvuldig te worden ingepast in de omgeving en daarbij architectonisch te worden geïntegreerd in het totaalbeeld.

<sup>7</sup> Gelet op het rooilijnenbeleid van RWS zou een minimumafstand van 50 meter uit de as van de dichtst bijgelegen rijbaan in acht genomen moeten worden. Of dat op voorgestelde locatie ook van toepassing is, moet nader uitgezocht worden.

<sup>8</sup> Rijkswaterstaat, Beoordeling van Objecten langs Auto(snel)wegen; 12 oktober 2011



De bewuste locatie langs de A27 bij bedrijventerrein Doornkade en een impressie van een willekeurige mast op die plek. Let op: schaal en verhoudingen voorbehouden!

Zonering: zie kaart met locatie

### 6.2.2 Billboards

Billboards zijn grote reclamepanelen (meestal 8 m<sup>2</sup> of meer) die los zijn opgesteld langs invalwegen, op grote parkeerterreinen en soms op pleinen en brede straten en lanen. Kenmerkend voor billboards is dat deze meestal niet bedrijfsgebonden zijn. Billboards zijn primair bestemd voor commerciële reclame-uitingen voor landelijke en Europese/mondiale reclamecampagnes.



De billboardmarkt heeft te maken met scherpe dalingen. Het is onduidelijk of dit marktsegment zich zal gaan herstellen. Voor deze reclamevorm wacht de gemeente de marktontwikkelingen af en zal op dit moment geen aanbesteding doen.

Zonering: langs de hoofdinfrastructuur

### 6.2.3 Lichtmastreclame

Verlichte of onverlichte reclamebakken kunnen worden bevestigd aan een lichtmast. De lichtmasten bevinden zich meestal langs grote doorgaande wegen en op bedrijventerreinen. De afmetingen van een lichtbak zijn circa 0,7 bij 1 m<sup>2</sup> en worden inwendig verlicht. De reclames verwijzen soms naar bedrijven in de omgeving maar vaak zijn het gewoon algemene reclame-uitingen.



De gemeente Houten heeft een lopend contract met NPB (Nationaal Publiciteitsbureau) (zie paragraaf 2.3) voor de exploitatie van lichtmastreclame. De gemeente zal onderzoeken of er binnen de grenzen van het contract meer mogelijkheden voor lichtmastreclame zijn. Het effect van meer lichtmastreclame op de inkomsten van andere vormen van reclame dient bij de afweging meegenomen te worden.

Zonering: langs de hoofdinfrastructuur, uitgesloten in centrumgebieden

### 6.2.4 Abri's

Dit zijn de bekende posterbakken in bushaltes. Abri's vergen een relatief hoge investering en zijn duur in onderhoud. Toch worden er in Nederland veel abri's geëxploiteerd. Door de verslechterde economische omstandigheden worden er momenteel wel veel contracten stopgezet en zijn de afdrachten uit de exploitatie van abrireclame aanzienlijk verminderd.



Groot voordeel van het aanbesteden van abrireclame is dat de kosten voor onderhoud, schade en afschrijving voor rekening van de exploitant komt. Hoewel de huidige kosten voor onderhoud (€ 500,- per jaar) en schadereparaties relatief laag

zijn, zijn de kosten voor afschrijving aanzienlijk. Omdat er geen geld is begroot ten bate van de afschrijving van de abri's, levert een aanbesteding vooral op dit onderdeel voordeel voor de gemeente op. Naast financieel voordeel zal de onderhoudsstaat van de abri's ook op een hoger niveau komen te liggen, waarmee de kwaliteit van de openbare ruimte verbetert.

De gemeente zal haar abri's aanbesteden in combinatie met het concurrerende reclameformaat in vrijstaande reclamevitruines (zie paragraaf 6.2.5). De gemeente wacht met aanbesteden op gunstige omstandigheden in deze markt.

*Zonering:* huidige locaties busroutes

#### 6.2.5 Vrijstaande reclamevitruines

Een vrijstaande reclamevitruine is een permanent dubbelzijdig reclamebord van circa 1,2 bij 1,75 meter en heeft daarmee dezelfde afmetingen als abri-reclame.

De gemeente zal deze vorm van reclame daarom in combinatie met abri-reclame aanbesteden. Zie ook paragraaf 6.2.4.



*Zonering:* langs toegangswegen tot centrum en wijken, langs de kant van de wegen en op pleinen in de winkelgebieden, geen plaatsing in de woonwijken, in het centrum: niet in de looproutes, plaatsing niet voor andere reclameobjecten (van winkels).

#### 6.2.6 A0 reclamedisplays

A0 reclamedisplays zijn er in de vorm van een driehoeksbord of een tweevlaksbord. De markt van A0-reclame is sterk in ontwikkeling. Houten heeft in dit segment momenteel mogelijkheden voor reclamevoering middels spandoeken en driehoeksborden. Er zijn in totaal 13 locaties (de zogenaamde spandoeklocaties) op Houtens grondgebied aan geweest waar dergelijke reclame kan worden gevoerd. Primair zijn ze bedoeld voor: culturele en kunstzinnige, sportieve, toeristische en andere (commerciële en niet-commerciële) evenementenreclame en handelsreclame.



De gemeente zal de huidige 13 locaties voor driehoeksborden en spandoeken vervangen door een vast netwerk van 80-100 A0 reclamedisplays om de volgende redenen:

- Een vast netwerk zorgt voor een hogere kwaliteit van de openbare ruimte door nette, goed onderhouden A0 reclamedisplays en geeft daarmee invulling aan de wens voor representatievere uitstraling van deze reclamevorm. De komst van een vast netwerk van A0 reclamedisplays geeft voldoende mogelijkheden voor de adverteerders die tot op heden de spandoeken gebruiken. De spandoeken zullen daarom ook verdwijnen.
- De lokale, niet commerciële instellingen blijven de mogelijkheid houden om tegen relatief goedkope tarieven te adverteren.
- Een vast netwerk van A0 reclamedisplay zal zorgen voor vaste garandeerde financiële inkomsten.
- Vermindering van wildplak. De plaatsing van 2 nieuwe vrije plakplaatsen zal ook meegenomen worden in de aanbesteding evenals het onderhoud van de vrije plakplaatsen.

De huidige campagneduur van 10 dagen verkort worden tot 7 dagen. De reden hiervoor is dat buitenreclame onderzoek heeft uitgewezen dat na 7 dagen het optimale bereik en contactfrequentie behaald is.

Om culturele, maatschappelijke en niet commerciële doelen in Houten voorrang te verlenen, dient de exploitant voorrangregels te hanteren die hieronder in volgorde van prioriteit zijn aangegeven:

Categorie 1: lokaal, niet-commerciële uitingen en uitingen inzake verkeersveiligheid<sup>9</sup>

Categorie 2: overige uitingen gericht op Houten (commerciële en niet commerciële)

Categorie 3: alle overige campagnes inclusief commerciële evenementen, product- en bedrijfsreclame  
Om te garanderen dat ideële adverteerders altijd ruimte houden op de A0 displays, krijgen de adverteerders uit categorie 1 voorrang op andere campagnes, tot 8 weken voor de start van de campagne.

<sup>9</sup> Bij leegstand kan afgesproken worden dat de exploitant stoppers plaatst of dat de borden beschikbaar gesteld worden aan de gemeente.

De volgende maximum tarieven worden daarbij gehanteerd:

Tarief 1: € 2,75 per bord per dag <sup>10</sup> (dit tarief is hoger dan tot nu toe wordt gevraagd, maar is vergelijkbaar met andere gemeenten)

Tarief 2: ter bepaling van de exploitant

Tarief 3: ter bepaling van de exploitant

De gemeente zal nog nader onderzoeken hoe invulling gegeven kan worden aan de wens om verkeerscampagnes meer in de nabijheid van scholen te plaatsen. Wellicht dat een vast netwerk van A0 reclamedisplays hier een functie in kan vervullen. De conclusies zullen vertaald worden in eisen in het bestek.

**Zonering:** langs de hoofdinfrastructuur (incl. hoofdfietsnetwerk), langs toegangswegen tot centrum en wijken, centrumgebieden

### 6.2.7 Lichtkranten en digitale informatiepanelen

Omdat de huidige lichtkranten langs de Rondweg afgeschreven zijn en niet meer naar behoren functioneren, zal de gemeente deze lichtkranten vervangen door digitale informatiepanelen. Vanwege de afgedwongen exclusiviteit (zie paragraaf 2.3) is de gemeente verplicht om met Suurland in zee te gaan voor deze vorm van informatievoorziening.



In de markt worden op dit moment diverse borden/systemen aangeboden, die soms ook zonder kosten voor de gemeente gerealiseerd kunnen worden als er een mogelijkheid is om reclame op deze digitale informatiepanelen te tonen.

Het tekstgedeelte op de digitale informatieborden ten behoeve van uitingen van de gemeente kan ook gratis ter beschikking gesteld worden aan lokale niet commerciële instellingen en. De achterzijde van de digitale informatieborden zal (indien wenselijk) voorzien worden van een plattegrond en op de voorzijde zal de exploitant een commercieel (niet digitaal) vlak naar eigen inzicht kunnen exploiteren.

Er is op dit moment door Suurland Outdoor één digitaal informatiebord geplaatst. Mogelijk is Suurland Outdoor geïnteresseerd om de twee lichtkranten langs de Rondweg te vervangen. Op basis van onderstaande suggestie voor de locaties, komt het totaal aan digitale informatieborden op zes.

De digitale informatiepanelen kunnen geplaatst worden onder de voorwaarden dat:

- de gemeente vrij is om de teksten te plaatsen;
- de gemeente volledige zeggenschap houdt over de teksten;
- de gemeenteteksten niet door de reclame naar de achtergrond worden gedrongen;
- de teksten te allen tijde door voorbijgangers goed leesbaar moeten zijn.

NB: De gemeente start met de aanbesteding van A0 reclamedisplays. In een later stadium zal worden gestart met de uitvoering van de digitale informatiepanelen. Plaatsing hiervan kan kosteloos, afhankelijk van de marktpotentie op dat moment.

**Zonering:** Huidige locatie: Onderdoor  
 Voorstel nieuwe locaties: Rondweg / De Staart (nu nog lichtkrant), Rondweg / Utrechtseweg (nu nog lichtkrant), Rondweg / Schalkwijkseweg, Rondweg / De Rede, Station Castellum. In de toekomst kan er bij de kruising van de Rondweg met de aansluiting A12 Salto ook een digitaal informatiepaneel geplaatst worden.

### 6.2.8 Plattegrondkasten

Plattegrondkasten zijn informatiepanelen bij invalswegen en stations, die een maximaal percentage reclame mogen bevatten. Door de sterke groei van navigatiesystemen is de behoefte aan plattegrond-informatiekasten sterk afgenomen. In centra en bij de ingang van wijken of bedrijventerreinen zal wel behoefte blijven aan plattegronden ten behoeve van de bezoekers. Zeker in Houten waar de stedenbouwkundige structuur voor buitenstaanders wat oriëntatie vereist.



<sup>10</sup> De tarieven zullen per jaar geïndexeerd worden, met een in de aanbesteding nader te bepalen indexatie.

Het contract met Suurland Outdoor loopt medio 2013 af. In verband met de beperkte concurrentie in dit marktsegment zal de gemeente met Suurland Outdoor onderhandelen voor een mogelijke verlenging. Deze onderhandeling zal gecombineerd worden met de onderhandeling inzake de plaatsing van de digitale informatieborden (paragraaf 6.2.7)

### 6.3 Categorie 2: Handelsnaamreclame

#### 6.3.1 Reclame op terrasschermen en parasols

Met enige regelmaat zijn in de buitenruimte logo's en teksten te zien die betrekking hebben op een product dat in het horecabedrijf verkrijgbaar is. Het gaat hier dan met name om reclame op windschermen en parasols. Eigenlijk wordt dit in het algemeen niet als storend ervaren, terwijl het voor de horecaondernemers moeilijker is om dergelijke voorzieningen zonder subtiele reclame-uitingen te financieren.

In lijn met de wens van een levendiger centrum wordt deze vorm van reclame (voor een product dat in het horecabedrijf verkrijgbaar is) geaccepteerd.



#### 6.3.2 Uitstallingen

Onder het begrip uitstalling wordt verstaan "een los element dat voor een pand in de openbare ruimte wordt geplaatst om de aandacht te vestigen op een winkel of onderneming die in dat pand gevestigd is. Hieronder worden verstaan: kledingrekken, (elektrische) speeltoestellen, viskarren, broodkarren, rekken voor het uitstallen van fruit, bloemen, snoepgoed etc. en reclameobjecten".

Uitstallingen kunnen volgens artikel 2:10 lid 2 onderdeel h van de APV zonder vergunning geplaatst worden:

- tijdens openingstijden, en
- door, namens of met toestemming van de ondernemer van het winkelpand waarvoor de uitstallingen zich bevinden, en
- maximaal 1,25 m diep vanaf de winkelgevel geplaatst, tenzij deuren, gangen, nooduitgangen en inritten worden belemmerd.
- In bijzondere situaties is het mogelijk om een afwijkende uitstalling te plaatsen. Hiervoor moet dan een vergunning aangevraagd worden. Het college maakt bij de beoordeling van een dergelijke vergunningaanvraag een gedegen belangenafweging en past daarbij maatwerk toe.



#### 6.3.3 Mobiele reclameobjecten

Artikel 5.7 APV verbiedt het plaatsen van een voertuig dat is voorzien van handelsreclame met het kennelijke doel om daarmee reclame te maken. Op basis van artikel 2:10 APV is het verboden om zonder vergunning van burgemeester en wethouders (een deel van) de weg te gebruiken anders dan in overeenstemming met de bestemming. Hieronder valt ook het plaatsen of stallen van een mobiel reclamebord bijvoorbeeld op een auto of bestelbusje. Maar ook op bijvoorbeeld een aanhangwagen, (bak)fiets, motor, (bolder)kar, boedelbak, kleine vrachtwagens e.d.

Mobiele reclameborden worden als zeer ontsierend geacht voor de omgeving en kunnen daarnaast ook hinderlijk zijn voor het verkeer. Ze tasten het uiterlijk aanzien van de woon- en leefomgeving aan. Het in deze nota weergegeven beleid biedt voldoende mogelijkheden tot het maken van verschillende soorten reclame. Ontheffingen voor mobiele reclame-uitingen, zoals bedoeld in artikel 5.7, lid 2 APV, zullen dan ook niet worden verleend.



NB: sponsoring van objecten en reclame-uitingen bij evenementen worden geregeld via de evenementenvergunning conform artikel 2:10 lid 2 onderdeel e van de APV.

#### 6.3.4 Stoepreclame

Een nieuwe trend is het aanbrengen van reclame op openbare verharding. Meestal gaat het om de stoep. Met behulp van een sjabloon wordt er met een hogedrukspuit een afbeelding op de stoep aangebracht. Deze wordt zichtbaar doordat de stoep in het sjabloon schoon is en buiten het sja-



bloon vies, het zogenaamde green graffiti (het gebruik van verf is uitdrukkelijk verboden). Hoewel het hier meestal om gebruik van de openbare ruimte gaat voor commercieel gewin, is het een milieuvriendelijk en ludiek gebruik van de openbare ruimte, waarbij er geen schade wordt aangebracht. Door regen en het overlopen van passanten zal de reclame-uiting na 4 tot 6 weken weer verdwenen zijn. Hierom en vanwege het kleinschalige karakter is stoepreclame in Houten niet verboden. Wel zal de gemeente kijken of dit ongewenste effecten heeft en zo nodig maatregelen nemen.

#### 6.4 Categorie 3: Overige reclame gerelateerde objecten

Hieronder wordt het beleid voor reclame gerelateerde objecten weergegeven. De bijbehorende beleidsregels zijn weergegeven in bijlage A.

##### 6.4.1 Verwijsborden

###### *Binnen de bebouwde kom*

Er worden in de gemeente regelmatig illegaal verwijsborden geplaatst op een locatie die niet direct bij het bedrijf is gelegen. Het gaat dan meestal om borden die langs doorgaande wegen of bij drukke kruispunten zijn geplaatst. Deze borden hebben in veel gevallen niet alleen een verwijfsunctie, maar zijn ook gericht op het maken van reclame.



Het is derden niet toegestaan (verwijs)borden in de openbare ruimte binnen de bebouwde kom te plaatsen of te bevestigen aan straatmeubilair. Om voor bedrijven toch verwijfsuncties in de openbare ruimte mogelijk te maken, zal de gemeente door een exploitant standaard verwijsborden laten plaatsen. Deze verwijsborden worden alleen op de bedrijventerreinen zelf geplaatst. Naar individuele winkels of horeca-instellingen die in een centrum zijn gevestigd, wordt niet apart verwezen. Verwijfsunctie naar het centrum wordt via de reguliere bebording geregeld.

Ook worden er geen verwijsborden toegestaan langs de toevoerwegen. Reden hiervoor is dat de namen van de bedrijventerreinen al op de reguliere bebording staan aangegeven. Verwijfsunctie naar een bedrijf is dan alleen nog nodig als het juiste bedrijventerrein is gevonden.

###### *Buiten de bebouwde kom*

De Landschapsverordening van de provincie Utrecht staat verwijsborden toe buiten de bebouwde kom, mits voldaan wordt aan de voorschriften van de betrokken wegbeheerder. De gemeente is wegbeheerder van de meeste wegen in het buitengebied. De gemeente bepaalt dus volgens welke voorschriften langs deze wegen verwijsborden geplaatst mogen worden.

Verwijsborden buiten de bebouwde kom worden onder voorwaarden toegestaan.

##### 6.4.2 Vrije plakplaatsen

Zoals in paragraaf 2.2.1 al is beschreven, heeft iedere burger het grondwettelijke recht op vrijheid van meningsuiting. De gemeente moet dit faciliteren door minimaal per 10.000 inwoners een vrije plakplaats te regelen. Voor de gemeente Houten betekent dat dat er 5 vrije plakplaatsen zouden moeten zijn. Op het moment van schrijven zijn er maar 3 vrije plakplaatsen gerealiseerd, namelijk in Schalkwijk, Tull en 't Waal en 't Goy. Juridisch gezien betekent dit dat er nog 2 plaatsen aangewezen moeten worden.



De gemeente Houten zal daarom de plaatsing van 2 nieuwe vrije plakplaatsen en het onderhoud van alle vrije plakplaatsen meenemen in de aanbesteding van het vaste netwerk van A0-reclamedisplays (zie paragraaf 6.2.6). De meest aangewezen locaties voor de nieuwe vrije plakplaatsen zijn Het Rond en Castellum. Deze locaties hebben de meeste exposure. De specifieke locaties zullen te zijner tijd door het college in een apart voorstel worden aangewezen.

Na realisatie van deze vrije plakplaatsen zijn er voldoende mogelijkheden gecreëerd om gebruik te kunnen maken van het grondrecht om gevoelens en gedachten te mogen uiten. Het zonder vergunning aanbrengen van gedachten en gevoelens of andere vormen van (commerciële) reclame op andere plekken dan de vrije plakplaatsen is daarmee niet meer toegestaan.

Er wordt nog op gewezen dat de vrije plakplaatsen op grond van de APV niet bestemd zijn voor handelsreclame.

##### 6.4.3 Flyeren

Flyeren kan in de gemeente Houten zonder vergunning onder de voorwaarde dat het afval wat ten gevolge van het flyeren ontstaat, opgeruimd wordt.



Afvalstoffenverordening gemeente Houten 2009 art. 20 Wegwerpen van reclamebiljetten of ander promotiemateriaal:

*Degene die in de openbare ruimte reclamebiljetten of dergelijke of ander promotiemateriaal onder het publiek verspreidt, is verplicht deze of de verpakking daarvan terstond op te ruimen of te laten opruimen, indien deze in de omgeving van de plaats van uitreiking op de weg of een andere voor het publiek toegankelijke plaats geraken.*

Daarnaast is bij het flyereren bij evenementen toestemming nodig van de organisator. Bij flyereren op de markt is toestemming nodig van de marktmeester.

Voor het verstrekking van artikelen bij het flyereren, is een ventvergunning nodig.

#### 6.4.4 Verkiezingsborden

In Houten worden er tijdens de verkiezingstijd op 13 locaties verkiezingsborden geplaatst. Voorheen verzorgde een aannemer de plaatsing van de borden. In verband met kostenbesparing doet de afdeling OW dat tegenwoordig zelf.

In de huidige digitale maatschappij is de toegevoegde waarde van verkiezingsposters gering. Daarbij speelt ook mee dat in het voorbij rijden het vaak ondoenlijk is om de informatie op alle posters in je op te nemen. De gemeente Houten zal daarom de huidige 13 locaties voor verkiezingsborden verminderen tot een aantal van 7 borden in de gehele gemeente (1 per kleine kern en 4 in Houten). Het verminderen van het aantal borden levert een geringe besparing aan arbeidsuren op.

Voor niet reguliere verkiezingsborden buiten de Rondweg geldt de regelgeving uit de Landschapsverordening provincie Utrecht.



#### 6.4.5 Bouw- en makelaarsborden

Bouwborden zijn tijdelijke borden bij de bouwplaats van een nieuw- of verbouwproject. Op deze borden wordt informatie gegeven over het bouwen, de architect, het bouwplan, andere betrokkenen en informatie over verhuur of verkoop.

Uitgangspunt voor een bouwbord is dat deze geplaatst wordt op de bouwplaats zelf. Indien een belanghebbende aantoonbaar kan maken dat ten bate van de zichtbaarheid een andere locatie wenselijk is, dan kan het college onder voorwaarden een vergunning verlenen om een bouwbord op gemeentegrond te plaatsen. Voor bouwborden op gemeentegrond dient tevens een vergoeding voor het gebruik van gemeentegrond betaald te worden. In sommige gevallen is geen vergoeding vereist. Bijvoorbeeld wanneer het bouwproject het algemeen belang dient. Het college bepaalt in deze gevallen of er wel of geen vergoeding betaald moet worden.



Een makelaarsbord is een reclamebord ten behoeve van de verhuur/verkoop van onroerend goed. Uitgangspunt voor het plaatsen van een makelaarsbord is dat deze aangebracht wordt op het pand of het betreffende perceel zelf. Indien de belanghebbende aantoonbaar kan maken dat ten bate van de zichtbaarheid een locatie op gemeentegrond wenselijk is, dan zal de gemeente hier een vergunning onder voorwaarden voor verlenen. Tevens dient ook hier een vergoeding voor het gebruik van gemeentegrond betaald te worden. In het geval dat een algemeen belang gediend wordt door het plaatsen van het makelaarsbord, hoeft geen vergoeding betaald te worden. Het college bepaalt wanneer er een algemeen belang gediend wordt.

## 7 Sponsoring openbare ruimte

Sponsoring van de openbare ruimte is een relatief nieuw fenomeen in Nederland. Bedrijven verzorgen het onderhoud van een gedeelte van de openbare ruimte, waardoor deze kwalitatief op een hoger niveau komt te liggen.

De belangrijkste ontwikkeling op dit gebied ligt echter bij de sponsoring van rotondes. In andere gemeenten (o.a. Amersfoort) is ook geprobeerd deze aanpak toe te passen voor bv. fontein, bloembakken en éénjarige bloemperken. Daaruit blijkt dat het laten sponsoren van dit soort onderdelen van de openbare ruimte in deze tijd van bezuinigingen niet goed werkt. Er wordt al veelvuldig een beroep gedaan op de vrijgevigheid van bedrijven. Het ontbreken van budgetten maakt dat sponsoring van de genoemde elementen op dit moment weinig zinvol lijkt.

De gemeente Houten richt zich met name op de sponsoring van rotondes, maar sluit op voorhand andere mogelijkheden niet uit. Mocht er markt blijken te zijn voor andere vormen van sponsoring van de openbare ruimte, dan zal dit zeker meegenomen worden. Er valt dan ook te denken aan meubilair in de openbare ruimte wat door sponsoring mogelijk gemaakt is, zoals een tappunt voor water of een op-laadpunt voor elektrische auto's. De reclame-uiting dient te passen bij de schaal en vormgeving van het object.

### Definitie

Onder sponsoring van openbare ruimte door bedrijven wordt verstaan: *Een bedrijf de mogelijkheid bieden een fysieke reclame-uiting in een gebied in de openbare ruimte aan te brengen in ruil voor de financiering/uitvoering van het onderhoud van dit gebied. Als er geen fysieke reclame-uiting in de openbare ruimte tegenover staat is het ook mogelijk sponsorende bedrijven te vermelden op een website of in publicaties.*

### Doelen

Voor de gemeente is het doel van sponsoring van openbare ruimte:

- het benutten van de commerciële mogelijkheden van de openbare ruimte door reclamegelden te genereren of te besparen op onderhoud door de openbare ruimte te laten sponsoren.
- het bieden van dezelfde of een hogere kwaliteit van de openbare ruimte dan anders zou zijn gerealiseerd.

### Uitgangspunten

Ook reclame-uitingen voortkomend uit sponsoring van de openbare ruimte moet aan regels voldoen. Als uitgangspunten hanteert de gemeente de criteria zoals deze zijn genoemd in hoofdstuk 5.

Nadere regelgeving wordt in de privaatrechtelijke overeenkomsten geregeld.

De reclameafmetingen die gehanteerd worden bij sponsoring zullen altijd worden getoetst aan de formaatexclusiviteit die in andere contracten opgenomen is (b.v. op het 2 m<sup>2</sup> formaat vanabri's vrijstaande en reclamevitrites).<sup>11</sup>

Daarnaast is het van belang dat de sponsorinkomsten in verhouding staan tot het gesponsorde object. Een duur bestaand object zoals een fontein mag niet voor een bescheiden bedrag van een reclame-uiting voorzien worden. Hierdoor kan onterecht de indruk worden gewekt dat de aanwezigheid van dit object te danken is aan deze sponsor. Sponsoring van de aanleg van nieuwe objecten moet gepaard gaan met sponsoring van het onderhoud van dit object.

### Soorten sponsoring

Er zijn diverse soorten sponsoring denkbaar. Deze verschillen in de mate waarin ze een bijdrage leveren aan de genoemde doelstellingen. Het gaat daarbij om een financiële bijdrage of een bijdrage aan de kwaliteit van de openbare ruimte.

#### a. *Kwaliteitsslag*

Een bedrijf brengt de openbare ruimte zelf op een hoger niveau en verbindt de bedrijfsnaam hieraan door een reclame-uiting. Dit zal wellicht minder opbrengsten voor de gemeente genereren, maar levert wel kwaliteitswinst voor de openbare ruimte op.

#### b. *Natura*

De gemeente doet alles zelf, een bedrijf sponsort in natura en verbindt haar naam hieraan (bijvoorbeeld de levering van bloembollen).

<sup>11</sup> De afmeting van reclameobjecten op rotondes buiten de bebouwde kom is geregeld in de Landschapsverordening van de provincie Utrecht.

### Wat levert het op?

De bezuiniging op het onderhoud en beheer van een rotonde komt gemiddeld neer op zo'n € 1.000 per rotonde per jaar. De gemeente Houten zou daarmee gedurende een overeenkomst van 5 jaar € 1.000 x 5 rotondes x 5 jaar = € 25.000 kunnen bezuinigen.

Wel is er extra capaciteit nodig voor het afsluiten en beheren van de overeenkomsten en de controle op de uitvoering van de afspraken in verband met de aansprakelijkheid. De meerwaarde zit dan ook vooral in de verhoging/behoud van de kwaliteit van de openbare ruimte en verhoogde betrokkenheid van bedrijven bij de openbare ruimte.

Bij de genoemde bedragen moet wel vermeld worden dat de reclamebestedingen van lokale en regionale bedrijven niet groeien, zeker niet in deze economisch magere tijden. Bedrijven zullen eerst bepalen of ze op zoek zijn naar een campagnematige of niet campagnematige reclamevorm. Als de keuze op de niet campagnematige vorm valt, zijn er meerdere opties. Naast sponsoring van een rotonde kan lichtmastreclame (veelal gebruikt als bewegwijzering), reclame opabri's of plattegrondkasten overwogen worden. Dit betekent dat budgetten van adverteerders soms kunnen verschuiven. Zo kan een besparing op de onderhoudskosten van rotondes, teniet gedaan worden door een daling van de financiële afdracht uit de exploitatie van andere reclameformaten.

Echter, gezien het geringe aantal rotondes in de gemeente Houten (zie onderstaand kopje) is de verwachting dat sponsoring van rotondes een minimale kannibaliserende werking op andere vormen van reclame zal hebben.

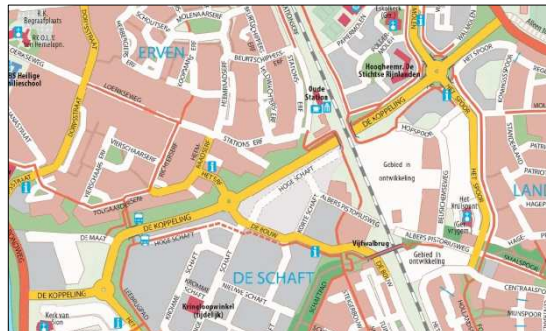
### Rotondes in Houten

In de gemeente Houten zijn acht rotondes: twee aan De Staart, twee aan De Rede, drie aan De Koppeling (allen in Houten), en één aan de Jonkheer Ramweg in Schalkwijk.

Op de twee rotondes aan de Staart staat een onderling samenhangend kunstwerk: de UFO landingsplaats. Hier is geen sponsoring mogelijk. Gezien het door het Hoogheemraadschap geschonken kunstwerk de hensbeker op de rotonde De Koppeling-De Molen-Het Spoor ligt sponsoring van de onderliggende beplanting hier niet voor de hand.



De Rede (2x)



De Koppeling (2x)



Jonkheer Ramweg  
(Schalkwijk)

### Aanpak

Voor het onderhoud van rotondes in ruil voor reclame-uitingen op de rotonde zal de gemeente eerst contact zoeken met lokale hoveniers en kijken of zij binnen hun mogelijkheden interesse hiervoor hebben. Voordeel hiervan is dat er een logisch verband tussen de reclame-uiting en het onderhoud is. Een ander voordeel is dat de lokale middenstand allereerst de mogelijkheid krijgt zich te profileren. Kanttekening hierbij is dat na afloop van de sponsoring de onderhoudskosten weer voor rekening van de gemeente komen.

Mocht het niet lukken met de lokale hoveniers dan zal contact gezocht worden met een exploitant. Uitgangspunt bij de inrichting is het behoud van het groene karakter van de rotondes. De exacte voorwaarden zullen in de overeenkomsten worden geregeld.

## 8 Organisatie

### 8.1 Opbrengsten uit reclame

De raad heeft in de Perspectiefnota 2013 een taakstelling opgelegd voor de inkomsten uit buitenreclame. Daarbij wordt rekening gehouden met een inkomstenbron van € 40.000 in 2013 en € 90.000 in 2014 en verder.

	2013	2014	2015	2016
<b>Totaal</b>	€ 40.000	€ 90.000	€ 90.000	€ 90.000

De beleidsnota geeft invulling aan de wens tot optimalisatie van de inkomsten uit buitenreclame binnen de gestelde beleidskaders. De feitelijke realisatie van de inkomsten zal worden betrokken bij de verwerking van de taakstelling.

### 8.2 Handhaving

De gemeente Houten handhaaft op illegaal geplaatste reclame. De BOA's maar ook de buitendienstmedewerkers hebben hierbij een belangrijke signalerende functie. In sommige gevallen (bij kleinere overtredingen) zullen de buitendienstmedewerkers de reclame direct verwijderen. In het geval van grotere, meer permanente overtredingen start het juridisch cluster van de afdeling Openbare Werken een handhavingstraject.

Veel voorkomende overtredingen zijn wildplakken en illegale verwijshorden.

Om wildplak en illegale reclame te verminderen neemt de gemeente de plaatsing van twee nieuwe vrije plakplaatsen evenals het onderhoud van de vrije plakplaatsen mee in de aanbesteding van de A0 reclamedisplays. Ook krijgt de exploitant, mits juridisch mogelijk, de bevoegdheid om illegaal geplaatste sandwichborden en vergelijkbare reclame op de routes waar de A0 reclamedisplays hangen, te verwijderen.

Deze maatregelen zorgen voor een nettere openbare ruimte en voorkomen dat illegale reclame negatieve effecten heeft op de inkomsten uit buitenreclame.

Handhaving op het reclamebeleid dient een plek te krijgen in het uitvoeringsplan integrale handhaving dat 2-jaarlijks wordt vastgesteld. Het eerstvolgende uitvoeringsplan 2014/2015 wordt naar verwachting eind dit jaar vastgesteld.

Bij de totstandkoming van het uitvoeringsplan dient over de inbedding van toezicht en handhaving van het reclamebeleid in de gemeentelijke organisatie verder nagedacht te worden.

### 8.3 Gemeentelijke organisatie

De commerciële buitenreclame contracten worden uitbesteed aan de private sector. In de gekozen beheervorm is de gemeente primair verantwoordelijk voor de regie en het afsluiten en beheren van de contracten.

Zowel de beleidsmatige kant als handhaving en contractbeheer vallen onder verantwoordelijkheid van Openbare Werken. Zo nodig zullen andere afdelingen bij beslissingen aangaande reclame in de openbare ruimte betrokken worden.

### 8.4 Participatie

Omdat burgers en ondernemers een gedeelte van de gebruikers van de reclameruimte in de openbare ruimte vormen, is middels de marktinventarisatie onderzocht wat de wensen en eisen waren vanuit de gemeente en de lokale markt, zowel cultureel als commercieel. Er is onderzocht welke behoefte er op het gebied van reclame is bij deze groep.

Ook is er overleg geweest met vertegenwoordigers van de winkeliersverenigingen Het Rond, Castellum en het Oude Dorp. Zij hebben hun wensen aangaande reclameruimte voor commerciële of promotiedoeleinden aangegeven. Conclusie was dat hun wensen aansluiting vinden bij de nieuwe beleidsnota reclame in de openbare ruimte. Afsproken is dat de winkeliersverenigingen betrokken worden bij het opstellen van het programma van eisen behorend bij de aanbesteding van de A0 reclamedisplays en de digitale informatiepanelen.

## 9 Conclusies en aanbevelingen

### 9.1 Conclusies

Deze beleidsnota geeft een totaalvisie op reclame in de openbare. Deze visie is anders dan tot nu toe gehanteerd werd. De gemeente Houten zal meer reclame in de openbare ruimte mogelijk maken.

De argumenten hiervoor zijn hieronder puntsgewijs weergegeven.

1. Het huidige zeer terughoudend beleid geeft weinig reclamemogelijkheden in de openbare ruimte met als belangrijkste reden het behoud van ruimtelijke kwaliteit. Nu voor het eerst een totaalvisie op reclame in de openbare ruimte tot stand is gekomen, is duidelijk dat het behoud van de ruimtelijke kwaliteit ondanks meer reclame in de openbare ruimte prima mogelijk is.
2. De integraliteit zorgt voor duidelijke regels op verschillende deelonderwerpen (bijvoorbeeld voor verwijzingsborden naar bedrijven en het aantal vrije plakplaatsen) en concentreert dit in één samenhangend document.
3. De beleidsnota laat zien dat de gegenereerde inkomsten met relatief weinig onzekerheden en relatief weinig gemeentelijke investeringen te behalen zijn. Ook zijn de maatschappelijke nadelen ervan beperkt, mits er goede randvoorwaarden worden gesteld.

Om de maatschappelijke nadelen te beperken zijn er duidelijke maar basic randvoorwaarden opgesteld. Deze bestaan uit enkele harde randvoorwaarden, zoals verkeersveiligheid en zedelijkheid, maar ruimtelijke kwaliteit, duurzaamheid en het gebruik en beheer van de openbare ruimte zijn niet uit het oog verloren. Deze criteria zijn zachter dan de harde randvoorwaarden, maar wegen wel mee in de aanbesteding.

Op het gebied van zedelijkheid sluit de beleidsnota één op één aan bij de Reclame Code Commissie. Die hanteert een helder kader dat landelijk gehanteerd wordt. Dat betekent dat de gemeente geen extra eisen stelt op het gebied van zedelijkheid.

Er is bewust voor gekozen om de uitgangspunten algemeen en kaderstellend te houden. De plaatsing van reclame in de openbare ruimte is daarmee niet op voorhand helemaal dicht gereguleerd. Dit voorkomt dat exploitanten niet op de aanbestedingen inschrijven door te weinig speelruimte.

Aanvullende, meer gedetailleerde eisen worden opgenomen in de privaatrechtelijke overeenkomsten die de gemeente met de exploitanten sluit. Deze overeenkomsten zullen ter goedkeuring aan het college worden voorgelegd.

Doordat er meer mogelijkheden komen voor reclame in de openbare ruimte zal de reclamedruk wel in beperkte mate toenemen. Maar de kwaliteit van de openbare ruimte zal hierdoor eerder toenemen dan afnemen, omdat:

- een vast netwerk van A0 reamedisplays netjes en goed onderhouden zal worden.
- de huidige 13 spandoek- en driehoeksbordenlocaties die een rommelige uitstraling hebben, verdwijnen uit het straatbeeld.
- deabri's op een hoger niveau onderhouden zullen worden dan nu het geval is.
- het onderhoudsniveau van de vrije plakplaatsen hoger zal komen te liggen.

### 9.2 Kanttekeningen

#### *Het publieke karakter van de openbare ruimte*

De openbare ruimte is van ons allemaal, en dat moet ook een beetje zo voelen. Met extra reclame (en sponsoring van de openbare ruimte) haal je dit deels weg. Het vergroot de invloedssfeer van bedrijven. Maar, in de keuze tussen het genereren van extra inkomsten voor voorzieningen in de gemeente en dit meer principiële standpunt, is ook een pragmatische insteek te verkiezen. Meer mogelijkheden voor reclame betekent immers niet dat Houten opeens een maatschappelijk onacceptabele hoeveelheid reclame over zich uitgestort zal krijgen.

#### *Aanbesteding A0 reamedisplays*

Door de aanbesteding van de A0 reamedisplays ontstaat er in zekere zin een soort monopolie op het kunnen adverteren in de openbare ruimte in Houten. Niet zozeer inhoudelijk, of dat een adverteerder niet terecht zou kunnen, maar wel, dat het altijd via de partij loopt die de aanbesteding wint. Tot nu toe kunnen alle bedrijfjes die adverteerders werven, terecht bij de gemeentelijke driehoeksborden en spandoeken. Het belangrijkste is echter, dat er vrije toegang blijft om in Houten te kunnen adverteren,

en dat is ook zo. Verder verruimen juist de mogelijkheden en blijven de belangen voor niet-commerciële en gemeentelijke advertenties gewaarborgd.

### 9.3 Aandachtspunten

#### *Sportverenigingen en reclame*

In de opdracht 'vergroten economische zelfstandigheid sportverenigingen en vergroten van exploitatiemogelijkheden voor sportverenigingen' is onderzoek gedaan naar de mogelijkheden voor sportverenigingen om (grotendeels) zelf te kunnen voorzien in hun voortbestaan.

Geheel overeenkomstig deze beleidsnota is daaruit naar voren gekomen dat door sportverenigingen geëxploiteerde reclame-uitingen op openbare locaties niet zijn toegestaan.

Wel is ruimte geboden om deze reclame-uitingen op eigen terrein met uitstraling naar de openbare ruimte te plaatsen.

Door deze vorm van reclame toe te staan, is het mogelijk dat de inkomsten voor de gemeente uit buitenreclame af nemen. Overigens geldt dit ook voor alle vormen van reclame op particuliere objecten.

### 9.4 Aanbevelingen/vervolgstappen

#### *Realiseren van 2 vrije plakplaatsen op Het Rond en in Castellum*

De afdeling Openbare Werken zal in samenwerking met de afdeling Communicatie en de exploitant de exacte locaties nader onderzoeken en ter goedkeuring aan het college voorleggen.

#### *Op de markt brengen van reclameconcessies*

De commerciële buitenreclame, zoals genoemd in paragraaf 6.2 zal door de gemeente op de markt gezet worden. Naar besluit van het college d.d. 05 februari 2013 zal NABB de contract- en aanbestedingsfase begeleiden.

#### *Verminderen aantal verkiezingsborden*

De huidige 13 locaties voor verkiezingsborden verminderen tot zeven. Streven is om het aantal verkiezingsborden in de nabije toekomst te verminderen tot een aantal van 7 borden in de gehele gemeente (1 per kern en 4 in Houten). Het verminderen van het aantal borden levert een besparing op in de kosten voor plaatsing en verwijderen van de borden.

#### *Verwijsborden bedrijventerreinen aanbesteden*

De plaatsing van algemene verwijsborden op de bedrijventerreinen zal door de gemeente uitbesteed worden aan een exploitant.

#### *Verwijsborden verwijderen*

De volgens de nieuwe beleidsregels illegaal geplaatste verwijsborden dienen te worden verwijderd.

#### *Spandoeklocaties na aanbesteding A0 reclamedisplays ontmantelen*

Na het aanbesteden van de A0 reclamedisplays zal de mogelijkheid om te adverteren op de huidige spandoek- en driehoekslocaties komen te vervallen. Deze locaties zal de gemeente ontmantelen. De werkzaamheden die nu nog bij de afdeling Publiekszaken liggen, komen daarmee te vervallen en de regie zal overgaan naar de afdeling Openbare Werken.

#### *Digitale informatiepaneel aan het Onderdoor.*

Het digitale informatiepaneel aan het Onderdoor belemmert de stedenbouwkundige zichtlijn onder het station. De gemeente zal in overleg met Suurland kijken of het mogelijk is dit informatiepaneel op een andere locatie te plaatsen die voor beide partijen acceptabel is.

#### *Aanpassingen ventvergunning*

Flyeren is in het huidige beleid vergunningsvrij, tenzij hierbij artikelen (monsters of kortingsbonnen) worden gegeven. Het verstrekken van monsters of artikelen valt onder het begrip venten en daarvoor is een ventvergunning nodig. Ambtelijk is geconstateerd dat deze definitie van venten een onwenselijke situatie oplevert. Enkel wanneer er een poging gedaan wordt om mensen iets te verkopen op straat (bv. een krantenabonnement) zou dat onder het begrip venten moeten vallen. Feitelijk dus een vernauwing van het begrip venten. De reikwijdte van het begrip venten zal daarmee in het vent- en standplaatsenbeleid gewijzigd moeten worden.

Redenen voor deze aanpassing zijn deregulering en het geringe maatschappelijke belang om een vergunning aan te vragen voor flyeren waarbij artikelen worden uitgedeeld.

### *Handhaving*

Handhaving op het reclamebeleid dient een plek te krijgen in het eerstvolgende uitvoeringsplan integrale handhaving 2014/2015 wat naar verwachting eind 2013 zal worden vastgesteld.

### *Publicatie*

Na vaststelling van de beleidsnota zal deze gepubliceerd worden om inwoners van Houten hiervan op de hoogte te stellen. Publicatie van het beleid is mogelijk door middel van de volgende instrumenten:

- *Website gemeente Houten*  
De beleidsnota zal op de website van de gemeente Houten geplaatst worden.
- *Overheid.nl*  
In verband met de Wet elektronische bekendmaking wordt sinds 1 januari 2011 de Houtense regelgeving gepubliceerd op [www.overheid.nl](http://www.overheid.nl).
- *Krant*  
Via een artikel in Houten Actueel zullen de bewoners op de hoogte gebracht worden van het nieuwe beleid en gewezen worden op de mogelijkheden om dit in te zien.

### *Evaluatie*

Er zal continu worden gemonitord of het reclamebeleid de beoogde uitwerking heeft. Dit gebeurt door alertheid op ambtelijk niveau en op basis van klachten. Bijzonderheden op financieel gebied zullen in ieder geval aan het bestuur worden gerapporteerd via de reguliere rapportages.

## **Bijlage A Beleidsregels reclame en reclame-gerelateerde objecten in de openbare ruimte**

Het college van de gemeente Houten;

overwegende;

- dat er geen chaotisch straatbeeld en opeenstapeling van buitenreclame moet komen;
- dat mede in verband met het gevoel van sociale veiligheid verrommeling dient te worden voorkomen;
- dat een reclame-uiting de verkeersveiligheid niet in gevaar mag brengen;
- dat overlast voorkomen moet worden en de veiligheid gewaarborgd moet zijn;
- dat uniformiteit nagestreefd wordt;

gelet op artikel 4:81 van de Algemene wet bestuursrecht en artikelen 2:10, 2:11, 2:42, 4:6f, 4:15 en 5:7 van de Algemene Plaatselijke Verordening (hierna: APV) en artikel 20 van de Afvalstoffenverordening;

besluit vast te stellen de

## **Beleidsregels reclame en reclame-gerelateerde objecten in de openbare ruimte**

### **Hoofdstuk 1 Begripsbepalingen**

#### *Artikel 1 Definities*

- 1 Reclameobject: een object dat geplaatst is met het doel reclame te maken. Onder reclameobject wordt in ieder geval verstaan: reclamemast, billboard, lichtmastreclame, abireclame, reclamevitrine, driehoeks- en tweevlaksbord, uitstalling, bouwboard en makelaarsbord.
- 2 Uitstalling: een los element dat voor een pand in de openbare ruimte wordt geplaatst om de aandacht te vestigen op een winkel of onderneming die in dat pand gevestigd is. Hieronder worden verstaan: kledingrekken, (elektrische) speeltoestellen, viskarren, broodkarren, rekken voor het uitstallen van fruit, bloemen, snoepgoed, etc.
- 3 Bebouwde kom: het gebied binnen de grenzen die zijn vastgesteld op grond van artikel 20a van de Wegenverkeerswet 1994.
- 4 Flyeren: het in de openbare ruimte verspreiden van reclamebiljetten of ander promotiemateriaal onder het publiek.

### **Hoofdstuk 2 Algemene bepalingen**

#### *Artikel 2 Verkeersveiligheid*

- 1 Reclameobjecten mogen de verkeersveiligheid niet in gevaar brengen.
- 2 Reclameobjecten mogen de zichtbaarheid van de openbare ruimte, de verkeerslichten, verkeersborden en andere verkeersaanduidingen niet verstoren.
- 3 Reclameobjecten mogen geen belemmering vormen voor doorgaand verkeer en hulpverlenende diensten.
- 4 Reclameobjecten mogen de toegankelijkheid niet beperken.
- 5 Bij het plaatsen van reclameobjecten dient een ruimte van ten minste 1,50 meter over de gehele lengte van een trottoir obstakelvrij te worden gehouden.
- 6 Reclameobjecten mogen niet op geleide- en gidslijnen worden geplaatst. Ook de ruimte boven gids- en geleidelijnen moet worden vrijgehouden.
- 7 Bij het plaatsen van reclameobjecten dient rekening gehouden te worden met vrije doorgang voor de stedelijke distributie, vooral in de centra.
- 8 Voor de brandweer dient er een vrije doorgang van minimaal 3,5 meter te zijn.
- 9 Brandkranen en geboorde putten dienen vrijgehouden te worden.



### Hoofdstuk 3 Uitvoeringsregels buitenreclame

#### Artikel 3 Verwijsborden

- 1 Een vergunning voor een verwijsbord wordt verleend indien:
  - a het bord buiten de bebouwde kom geplaatst wordt;
  - b er een directe en rechtstreekse verwijzing naar een nabijgelegen bedrijf op staat;
  - c het bedrijf waarnaar het bord verwijst zich op maximaal 500 meter van het verwijsbord bevindt;
  - d het bord geplaatst wordt langs een weg waar geen lichtbakreclame mogelijk is;
  - e niet meer borden worden geplaatst dan strikt noodzakelijk (ter beoordeling aan het college);
  - f het bord een hoogte van maximaal 0,50 meter heeft;
  - g het bord een breedte van maximaal 1,0 meter heeft;
  - h er geen andere reclame dan de bedrijfsnaam op het bord gevoerd wordt;
  - i het bord niet belicht wordt of verlicht is;
  - j er binnen een straal van ten minste 25 meter geen andere verwijsborden zijn geplaatst;
  - k het bord voldoet aan de redelijke eisen van welstand;
  - l voor het plaatsen van het bord in de weg gegraven of gespit moet worden, de aanvrager een KLIC-melding overgelegd heeft.
- 2 In afwijking van het eerste lid onder a wordt een vergunning voor een verwijsbord binnen de bebouwde kom verleend indien het verwijsbord noodzakelijk is voor de vindbaarheid van een bedrijf ten gevolge van:
  - a permanente wijzigingen in de verkeerssituatie.
  - b een nieuwe locatie van het bedrijf.
- 3 De in het tweede lid genoemde vergunning wordt verleend tot uiterlijk een jaar na verandering van de verkeerssituatie of de nieuwe bedrijfslocatie.
- 4 Een vergunning voor het plaatsen van verwijsborden binnen en buiten de bebouwde kom wordt verleend, indien zij onderdeel uitmaken van verkeersmaatregelen bij:
  - a grote bouwprojecten;
  - b evenementen;
  - c (verkeers)werkzaamheden.
- 5 De in het vierde lid genoemde verwijsborden dienen opgenomen te zijn in het (bouw)plaatsinrichtingsplan respectievelijk de aanvraag voor een evenementenvergunning.
- 6 De teksten op de in vierde lid genoemde verwijsborden dienen informatief van aard te zijn. Reclame is niet toegestaan.
- 7 De in het vierde lid genoemde verwijsborden dienen direct na beëindiging van de werkzaamheden of het evenement verwijderd te worden.

#### Artikel 4 Bouw- en makelaarsborden

- 1 Een vergunning voor het plaatsen van een bouwbord op gemeentegrond wordt verleend indien:
  - a het bouwbord een duidelijke relatie heeft met het bouwproject waarvoor het wordt aangevraagd;
  - b dit noodzakelijk is voor de zichtbaarheid van het bord. Zulks ter beoordeling aan het college;
  - c het bouwbord maximaal 5 meter hoog is, gemeten vanaf de voet;
  - d het bouwbord niet aangelicht of verlicht is.
- 2 De in het eerste lid genoemde vergunning wordt verleend voor een periode van maximaal de duur van het bouwproject ten behoeve waarvan het geplaatst is.
- 3 Een vergunning voor een makelaarsbord op gemeentegrond wordt verleend indien:
  - a het makelaarsbord een duidelijke relatie heeft met te verhuren/verkopen onroerend goed in de directe nabijheid er van;
  - b dit noodzakelijk is voor de zichtbaarheid van het bord. Zulks ter beoordeling van het college.
- 4 Indien voor het plaatsen van het bouw- of makelaarsbord in de weg gegraven of gespit moet worden, wordt de in het eerste en derde lid genoemde vergunning slechts verleend indien de aanvrager een KLIC-melding heeft overgelegd.
- 5 Voor het plaatsen van een bouw- of makelaarsbord op gemeentegrond wordt een vergoeding voor het gebruik van gemeentegrond in rekening gebracht.
- 6 De in het vijfde lid genoemde vergoeding wordt niet in rekening gebracht indien het algemeen belang gebaat is bij de plaatsing van het bouw- of makelaarsbord. Zulks ter beoordeling aan het college.

*Artikel 5 Verkiezingsborden*

- 1 Verkiezingsborden mogen beplakt worden met aanplakbiljetten van politieke partijen met een maximum formaat van A0 ( $\pm 80$  cm x  $\pm 120$  cm).
- 2 Elke politieke partij mag één aanplakbiljet per verkiezingsbord plaatsen.
- 3 Aanplakbiljetten mogen niet over aanplakbiljetten van andere partijen geplakt worden.

*Artikel 6 Mobiele reclameobjecten*

Het college verleent geen ontheffingen van het verbod in artikel 5:7 van de APV om een voertuig dat is voorzien van handelsreclame op de weg te parkeren met het kennelijke doel om daarmee handelsreclame te maken.

*Artikel 7 Flyeren*

- 1 Flyeren op een evenemententerrein is alleen toegestaan met toestemming van de organisator van het evenement.
- 2 Flyeren op het marktterrein is slechts toegestaan met toestemming van de marktmeester.
- 3 Na het flyeren dienen de flyers en de verpakking daarvan, die op het terrein waar geflyerd is en het gebied binnen een straal van 50 meter hieromheen achtergelaten zijn, opgeruimd te worden.

*Artikel 8 Andere reclame-uitingen in de openbare ruimte*

Het college verleent geen vergunning of ontheffing voor het plaatsen van andere soorten reclameobjecten in de openbare ruimte dan in deze beleidsregels zijn opgenomen.

*Artikel 9 Slotbepalingen*

- 1 Deze beleidsregels kunnen worden aangehaald als 'Beleidsregels reclame en reclamegerelateerde objecten in de openbare ruimte'.
- 2 Deze beleidsregels treden 8 dagen na publicatie in werking.

Hier ondertekening door college

## Bijlage B Reclame gerelateerde artikelen uit de APV<sup>12</sup>

### Artikel 2:10 Het plaatsen van voorwerpen

1. Het is verboden zonder vergunning de weg, een weggedeelte of een openbare plaats te gebruiken anders dan overeenkomstig de publieke functie daarvan.
2. Het verbod geldt niet voor:
  - a. vlaggen, wimpels en vlaggenstokken indien zij geen gevaar of hinder kunnen opleveren voor personen of goederen en niet voor commerciële doeleinden worden gebruikt;
  - b. zonneschermen, voor zover deze zijn aangebracht boven het voor voetgangers bestemde gedeelte van de weg of openbare plaats en voor zover:
    1. elk onderdeel zich hoger dan 2,20 meter boven dat gedeelte bevindt;
    2. elk onderdeel, in welke stand het scherm ook staat, zich op meer dan 0,5 meter van het voor het rijverkeer bestemde gedeelte van de weg of openbare plaats bevindt;
    3. elk onderdeel, in welke stand het scherm ook staat, minder dan 1,5 meter buiten de opgaande gevel reikt;
  - c. voorwerpen of stoffen, die noodzakelijkerwijze kortstondig op de weg gebracht worden in verband met laden of lossen ervan en mits degene die de werkzaamheden verricht of doet verrichten ervoor zorgt, dat onmiddellijk na het beëindigen daarvan, in elk geval voor zonsondergang, de voorwerpen of stoffen van de weg verwijderd zijn en de weg daarvan gereinigd is;
  - d. voorwerpen of stoffen waarop gedachten of gevoelens worden geopenbaard;
  - e. evenementen als bedoeld in artikel 2:24;
  - f. terrassen als bedoeld in artikel 2:27 onder c;
  - g. op standplaatsen als bedoeld in artikel 5:18;
  - h. uitstallingen die tijdens openingstijden door, namens of met toestemming van de ondernemer van het winkelpand waarvoor de uitstallingen zich bevinden, maximaal 1,25m diep vanaf de winkelgevel zijn geplaatst, tenzij deuren, gangen, nooduitgangen en inritten worden belemmerd.
3. Op verzoek van de politie, brandweer of onderhoudspersoneel van de gemeente moeten de in het tweede lid bedoelde voorwerpen en stoffen tijdelijk worden verplaatst of verwijderd.
4. De vergunning bedoeld in het eerste lid wordt verleend:
  - a. Als omgevingsvergunning door het bevoegd gezag, indien het gebruik een activiteit betreft als bedoeld in artikel 2.2, eerste lid, onder j. of onder k. van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht.
  - b. Door het college in de overige gevallen.
5. Het is verboden op, aan, over of boven de weg of openbare plaats een voorwerp of stof waarop gedachten of gevoelens worden geopenbaard te plaatsen, aan te brengen of te hebben, indien
  - a. deze door zijn omvang of vormgeving, constructie of plaats van bevestiging schade toebrengt aan de weg of openbare plaats,
  - b. gevaar oplevert voor de bruikbaarheid van de weg of openbare plaats of voor het doelmatig en veilig gebruik van de weg of openbare plaats, of
  - c. een belemmering vormt voor het doelmatig beheer en onderhoud van de weg.
6. Een vergunning bedoeld in het eerste lid kan worden geweigerd:
  - a. indien het beoogde gebruik schade toebrengt, gevaar oplevert voor de bruikbaarheid of voor het doelmatig en veilig gebruik van de weg of openbare plaats, dan wel een belemmering kan vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud daarvan;
  - b. indien het beoogde gebruik hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving in ernstige mate in strijd is met redelijke eisen van welstand;
  - c. in het belang van de voorkoming of beperking van overlast voor gebruikers van het in de nabijheid gelegen onroerende zaak.
7. Het verbod in het eerste lid geldt niet voor zover in het daarin geregelde onderwerp wordt voorzien door artikel 2:78, de Afvalstoffenverordening, de Wet beheer rijkswaterstaatswerken of de Wegenverordening provincie Utrecht 2010.
8. De weigeringsgrond van het zesde lid, onder a, geldt niet voor zover in het daarin geregelde onderwerp wordt voorzien door artikel 5 van de Wegenverkeerswet. De weigeringsgrond van het zesde lid, onder b, geldt niet voor bouwwerken. De weigeringsgrond van het zesde lid, onder c, geldt niet voor zover in het geregelde onderwerp wordt voorzien door de Wet milieubeheer.

<sup>12</sup> De APV die de raad heeft vastgesteld op 23 november 2010. Te allen tijde dient de meest recente wettekst geraadpleegd te worden.

9. Op de vergunning bedoeld in het eerste lid is paragraaf 4.1.3.3 van de Algemene wet bestuursrecht (positieve fictieve beschikking bij niet tijdig beslissen) van toepassing.

#### **Artikel 2:11 (Omgevings)vergunning voor het aanleggen, beschadigen en veranderen van een weg**

1. Het is verboden zonder of in afwijking van een vergunning een weg aan te leggen, de verharding daarvan op te breken, in een weg te graven of te spitten, aard of breedte van de wegverharding te veranderen of anderszins verandering te brengen in de wijze van aanleg van een weg.
2. De vergunning wordt verleend.
  - a. als omgevingsvergunning door het bevoegd gezag, indien de activiteiten zijn verboden bij een bestemmingsplan, beheersverordening, exploitatieplan of voorbereidingsbesluit; of
  - b. door het college in de overige gevallen.
3. Het verbod in het eerste lid is niet van toepassing indien in opdracht van een bestuursorgaan of openbaar lichaam publieke taken worden verricht.
4. Het verbod is voorts niet van toepassing op situaties waarin wordt voorzien door het Wetboek van Strafrecht, de Wet beheer rijkswaterstaatswerken, de Wegenverordening provincie Utrecht 2010, de Waterschapskeur, de Telecommunicatiewet of de daarop gebaseerde Algemene Verordening Ondergrondse Infrastructuur.
5. Op de vergunning bedoeld in het eerste lid is paragraaf 4.1.3.3 van de Algemene wet bestuursrecht (positieve fictieve beschikking bij niet tijdig beslissen) 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 of te bekladden.
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 een afbeelding, letter, cijfer of teken aan te brengen of te doen aanbrengen.
3. Het verbod in het tweede lid 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 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 schriftelijke toestemming is verplicht die aan een opsporingsambtenaar op diens eerste vordering terstond ter inzage af te geven.

#### **Artikel 4:6f Lichthinder**

1. Het is verboden toestellen of andere vormen van verlichting in werking te hebben of handelingen te verrichten die directe lichtinstraling op lichtdoorlatende openingen in gevels of daken van woningen tot gevolg heeft of op een zodanige wijze wordt gebezigd dat overigens voor de omgeving lichthinder wordt veroorzaakt.
2. Het college kan ontheffing van het verbod verlenen.
3. Het verbod is niet van toepassing op situaties waarin wordt voorzien door de Wet milieubeheer.
4. Op de ontheffing is paragraaf 4.1.3.3 van de Algemene wet bestuursrecht (positieve fictieve beschikking bij niet tijdig beslissen) van toepassing.

#### **Artikel 4:15 Verbod hinderlijke of gevaarlijke reclame**

5. 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 of ernstige hinder ontstaat voor de omgeving.
6. 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.

### **Toelichting op de artikelen uit de APV**

#### *Artikel 2:10 APV*

Met het “anders gebruiken van de weg dan de publieke functie ervan” wordt bijvoorbeeld bedoeld dat wanneer een reclamebord op een stoep wordt geplaatst, de stoep anders gebruikt wordt dan de publieke functie ervan. De stoep is bedoeld om over te lopen. ‘Je erover kunnen voortbewegen’ is dan de publieke functie van een stoep. Het plaatsen van reclameobjecten past niet binnen die publieke functie en daarvoor is dan ook een vergunning nodig.

Niet alle voorwerpen in de openbare ruimte zijn vergunningplichtig. In artikel 2:10 APV staat een opsomming van situaties waarin het verbod niet geldt. Voor het plaatsen van een ‘uitstalling’ voor de gevel is bijvoorbeeld geen vergunning nodig.

#### *Artikel 2:11 APV*

Bij het plaatsen van reclameborden e.d. is het vaak noodzakelijk om grondwerkzaamheden uit te voeren ten bate van de fundering. In de grond liggen veel kabels en leidingen die hierdoor kunnen beschadigen. Er is daarom een vergunning nodig om te voorkomen dat er schade ontstaat aan de weg en wat daaronder ligt.

Onderdeel van het toetsingskader is het doen van een zogenaamde KLIC-melding bij het Kadaster (KLIC = kabels en leidingen informatie centrum). Er wordt dan gekeken of er op de plaats waar men wil graven kabels en leidingen in de grond liggen die mogelijk beschadigd kunnen raken door het graven.

#### *Artikel 2:42 APV*

Met dit artikel wordt bedoeld dat er geen posters en dergelijke geplakt mogen worden in de openbare ruimte of op gebouwen zonder toestemming van de eigenaar daarvan. In de openbare ruimte zal dat veelal de gemeente zijn.

Uitzondering op dit verbod zijn de plakzuilen en verkiezingslocaties die het college heeft aangewezen. Daarop mogen wel posters met aankondigingen en meningsuitingen geplakt worden. Uiteraard moeten die op de verkiezingslocaties wel een relatie met de verkiezingen hebben.

#### *Artikel 4:6f APV*

Het voorkomen van lichthinder wordt met dit artikel geregeld. Het heeft betrekking op verlichting in het algemeen en dus ook op verlichte reclameobjecten. Hierbij wordt geen uitzondering gemaakt tussen particulier en openbaar terrein.

#### *Artikel 4:15 APV*

Dit verbod heeft indirect betrekking op de openbare ruimte. Het houdt in dat er op een gebouw, lantaarnpaal of andere onroerende zaak geen handelsreclame gemaakt mag worden waardoor het verkeer in gevaar wordt gebracht of ernstige hinder voor de omgeving ontstaat.

Dit verbod zou bijvoorbeeld een rol kunnen spelen wanneer er geveldoeken op gebouwen geplaatst worden. Er moet dan onderzocht worden of de verkeersveiligheid niet in het geding komt door het plaatsen ervan. Ook moet onderzocht worden of er door het plaatsen ervan geen ernstige hinder voor de omgeving ontstaat. Bijvoorbeeld doordat men het geveldoek wil verlichten met schijnwerpers.

#### *Artikel 5:7 APV*

Veel voorkomend zijn aanhangwagens die worden geparkeerd met het kennelijke oogmerk om handelsreclame te maken.