



UITGANGSPUNTEN NOTITIE RECLAME BELEID OPENBARE RUIMTE GEMEENTE SCHERPENZEEL

Deze uitgangspuntennotitie formuleert de uitgangspunten die als basis dienen voor het op te stellen nieuwe reclamenota voor Scherpenzeel.

1. ACHTERGROND

“Een ondernemend dorp in het groen met een betrokken gemeenschap”, zo wordt Scherpenzeel beschreven in de ‘Toekomstvisie Scherpenzeel 2030’. Een dorp met krachtige ondernemers en een wijd scala aan maatschappelijke organisaties die het dorp economisch en sociaal levendig en gezond houden. ‘Voor elkaar en door elkaar’ is het motto van onze gemeente.

Inwoners en ondernemers in een economisch en maatschappelijk actief dorp hebben het nodig hun activiteiten te kunnen promoten. Een goed en transparant reclamebeleid, vastgelegd in een reclamenota, is hiervoor onontbeerlijk.

De afgelopen maanden is er hard gewerkt om inzichtelijk te krijgen wat voor beleid Scherpenzeel momenteel heeft als het gaat om reclame en waar behoefte aan is. Hiervoor is uitgebreid gesproken met ambtenaren, ondernemers en maatschappelijke organisaties in het dorp.

Om te komen tot de ontwikkeling van een actueel reclamebeleid is de hulp ingeroepen van NABB, Nationaal Adviesbureau Buitenreclame, een bureau met jarenlange ervaring in de ondersteuning van gemeenten in het ontwikkelen of aanscherpen van hun reclamebeleid. Zij hebben een marktverkenning geschreven van de huidige reclame vormen landelijk en in Scherpenzeel. Daarnaast zijn er interviews gehouden met zowel ambtenaren als ondernemers en organisaties die reclame maken binnen Scherpenzeel.

Deze informatie is gebundeld in de *‘Scherpenzeel Verkenning buitenreclame’*, die als bijlage bij deze uitgangspunten notitie is opgenomen. Daarnaast is een bijlage opgenomen met een overzicht van de verschillende soorten reclameborden.

2. WAAROM NIEUW RECLAME BELEID?

In de afgelopen jaren is er weinig beleid gevoerd op het gebied van reclame. Dit was deels een gevolg van onderbezetting van de organisatie en deels het gevolg van (politieke) keuzes uit het verleden. Deze kwamen er kort gezegd op neer dat alles eigenlijk wel moest kunnen, zonder (veel) regels. Deze situatie loopt nu tegen zijn grenzen aan en oplossingen voor de volgende situaties zijn wenselijk:

- Zowel medewerkers van de gemeente als sommige ondernemers geven aan dat Scherpenzeel een wat ‘verrommeld’ beeld vertoont. Tijdelijke reclame-uitingen worden vaak niet opgeruimd door de organisatoren, hetgeen onveilige situaties op straat (weggewaaid grote kartonnen borden op de weg bijvoorbeeld) en meer werk voor de buitendienst in de hand werkt.
- Het blijkt dat gemeente, inwoners en ondernemers vaak niet precies weten wat wel en niet mag. Er is niet alleen geen helder beleid voor reclame in de openbare ruimte waar naar



verwezen kan worden, maar de regelgeving die er is, is versnipperd over meerdere verordeningen en beleidsregels.

- Voor een deel van de reclame in de buitenruimte (bijvoorbeeld de bushokjes (abri's)) zijn de contracten met exploitanten verlopen. Er ontbreekt beleid op basis waarvan nieuwe contracten aangegaan kunnen worden. Door de Corona-crisis is de situatie er ook niet beter op geworden in de zin dat de marktpotentie is afgenomen.
- Het is de vraag of de leges van onze vergunningen nog wel de kosten dekken in relatie tot reclame-uitingen.
- Voor een aantal zaken, met name voor tijdelijke reclame in de openbare ruimte, zoals spandoeken en frames, ontbreekt beleid.
- Reclameobjecten in Scherpenzeel voldoen niet altijd aan de verkeersveiligheid.
- In de organisatie is de coördinatie van het reclamebeleid niet goed belegd en ontbreken heldere procedures, afspraken en formats om aanvragen te beoordelen. Dit leidt ertoe dat aanvragen gaan 'zwerven' met vertraging en frustratie bij zowel de aanvragers als de gemeente zelf.

Het opstellen van nieuw reclamebeleid dient dan ook de volgende doelen:

- ✓ Inwoners kunnen hun commerciële en maatschappelijke activiteiten promoten en weten wat er wel en niet toegestaan is.
- ✓ Het proces tot aanvraag vergunning is helder en transparant voor zowel inwoners als medewerkers van de gemeentelijke organisatie.
- ✓ Reclame levert een bijdrage aan de maatschappelijke voorzieningen in Scherpenzeel tegen zo laag mogelijke kosten en levert waar mogelijk inkomsten op.

3. RECLAME VORMEN IN SCHERPENZEEL

In deze notitie worden de keuzen en de daarbij behorende uitgangspunten geformuleerd voor de verschillende typen reclamevormen. De nadruk ligt daarbij op de reclamevormen in het openbaar gebied. Hiervoor ontbreekt nu grotendeels een kader, zoals in onderstaande tabel is te zien:

Soort reclame	Huidige wettelijke grondslag	Beoordeling & advies
Gevelreclame aan gebouwen	Nota Ruimtelijke kwaliteit	Gedetailleerd geregeld. Mogelijk kleine wijzigingen nodig n.a.v. herinrichting centrum.
Losstaande reclame op particuliere grond	APV Nota Ruimtelijke kwaliteit	Enigszins geregeld, maar regelgeving is nodig voor plaatsing van vlaggen en (tijdelijke) reclameborden.
Vaste reclame in de openbare ruimte	APV	Geen regelgeving. Richtlijnen en regelgeving nodig.
Tijdelijke reclame in de openbare ruimte	APV	Richtlijnen en regelgeving dienen aangepast en verscherpt te worden en deels nieuw opgesteld.

In Scherpenzeel komen de volgende vormen van reclame voor in de openbare ruimte:

A. Vaste commerciële reclame :

1. Vaste reclame-uitingen in de abri's (bushokjes). Het betreft hier in het algemeen nationale reclamecampagnes;



2. Vaste reclame-uitingen op de drie aanwezige plattegrondkasten. Het gaat hier om lokale/regionale reclamecampagnes;
3. Vaste reclame-uitingen op de rotondes;

B. Commerciële reclame bij winkels

4. Dit zijn wisselende reclame-uitingen in de vorm van stoepborden en banieren (worden buiten sluitingstijd naar binnen gehaald);

C. Tijdelijke commerciële reclame

5. Tijdelijke reclame-uitingen in de vorm van sandwichborden voor commerciële lokale/regionale campagnes;
6. Tijdelijke reclame-uitingen in de vorm van spandoeken en (zelfgemaakte) houten of stalen reclameframes voor commerciële lokale/regionale campagnes.

D. Tijdelijke reclame niet-commerciële reclame

7. Tijdelijke reclame-uitingen in de vorm van spandoeken en houten of stalen (zelfgemaakte) reclameframes en bordjes ter promotie van evenementen en verkiezingscampagnes door commerciële en niet-commerciële instellingen.

E. Overige tijdelijke reclame-uitingen;

8. Dit betreft reclame-uitingen die buiten de andere categorieën vallen. Bijvoorbeeld een promotiebus, een reclamevoertuig of een stellage in een weiland.

F. Bewegwijzering

Bewegwijzering voor industrie (blauwe borden), voorzieningen (gele borden) en toerisme (bruine borden). Dit valt buiten de reikwijdte van het reclamebeleid.

5. HUIDIGE STAND VAN ZAKEN.

Voor de reclame-uitingen onder A1 t/m 3 (vaste commerciële reclame uitingen) zijn contracten opgesteld. Het plaatsen, beheer en onderhoud vindt plaats door de exploitant. Voor zowel de abri's als de plattegrondkasten zijn de contracten afgelopen. De abri's worden door huidige exploitant nog wel beheerd en onderhouden. De exploitant van de plattegrondkasten is failliet. In het geval van rotonde-reclame vindt alleen beheer en onderhoud plaats door het lokale bedrijf dat er reclame maakt. De gemeente ontvangt momenteel geen vergoeding voor deze contracten.

De sandwichborden, spandoeken en frames (C5, 6 en 7) worden per aanvraag vergund. Hiervoor wordt leges geheven in het geval van commerciële partijen.

De abri's, plattegrondkasten en rotondes hebben een vaste plek. Voor alle andere reclame-uitingen geldt dat er geen vaste plek voor is aangewezen. Dat is aan degene die een aanvraag doet.

Aan de andere vormen van reclame (D, E en F) zijn vrijwel geen inkomsten verbonden. Wel dienen deze vergund te worden. Dat levert soms leges op in geval van commerciële partijen, zoals bijvoorbeeld voor het plaatsen van een tijdelijke promotiebus.



6 DE UITGANGSPUNTEN VOOR NIEUWE RECLAMEBELEID

In deze nota zijn er uitgangspunten geformuleerd ten behoeve van het maken van een keuze over de verschillende vormen van reclame en het beheer ervan.

Commerciële reclame

Wat is het?

De openbare ruimte van de gemeente is een aantrekkelijke plek om goed zichtbare reclame-uitingen in te plaatsen. De reclame heeft vervolgens wel effect op het beeld van die openbare ruimte.

Er is sprake van vaste en tijdelijke reclame-uitingen. Vaste reclame-uitingen zijn altijd aanwezig, zoals deabri's (bushokjes), plattegrondkasten, maar ook nu niet in Scherpenzeel aanwezige digitale informatieborden, A0-reclamedisplays en lichtmastreclame. Tijdelijke reclame-uitingen zijn met name sandwichborden, spandoeken, weideborden en met name in het centrum ook stoepborden en banieren.

Wat levert het op?

Commerciële reclame-uitingen in de openbare ruimte levert de Scherpenzeelse samenleving wat op. Bij vaste reclame is dit in de vorm van de plaatsing en het beheer van de bushokjes, de plaatsing en beheer van een plattegrondkast of het onderhoud aan een rotonde (voor een afgesproken periode). Voor dergelijke reclamevormen wordt ook een contract afgesloten waarbij soms, afhankelijk van de marktsituatie, ook nog sprake is van een geldelijke vergoeding. In het verleden bestond deze voor Scherpenzeel uit enkele duizenden euro's.

Voor de tijdelijke commerciële reclame worden leges geven. Deze bedragen € 89, - per aanvraag. Er wordt verder geen financiële vergoeding gevraagd. Als er ook een omgevingsvergunning nodig is, geldt het legestartief van € 255,10 (Legesverordening 2020). De meeste tijdelijke commerciële reclame-uitingen betreffen regionale reclameboodschappen, zoals de Dierentuin Amersfoort. Voor lokale reclame in de vorm van spandoeken, frames en stoepborden ontbreekt nu beleid. Soms wordt met name voor de spandoeken wel een omgevingsvergunning gevraagd en verleend. Dit is kostbaar en omslachtig voor aanvrager en voor de gemeente en lijkt daarmee zijn doel voorbij te schieten.

Wat is het probleem?

Wat betreft vaste reclame is er niet echt sprake van een probleem. Deze vorm van reclame zorgt tegelijk voor voorzieningen waar de gemeenschap baat bij heeft en de gemeente geen (extra) kosten oplevert. Er is zelfs de wens of hier ook niet digitale informatieborden aan toe te voegen zijn, zodat ook informatie vanuit de gemeente en gemeenschap geprojecteerd kan worden.

Wel is het zo dat voor deabri's een nieuw contract moet worden afgesloten. Daarnaast is de beheerder van de plattegrondkasten failliet, zodat hier verder geen beheer meer aan plaatsvindt. Het is de vraag hoe aantrekkelijk de gemeente markttechnisch is voor de plaatsing van één of meerdere digitale informatieborden.

Wat betreft tijdelijke commerciële reclame wordt het probleem vooral gevormd doordat dit tot een verrommeling van de openbare ruimte kan leiden. Soms worden de reclame-uitingen (met name sandwichborden) niet verwijderd na afloop van de plaatsingstermijn. Een oplossing hiervoor is bijvoorbeeld het laten plaatsen van een vast netwerk van A0-reclamedisplays. Het zou dan gaan om



10-20 displays langs de toegangswegen en in het centrum. Een nadeel hiervan is wel dat deze displays er het hele jaar door staan, terwijl er genoeg perioden zijn dat er geen aanvragen zijn voor reclame-uitingen. Verder vraagt een dergelijk netwerk om een verbod (of sterke beperkingen) van andere tijdelijke reclame-uitingen, zodat lokale ondernemers en niet-commerciële instellingen ook gebonden zijn aan deze aanbieder. Vaak zijn hiervoor wel gereduceerde tarieven af te spreken.

De stoepborden staan vooral in het centrumgebied. Hier kan het afbreuk doen aan de kwaliteit van de openbare ruimte en soms ook aan de bereikbaarheid, veiligheid en betreedbaarheid van de openbare ruimte.

Bij commerciële reclame heeft de gemeente de keuze om deze uit te besteden aan exploitanten of alleen de vergunningverlening te organiseren. Uitbesteden heeft zin als de marktpartij het efficiënter en/of goedkoper kan doen. Voor een marktpartij is Scherpenzeel interessant als er exclusiviteit te behalen is. Zowel bij uitbesteden als via vergunningverlening kan de gemeente voorwaarden stellen aan locaties, welke adverteerders toegestaan worden.

Uitgangspunten

Reclame binnen de gemeente Scherpenzeel wordt wat betreft vaste commerciële reclame uitbesteed. Hier staat een materiële en/of financiële vergoeding tegenover. Vaste reclame vindt plaats middels de abri's en via vaste plekken bij de entrees van het dorp waar plattegrondkasten en/of digitale informatieborden kunnen worden geplaatst.

Tijdelijke commerciële reclame, in de vorm van sandwichborden en spandoeken, hebben bij voorkeur een plek in de nieuw te plaatsen digitale informatieborden bij de entrees. Dat houdt in dat verder geen medewerking meer wordt verleend aan andere vormen van tijdelijke commerciële reclame, zoals de nu gebruikelijke sandwichborden. Deze beleidslijn helpt mee aan het marktdraagvlak voor een digitaal informatiebord. Daarbij is de inzet dat een deel van het digitale informatiebord ten goede komt aan lokale (niet-commerciële) reclameboodschappen.

Mocht er geen marktpartij geïnteresseerd zijn in de plaatsing en het beheer van een digitaal informatiebord, dan kan tijdelijke reclame gebruik blijven maken van sandwichborden, maar dan wel op vooraf door de gemeente bepaalde locaties. Hiervoor is een vergunning noodzakelijk.

Voor rotondes continueren we het beleid van het onderhoud uitbesteden aan een lokaal bedrijf die in ruil daarvoor reclame mag maken op de rotonde. Indien dit niet mogelijk is, nemen we het beheer terug in eigen hand.

Bouw- en projectborden met aankondigingen van (nieuwbouw) projecten worden toegestaan door middel van een omgevingsvergunning.

Stoepborden en banieren worden onder voorwaarden toegestaan. Deze voorwaarden worden gesteld ter verhoging van de beeldkwaliteit in het centrumgebied. Nu is er nog een divers scala aan borden en banieren aanwezig. Door middel van een overgangsperiode wordt hierbij ingezet op een meer eenduidig beeld en te handhaven lijn.

Weideborden en – karren worden niet meer toegestaan. Enkel reclame gerelateerd aan de plaatsgebonden activiteit is passend in het buitengebied.

Vlaggenmasten worden toegestaan met een nog nader te bepalen maximum aan aantal en hoogte van de masten per bedrijf en/of per m2 bedrijfsterrein.



Niet-commerciële reclame

Wat is het?

Niet-commerciële reclame-uitingen is reclame van lokale verenigingen en organisaties en niet-commerciële instellingen zonder winstoogmerk. Vaak gaat het om spandoeken of reclame-uitingen in (zelfgemaakte) frames. Soms worden ook sandwichborden gebruikt. Daarnaast staan er ook wel weideborden in buitengebied of langs de rondweg. Ook de verkiezingsborden vallen binnen deze categorie.

Wat levert het op?

Deze reclame-uitingen zijn van groot belang voor het functioneren van de lokale verenigingen en organisaties. Hiermee kunnen zij aandacht vragen voor hun activiteiten en/of leden werven of oproepen doen voor evenementen.

Wat is het probleem

Het probleem is vooral gelegen in het feit dat er weinig eenduidigheid is en daarmee verrommeling en wildgroei op de loer ligt. Zowel in de vormgeving als de plaatsing van de reclame-uitingen, als ook in de omgang ermee wat betreft vergunningverlening.

Het is mogelijk om ook de niet-commerciële reclame gebruik te laten maken van de reclamesystemen voor tijdelijke commerciële reclame die uitgaan van een exclusief reclamebeleid, zoals bij A0-reclamedisplays of digitale informatieborden. De tarieven hiervoor zijn echter veelal niet haalbaar voor de niet-commerciële partijen.

Uitgangspunten

Niet-commerciële reclame, al dan niet gerelateerd aan een evenement, is mogelijk op vooraf vastgelegde locaties op spandoeken en/of (zelfgemaakte) reclameframes. De gemeente stelt hiervoor een aantal (2-5) vaste locaties ter beschikking. De vergunning hiervoor wordt geregeld via de evenementen vergunning. Er worden geen leges geheven voor niet-commerciële reclame.

Het is aan de niet-commerciële partijen zelf om al dan niet gebruik te maken van de reclamesystemen van marktpartijen (zoals sandwichborden en digitale informatieborden). Zoals eerder aangegeven hanteert de gemeente voor deze systemen vooraf aangewezen plekken.

Tijdelijke spandoeken op eigen terrein zijn toegestaan. Daarbuiten enkel op door de gemeente vastgestelde locaties indien voldaan wordt aan veiligheidsvoorwaarden in het algemeen en op het gebied van verkeer.

Reclame-uitingen tijdens verkiezingscampagnes vindt plaats op vaste locaties. Enkel tijdens gemeenteraadsverkiezingen is het mogelijk vergunningsvrij op meerdere locaties reclame te maken.

Er kan een aanplakzuil in het centrum komen, waarop vrij geplakt mag worden. Deze zuil is bij voorkeur onderdeel van een overeenkomst met een marktpartij ten behoeve van een reclamesysteem voor commerciële reclame.



7. DE VORM VAN HET BELEID

Een volgende stap is het verwerken van de uitgangspunten in een reclamenota. In deze nota wordt geregeld hoe binnen Scherpenzeel tegen reclame aan wordt gekeken en wat de voorwaarden zijn voor het maken van reclame in Scherpenzeel.

Het uitgangspunt daarbij is om de administratieve lasten voor zowel de aanvrager als de gemeente te verlagen. In de reclamenota zal dit verder uitgewerkt worden.