

Reclamebeleid Uitgeest

2012

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Doel van deze nota	3
1.2	Huidig en nieuw beleid	3
1.3	Werkwijze	3
2	Buitenreclame in de gemeente Uitgeest	3
2.1	Buitenreclame	3
2.2	De markt	3
2.3	Reclamebeleid	4
2.4	Knelpunten	4
3	Juridisch kader	4
3.1	De Grondwet	4
3.2	Wabo en APV	4
3.3	Privaatrecht	5
3.4	Overige wetten en regelgeving	5
4	Beheervisie en -strategie	6
4.1	Beheervisie	6
4.2	Beheerstrategie	6
4.3	Beheerste uitbreiding van reclame-uitingen	6
	4.3.1 Handelsreclame	7
	4.3.2 Ideële reclame	10
	4.3.3 Reclame op rotondes	10
5	Gebiedsgerichte aanpak	11
5.1	Algemeen geldende regels voor reclame	12
5.2	Algemene criteria voor reclame	12
5.3	Gebiedsgerichte criteria voor reclame	13
	5.3.1 Criteria voor de dorpskern (inclusief stationsgebied)	13
	5.3.2 Criteria voor het bedrijventerrein (inclusief recreatieterrein en jachthaven)	15
	5.3.3 Criteria voor sportaccomodaties en sportcomplexen	16
	5.3.4 Criteria voor het buitengebied	16
6	Efficiente en effectieve toezicht en handhaving	17
7	Hardheidsclausule	17
8	Monitoring en evaluatie	17
Bijlage:	Begripsomschrijvingen	18

1. Inleiding

Gevelreclame, losse reclameborden of reclameobjecten worden geplaatst om een bepaalde dienst of product onder de aandacht van de consument te brengen. Reclame in de openbare ruimte is echter ook één van de meest bepalende elementen voor de identiteit van een straatbeeld. Het is hierbij de taak van de gemeente om de hoogwaardige uitstraling van het straatbeeld te bewaken. Het aantal verschijningsvormen van buitenreclame is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen en hiermee ook het risico op verrommeling. Veel ondernemers zijn niet op de hoogte van de geldende regels en de te volgen procedures bij het aanbrengen van reclame-uitingen en naamsduidingen. Een goed reclamebeleid zorgt ervoor dat er evenwicht bestaat tussen de beeldkwaliteit binnen de gemeente, de verkeersveiligheid en de belangen van de ondernemers.

1.1 Doel van deze nota

Het doel van deze beleidsnota is het opstellen van een reclamebeleid voor de gemeente Uitgeest dat duidelijke handvatten biedt voor toepassing, toetsing en handhaving van buitenreclame en een constructieve bijdrage levert aan de kwaliteit van de openbare ruimte.

1.2 Huidig en nieuw beleid

Deze beleidsnota vervangt het momenteel geldende reclamebeleid uit 1994 op basis van de APV en het gedeelte uit de Welstandsnota van de gemeente Uitgeest betreffende reclames.

De gemeente Uitgeest streeft naar een hogere beeldkwaliteit met een bovengemiddelde uitstraling van de openbare ruimte. Het terugdringen van te opvallende reclame en het stimuleren van zorgvuldig vormgegeven reclame-uitingen zijn middelen om de beleving van de openbare ruimte in positieve zin te beïnvloeden.

Het nieuwe reclamebeleid is gericht op verbetering van de uitstraling van de openbare ruimte. Het beschrijft meer vormen van reclame ten opzichte van het oude beleid en gaat uit van een gebiedsgerichte benadering.

1.3 Werkwijze

Een uitgebreide inventarisatie van de huidige reclame-uitingen in de gemeente Uitgeest in de vorm van een nulmeting vormden het startpunt bij het formuleren van uitgangspunten voor een vernieuwd reclamebeleid. Hierbij zijn alle reclame-uitingen gefotografeerd. De inventarisatie heeft tot doel gehad de beleidsdoelstelling en uitgangspunten helder te krijgen.

Eveneens is gekeken hoe andere gemeenten omgaan met reclame in de buitenruimte. Deze aanpak heeft geleid tot onderhavige beleidsnota.

2. Buitenreclame in de gemeente Uitgeest

2.1 Buitenreclame

Reclame is het aanprijzen van of aandacht vestigen op goederen, diensten, activiteiten of namen. Er kan grofweg onderscheid worden gemaakt tussen reclame op private grond/gebouwen en reclame op gemeentegrond. Daarnaast kan onderscheid worden gemaakt tussen ideële reclame (niet-commercieel) en handelsreclame (commercieel). Deze uitingen zijn over het algemeen aangebracht op speciaal voor dit doel bestemde reclamedragers.

2.2 De markt

De markt voor buitenreclame bestaat uit een landelijke en een lokale markt. De landelijke markt bestaat vaak uit (inter)nationale campagnes op bijvoorbeeld abri's, mupi's (dubbelzijdige reclameborden), vitrines, billboards en hoge grootschalige reclamemasten.

De lokale markt maakt meer gebruik van bijvoorbeeld gevelreclame, driehoeksborden, evenementenborden of stadsplattegronden. Ook maakt de lokale markt gebruik van geplakte affiches die zich veelal richten op activiteiten van tijdelijke aard, zoals culturele evenementen en feesten.

2.3 Reclamebeleid

Deze nota beschrijft via welke regelgeving buitenreclame inhoudelijk en welstandelijk wordt beoordeeld en op welke wijze handhaving plaatsvindt. Anno 2012 streeft de gemeente Uitgeest naar een meer gebiedsgerichte aanpak. Daarnaast maken tal van nieuwe ontwikkelingen in de reclamewereld een actualisering van het gemeentelijke reclamebeleid noodzakelijk. De belangrijkste doelstelling hierbij is om een juiste balans te vinden tussen een openbare ruimte met kwaliteit enerzijds en voldoende mogelijkheden voor ondernemers om zich te profileren anderzijds.

2.4 Knelpunten

Het huidige beleid kent een te zwart-wit karakter doordat deze zich vooral beperkt tot het stellen van maximale oppervlaktematen voor reclame-uitingen op en bij panden op het bedrijventerrein en voor panden buiten het bedrijventerrein. Daarnaast moet voor een reclame-uiting eerst worden vastgesteld of sprake is van een bouwwerk in de zin van de Woningwet alvorens kan worden bepaald of deze uiting moet worden getoetst aan de reclamecriteria opgenomen in de Welstandsnota of de reclamecriteria uit de APV. Tot slot kampt de gemeente Uitgeest met de aanwezigheid van veel illegale reclame-uitingen die niet voldoen aan het bestaande beleid, maar waarop weinig of nooit is gehandhaafd, mede vanwege een capaciteitsgebrek. Om een goed beeld te krijgen van de aanwezige reclame-uitingen en hierop een passend beleid te maken, is er een nulmeting gedaan waarbij alle reclame-uitingen zijn gefotografeerd. Om het nieuwe beleid op een eenduidige manier te hanteren en werkbaar te maken, is het noodzakelijk dat er voldoende capaciteit aan toezicht en handhaving beschikbaar is.

3. Juridisch kader

3.1 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 voor het maken van handelsreclame een uitzondering gemaakt ten aanzien van de bescherming van het recht op meningsuiting. Onder handelsreclame verstaat men reclame voor commerciële doeleinden in ruime zin. Door de gemeente kunnen dan ook regels worden opgesteld die handelsreclame verbieden of binden aan voorschriften.

3.2 Wabo en APV

De volgende reclameregimes bestaan naast elkaar:

- Reclame-uitingen en dragers waarvoor op basis van artikel 2.1, lid 1 onder a, van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) een omgevingsvergunningplicht geldt voor de activiteit "bouwen".

Voor reclame-uitingen die omgevingsvergunningplichtig zijn voor de activiteit "bouwen" vervalt het vereiste van een reclamevergunning op grond van de APV. Het reclamebeleid kan geen ontheffing geven van een vereiste omgevingsvergunning voor de activiteit "bouwen". Het reclamebeleid dient als kader voor de welstandelijke beoordeling van een aanvraag om omgevingsvergunning voor de activiteit "bouwen" en als stedenbouwkundig / planologisch kader voor de verlening van een omgevingsvergunning in afwijking van de regels uit het bestemmingsplan;

- Reclame-uitingen niet zijnde een bouwwerk, waarvoor op basis van artikel 4:15 van de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) juncto artikel 2.2, lid 1 onder h en i, van de Wabo wel een omgevingsvergunning is vereist, hierbij valt te denken aan vlaggen, raamplakaten, etc.
- Reclame-uitingen die niet-omgevingsvergunningplichtig zijn en/of onder artikel 4:15 van de APV vallen, zijn vergunningvrij.

3.3 Privaatrecht

De mogelijkheid bestaat om aan, op of boven gemeente-eigendommen reclameobjecten aan te brengen. Voor dit gebruik van gemeentegrond is een afzonderlijke privaatrechtelijke toestemming (bijvoorbeeld in de vorm van een toestemmingsbrief of een overeenkomst) van de gemeente nodig op grond van het eigendomsrecht. De gemeente kan hiervoor een financiële vergoeding of tegenprestatie in natura vragen (zoals een voorziening die door de reclamemaker wordt geleverd en onderhoudswerkzaamheden die door de reclamemaker worden uitgevoerd). Reclame-uitingen kunnen op basis van het eigendomsrecht ook worden verwijderd van grond of bouwwerken die in eigendom zijn van de gemeente Uitgeest.

Bij de beoordeling omtrent een privaatrechtelijke toestemming, zal in ieder geval gekeken worden naar de kwaliteit van de reclamemedragers, eventuele juridische consequenties en overige randvoorwaarden. Ook de vergoeding zal meegenomen worden bij deze beoordeling. Bij het opstellen van een toestemmingsbrief of een overeenkomst, zijn de volgende elementen van belang:

- De looptijd dient niet langer te zijn dan 5 jaar waarbij een stilzwijgende verlenging voor telkens 5 jaar geldt en een opzegtermijn van minimaal een half jaar voor het einde van de looptijd van de overeenkomst;
- Er dient sprake te zijn van een prijsindexering;
- Geen overbodige verplichtingen voor de gemeente;
- De gemeente dient gevrijwaard te zijn van aansprakelijkheid voor schade;
- De gevolgen van het contract dienen zo min mogelijk extra werk voor de gemeente op te leveren;
- Uit de bepalingen in het contract dienen bij voorkeur geen additionele kosten voor de gemeente voort te komen;
- Het contract mag niet stilzwijgend verlengd worden.

3.4 Overige wetten en regelgeving

In de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht, de Wet milieubeheer (bv. regels omtrent lichtsterkte), de Monumentenwet, de Erfgoedverordening Uitgeest en de Landschapsverordening Noord-Holland zijn ook aspecten met betrekking tot reclame te vinden. Deze regelgeving reguleert onder meer aspecten van reclames met betrekking tot ruimtelijke ordening, bouwkundige constructie, monumentale en welstandelijke aspecten. Onderhavig reclamebeleid geldt niet indien bovengenoemde regelgeving van toepassing is.

4. Beheervisie en -strategie

4.1 Beheervisie

De gemeente Uitgeest streeft naar een kwalitatief hoogwaardig dorpsgezicht. Reclame kan door veelkleurigheid en variatie een positieve bijdrage leveren aan de identiteit van het dorp. Er moet wel een balans tussen de behoefte aan reclame en het uiterlijk aanzien van het dorp gevonden worden. Om dit te kunnen realiseren is een helder en samenhangend gemeentelijk reclamebeleid nodig. Dit beleid functioneert als kader waarbinnen ontwikkelingen mogelijk kunnen worden gemaakt. Specifieke (waaronder onder meer technische) voorwaarden waaraan moet worden voldaan binnen het in dit beleid genoemde kader, zullen nader worden bepaald.

De uitgangspunten luiden als volgt:

- 1) Reclame-uitingen zijn in principe mogelijk;
- 2) Beperkingen aan reclame-uitingen dienen te worden gesteld vanwege het streven naar een kwalitatief hoogwaardig dorpsgezicht;
- 3) Beheerste groei van het aantal en soort reclame-uitingen ten opzichte van de nulmeting;
- 4) Er dient te worden gezorgd voor een zodanige regeling dat het reclamemaken op gemeentegrond, meer dan momenteel het geval is, inkomsten oplevert voor de gemeente. Dat kan via inkomsten uit een financiële vergoeding die de reclamemaker aan de gemeente betaalt of uit een vergoeding in natura. Per aanvraag en situatie zal er gekeken worden welke vergoeding het meest wenselijk wordt geacht;
- 5) Onderscheid maken tussen verschillende gebieden met gebiedsgerichte toetsingscriteria;
- 6) Er dient effectief te worden gehandhaafd om het beoogde kwalitatief hoogwaardige dorpsgezicht te kunnen realiseren en te behouden.

4.2 Beheerstrategie

Na inwerkingtreding van deze nota zal het nieuwe beleid van toepassing zijn op alle nieuwe reclame-uitingen. Voor bestaande reclame-uitingen, die niet voldoen aan de voorgestelde richtlijnen, maar waar minimaal 10 jaar min of meer niet op is gehandhaafd, wordt een generaal pardon toegepast. Voor reclame-uitingen jonger dan 10 jaar, wordt een overgangsregeling (van maximaal twee jaar) toegepast waarin alle reclame-uitingen aan de nieuwe richtlijnen moeten voldoen. De overgangstermijn zal per reclame-uiting en situatie worden bepaald, waarbij er gekeken wordt naar de belangen van de reclamemaker en de gemeente (waaronder het straatbeeld en de financiële consequenties voor de reclamemaker).

Voorafgaand aan het daadwerkelijk optreden tegen de aanwezigheid van ongewenste reclame, zal het nieuwe beleid en de doelstellingen van het beleid uitgebreid gepubliceerd worden. Vanuit dit perspectief zal met name via de website van de gemeente Uitgeest en De Uitgeester aandacht worden gevraagd voor het nieuwe reclamebeleid. Daarnaast zullen de ondernemersverenigingen (OHBU en OVU) en de winkeliersvereniging (Citadel) specifiek op de hoogte worden gebracht. Doel hiervan is dat burgers en bedrijven op de hoogte zijn van de inhoudelijke en procesmatige kant van het nieuwe reclamebeleid, waardoor de implementatie van het beleid soepeler zal verlopen.

4.3 Beheerste uitbreiding van reclame-uitingen

Buitenreclame kent verschillende verschijningsvormen. Hieronder wordt in zijn algemeenheid ingegaan op diverse verschijningsvormen, waarbij moet worden opgemerkt dat niet al deze vormen momenteel in de gemeente Uitgeest terug te vinden zijn. Voor de specifieke criteria van reclame-uitingen per gebied, wordt verwezen naar hoofdstuk 5. Indien er een reclame-uiting niet specifiek is opgenomen als zijnde toegestaan in een gebied, dan is de uiting uitdrukkelijk niet toegestaan.

4.3.1 Handelsreclame

Dakreclame, gevelreclame en stoepborden



Reclame-uitingen op stoepborden dienen uitingen te zijn van tijdelijke aard.

Voor de mogelijkheden en criteria voor deze reclamevormen per gebied wordt verwezen naar hoofdstuk 5.

Dakreclame, gevelreclame en stoepbord

Bouwborden, steiger-/gevel-/reclamedoeken en makelaarsborden

Bouwborden die slechts algemene informatie bevatten over een project zoals de duur van het project en de betrokken partijen, zijn onder de Wabo wetgeving vergunningsvrij geworden en op basis van de APV eveneens vergunningsvrij. Bouwborden die mede dienen voor de (verkoop)promotie van een project dienen wel te worden gezien als een reclame-uiting en hier dient dan ook omgevingsvergunning voor te worden aangevraagd.

Steiger-/gevel-/reclamedoeken en makelaarsborden zijn op basis van de APV vergunningsvrij indien deze een grootte hebben van maximaal 1,5 m². Bij een groter formaat, dient er een vergunning op basis van de Wabo aangevraagd te worden.

Voor de mogelijkheden en criteria voor deze reclamevormen per gebied wordt verwezen naar hoofdstuk 5.



Makelaarsbord

Straatmeubilair met reclame door exploitanten

Het uiten van reclame op abri's en plattegrond informatiekasten is momenteel vastgelegd in een privaatrechtelijke overeenkomst tussen de gemeente Uitgeest en exploitanten. Ondernemers die gebruik willen maken van dit soort reclame-uitingen kunnen zich wenden tot de betreffende exploitant. Het plaatsen van mupi's is onder voorwaarden mogelijk binnen de gemeente Uitgeest. De exploitatie hiervan zal uitbesteed worden, waarbij er eveneens een privaatrechtelijke overeenkomst aan de exploitatie ten grondslag zal liggen.

Bij een aanvraag vindt beoordeling plaats van in ieder geval de verkeersveiligheid, de kwaliteit van de reamedragers, de voorgestelde vergoeding, eventuele juridische consequenties en overige randvoorwaarden.

Straatmeubilair met reclame is mogelijk in de gebieden 'Dorpskern', 'Bedrijventerrein' en 'Buitengebied'.



Mupi



Abri



Plattegrond informatiekast

Billboards

Billboards of andere reclame-uitingen van een soortgelijk groot formaat, worden niet wenselijk geacht in de gemeente Uitgeest. Dergelijke reclame-uitingen worden dan ook niet toegestaan.



Billboards



Driehoeksborden / dubbelzijdige borden om lichtmasten

In de gemeente Uitgeest staan voornamelijk geen driehoeksborden of dubbelzijdige borden om lichtmasten. Dergelijke reclame-uitingen op lichtmasten worden niet onwenselijk geacht in de gemeente Uitgeest, mits de exploitatie hiervan zal worden uitbesteed aan een partij waarmee een privaatrechtelijke overeenkomst wordt afgesloten. In deze overeenkomst dient onder meer bepaald te worden om welke lichtmasten het is toegestaan driehoeksborden of dubbelzijdige borden te plaatsen. Kartonnen 'sandwichborden' om lichtmasten zijn niet toegestaan.

Driehoeksbord

Driehoeksborden of dubbelzijdige borden om lichtmasten dienen bij voorkeur te worden aangewend om tijdelijke activiteiten, zoals verkiezingen of evenementen, onder de aandacht te brengen.

Bij een aanvraag vindt beoordeling plaats van in ieder geval de verkeersveiligheid, de kwaliteit van de reclamedragers, de voorgestelde vergoeding, eventuele juridische consequenties en overige randvoorwaarden.

Driehoeksborden / dubbelzijdige borden om lichtmasten zijn alleen mogelijk in de gebieden 'Dorpskern' en 'Bedrijventerrein'.



Lichtmastreclame

Lichtmastreclame

In 2002 is een verzoek om het plaatsen van lichtmastreclame afgewezen. In dit beleid wordt lichtmastreclame wel toegestaan om ondernemers toch de gelegenheid te geven hun onderneming onder de aandacht te brengen zonder dat dit een verrommeling van het straatbeeld hoeft in te houden. Toestemming om een dergelijke reclame-uiting te realiseren is aan voorwaarden gebonden. Buiten specifieke technische vereisten en de aanwijzing door de gemeente van de locatie waar de uiting mogelijk is, dient de ondernemer, buiten een vergoeding aan de gemeente om reclame kunnen te maken, alle kosten te dekken die gemaakt dienen te worden om de gewenste reclame-uiting mogelijk te maken.

Bij een aanvraag vindt beoordeling plaats van in ieder geval de verkeersveiligheid, de kwaliteit van de reclamedragers, de voorgestelde vergoeding, eventuele juridische consequenties en overige randvoorwaarden. Lichtmastreclame is alleen mogelijk in de gebieden 'Dorpskern' en 'Bedrijventerrein'.

Reclamemasten

Reclamemasten zijn doorgaans gesitueerd langs Rijkswegen. Door het grote aantal dagelijkse passanten vormt de A9 een aantrekkelijke locatie voor het plaatsen van een reclamemast. Aan de rand van het bedrijventerrein is reeds een reclamemast gesitueerd op private grond. Een reclamemast kan bijdragen aan extra inkomsten voor de reclamemaker(s), maar ook voor de gemeente wanneer de voor de reclamemast te gebruiken grond wordt verhuurd. Een reclamemast brengt echter ook nadelen met zich mee (te denken valt aan horizonvervuiling). Plaatsing van een tweede reclamemast wordt in Uitgeest niet wenselijk geacht.

Megavitrynes

Een megavitryne betreft een reclamevitryne (zoals een abri of een billboard) met een oppervlak van circa 18 m². Deze reclamevorm wordt voor de gemeente Uitgeest niet wenselijk geacht.

Reclamedisplays

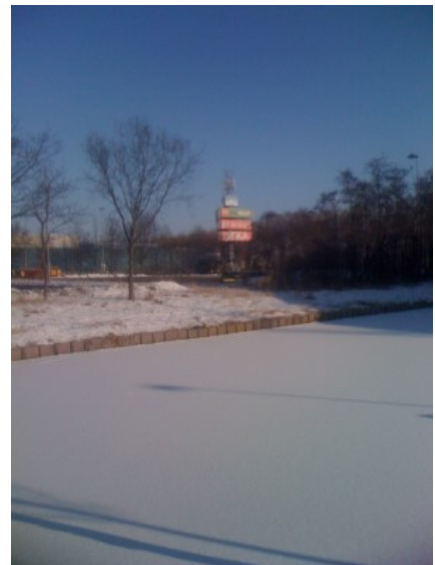
Reclamedisplays worden doorgaans vooral gebruikt voor gemeentelijke informatie, zoals sociale en culturele manifestaties, sportevenementen, open dagen en actuele (nieuws)berichten. Een reclamedisplay kan gecombineerd worden met een reclamebord. Soortgelijke reclame-uitingen waren enkele jaren geleden aanwezig in Uitgeest bij invalswegen, waarbij de exploitatie ervan was uitbesteed. De gemeente Uitgeest staat in de toekomst niet onwelwillend tegenover het uitbesteden van de exploitatie van een dergelijke reclame-uiting, afhankelijk van het aanbod en de uitvoering. De voorwaarden over de exploitatie zullen vastgelegd worden in een privaatrechtelijke overeenkomst.

Bij een aanvraag vindt beoordeling plaats van in ieder geval de verkeersveiligheid, de kwaliteit van de reclamedragers, de voorgestelde vergoeding, eventuele juridische consequenties en overige randvoorwaarden.

Het plaatsen van een reclamedisplay is alleen mogelijk in de gebieden 'Dorpskern' en 'Bedrijventerrein'.

Reclamedisplay

Reclamemast





Reclame op- of aan wagens

Het plaatsen van een oplegger, aanhanger of een voertuig met het voornaamste doel reclame te maken, wordt in de gemeente Uitgeest niet toegestaan in verband met de schadelijke invloed hiervan voor het uiterlijk aanzien en/of de leefbaarheid van de gemeente Uitgeest.

Een omgevingsvergunning zal voor een dergelijke reclame-uiting dan ook niet worden verleend.

4.3.2 Ideële reclame

Het uiten van ideële reclame zelf valt onder het openbaren van gedachten en gevoelens en is op basis van artikel 7 Grondwet een grondrecht. De media die veelal gebruikt worden om dergelijke reclame te uiten, worden hieronder besproken.



Reclamezuilen

Reclamezuilen hebben vaak een tweede functie in de vorm van zitbankjes of zelfs een geïntegreerd toilet en watervoorziening voor schoonmaakwerkzaamheden. Vooralsnog is de noodzaak en de wenselijkheid voor het plaatsen van een reclamezuil in Uitgeest niet aangetoond (zie het advies aan burgemeester en wethouders van 3 april 2006). Het plaatsen van een reclamezuil is dan ook niet toegestaan in de gemeente Uitgeest.

Reclamezuil

Aanplakborden

Er zijn (vooralsnog) op twee locaties binnen de gemeente Uitgeest aanplakborden geplaatst; op het Anna van Renesseplein en langs de Melis Stokelaan. Op deze aanplakborden kan men zonder voorafgaande toestemming een aankondiging van activiteiten doen.

4.3.3 Reclame op rotondes

Door reclame op -door de gemeente daartoe aan te wijzen- rotondes mogelijk te maken, biedt de gemeente enerzijds lokale ondernemers de kans om op onderscheidende wijze reclame te maken voor hun bedrijf. Anderzijds kan deze vorm van reclame in de openbare ruimte jaarlijks reclame-inkomsten opleveren voor de gemeente. De gemeente blijft eigenaar van de grond. In een gebruiksovereenkomst worden onderlinge afspraken vastgelegd.

De werkwijze dient te geschieden op de volgende wijze. Een bedrijf 'adopteert' een rotonde. Het bedrijf wordt onder bepaalde voorwaarden in de gelegenheid gesteld om de rotonde naar eigen inzicht in te richten. Het bedrijf zorgt voor het onderhoud van de rotonde. In ruil hiervoor mag het bedrijf, onder bepaalde voorwaarden, reclame maken op de rotonde. Eventuele kosten voor de inrichting én de kosten voor het onderhoud zijn voor rekening van het bedrijf.

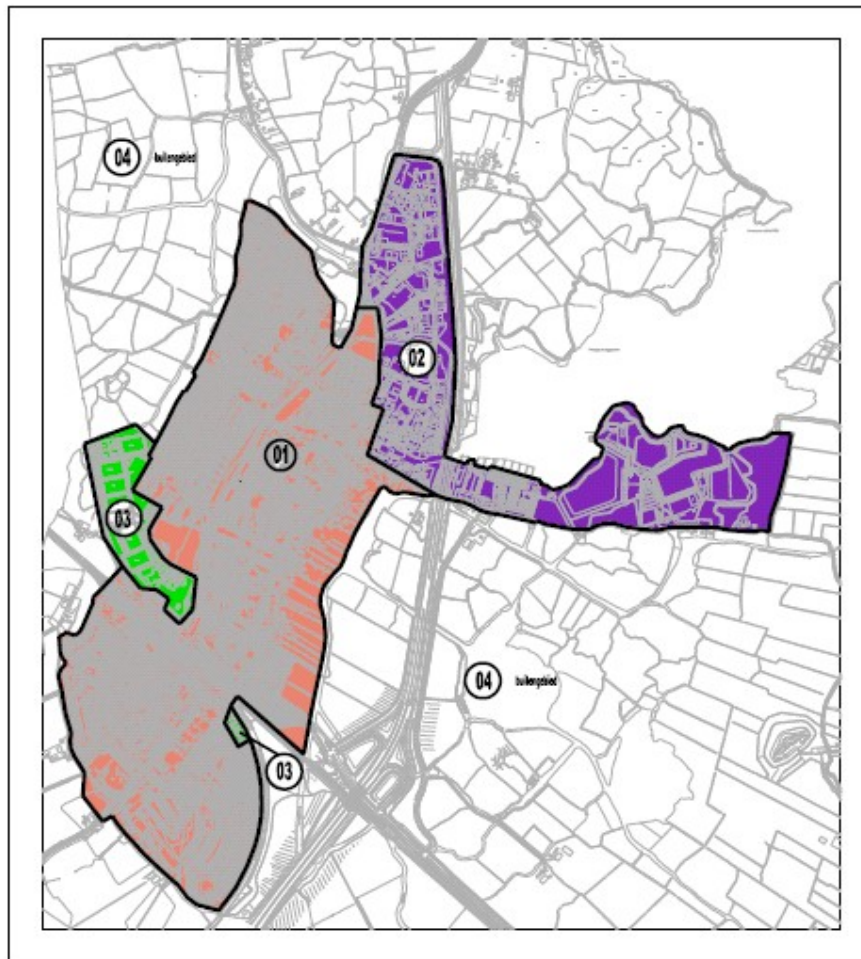
Bij een aanvraag vindt beoordeling plaats van in ieder geval de verkeersveiligheid, de redelijke eisen van welstand (zie ook onder 5.2), de kwaliteit van de reclamedragers, de voorgestelde vergoeding, eventuele juridische consequenties en overige randvoorwaarden. Indien het college dit wenst, zal de Welstandscommissie advies uitbrengen over een aanvraag.

Het plaatsen van een reclame op rotondes is alleen mogelijk in de gebieden 'Dorpskern' en 'Bedrijventerrein'.

5. Gebiedsgerichte aanpak

De gemeente Uitgeest streeft in het hele dorp een visueel aantrekkelijke buitenruimte na. Door beleidsregels af te stemmen op de verschillende gebieden wil de gemeente dit bewerkstelligen. Bij de indeling van de verschillende gebieden hanteert de gemeente de volgende indeling:

- Dorpskern (inclusief stationsgebied);
- Bedrijfsgebied (inclusief recreatieterrein en jachthaven);
- Sportaccommodaties en sportcomplexen;
- Buitengebied.



5.1 Algemeen geldende regels voor reclame

Hieronder volgen de algemene randvoorwaarden waaraan buitenreclame in de gemeente Uitgeest dient te voldoen. Het uitgangspunt is dat buiten de in dit hoofdstuk per gebied genoemde uitingen, geen andere reclame-uitingen toegestaan zijn. In bijlage 1 is een overzicht opgenomen met definities.

Ruimtelijke kwaliteit

Buitenreclame moet in de schaal en de sfeer van de omgeving passen; ermee in evenwicht zijn. De reclame-uiting dient daarnaast esthetisch en ethisch aanvaardbaar te zijn en moet bij voorkeur een toegevoegde waarde hebben voor de openbare ruimte. Het is van belang het dorp niet te beschouwen als een verzameling van functies, maar als een verblijfsruimte voor bewoners en bezoekers waarvan de ruimtelijke kwaliteit zeer belangrijk is en waardoor Uitgeest als een aantrekkelijk dorp wordt ervaren.

Economie

Ter versterking van het bedrijfsleven en in het kader van de economische promotie, wordt gewerkt aan de beeldvorming van Uitgeest. Reclame-uitingen kunnen een waardevolle bijdrage leveren aan het imago van Uitgeest als economische vestigingsplaats. Bedrijven moeten zich voldoende kunnen presenteren.

(Verkeers)veiligheid

Bij het aanbrengen en plaatsen van reclame-uitingen moeten uit oogpunt van openbare orde en veiligheid de uitgangen en nooduitgangen van gebouwen en doorgaande routes naar gebouwen te allen tijde worden vrijgehouden ten behoeve van hulpverlenende diensten. Ook de veiligheid en doorstroming van het verkeer mag niet in het gedrang komen.

5.2 Algemene criteria voor reclame

- Reclame dient te voldoen aan redelijke eisen van welstand. Zowel op zichzelf als in relatie tot de omgeving. Reclame moet ethisch en esthetisch verantwoord zijn (kleurstelling, in harmonie met gebouw en omgeving). Fluorescerende kleuren zijn niet toegestaan;
- Reclame moet een direct verband hebben met de activiteiten in het pand of op het perceel (uitgezonderd de reclame-uitingen die specifiek in deze nota staan benoemd);
- Reclame moet binnen de gevellijnen van het pand passen. Het gebouw moet herkenbaar blijven (met uitzondering van geveldoeken ter verberging van renovatie van een pand);
- Reclame-eisen zijn gebiedsgebonden;
- Reclame mag niet hinderlijk zijn voor de omgeving (gebruikers, omwonenden en verkeer). Knipperende reclame-uitingen of reclame-uitingen met veranderend licht (waaronder lichtstrengen) zijn niet toegestaan;
- Het aanbrengen van reclame aan of op de openbare weg is toegestaan mits er aan door het college van burgemeester en wethouders gestelde voorwaarden wordt voldaan;
- Op, aan of bij woningen is het niet toegestaan reclame groter dan 1,5 m² te plaatsen in het kader van 'bedrijf aan huis' of het vergelijkbaar aanbieden van producten/diensten vanuit de woning, behoudens het bepaalde in artikel 4:15 APV. De toegestane 1,5 m² aan reclame mag uitsluitend worden geplaatst in zone 1 van de woning (zie onder 5.3.1) of op een losstaande reclame-uiting op het betreffende perceel, waarbij de reclame-uiting niet hoger dan 1,5 meter (inclusief eventueel voetstuk) boven maaiveld uit mag steken;
- De toegestane oppervlakte voor reclame is afhankelijk van de grootte van het pand. Een en ander is gebiedsgebonden.
- Bij de oppervlaktemeting van raamplakkaten dient gekeken te worden naar het geheel van de reclame-uiting. Indien het alleen om een uiting van letters gaat, dan dient er om het geheel van de letters een denkbeeldig kader geplaatst te worden waarbij dit kader in oppervlakte opgemeten wordt. Indien het gaat om een uiting met letters en hieromheen een herkenbaar logo of herkenbare kleur, dan wordt de oppervlakte van de gehele uiting inclusief deze herkenbare logo of kleur opgemeten.

5.3 Gebiedsgerichte criteria voor reclame

Wanneer men zich aan onderstaande criteria houdt, is een reclamevergunning op basis van APV dan ook niet vereist. Ontheffing van de omgevingsvergunningplicht voor de activiteit bouwen is niet mogelijk.

5.3.1 Criteria voor de dorpskern (inclusief stationsgebied)

Gevelreclame

Voor de dorpskern zijn specifieke welstandscriteria opgesteld. Deze welstandscriteria gelden als uitgangspunt voor de hier geformuleerde regelgeving. Bij het aanbrengen van reclame op gebouwen in de dorpskern wordt voorts een zonering aangehouden, te weten:

- Zone 1: de begane grond;
- Zone 2: de borstweringstrook boven de begane grond;
- Zone 3: dat deel van de gevel boven zone 2.

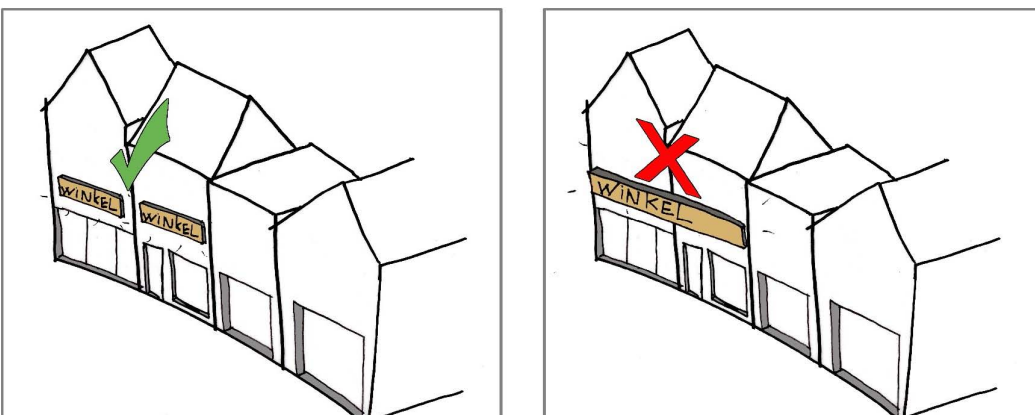


- Het aantal vierkante meters aan toegestane reclame-uitingen voor bedrijfspanden of winkelpanden wordt bepaald op basis van de gebruiksoppervlakte (GO) per pand conform de Basis Administratie Gebouwen (BAG).

Bij een GO tussen 0 m ² - 350m ²	Maximaal 6m ² aan reclame-uitingen
Bij een GO tussen 351m ² - 1000m ²	Maximaal 9m ² aan reclame-uitingen
Bij een GO tussen 1001m ² - 2000m ²	Maximaal 12m ² aan reclame-uitingen
Bij een GO van meer dan 2000m ²	Maximaal 15m ² aan reclame-uitingen

- Indien een winkelbedrijf gehuisvest is in meerdere panden en/of in een pand dat in meerdere compartimenten is ingedeeld, dan geldt de grens per compartiment (de parcelleringsgrens) als uitgangspunt. De buitenste muurvakken (zijpanenten) in de gevel dienen vrijgehouden te worden. Ten aanzien van het vrijhouden van deze muurvakken kan een uitzondering worden gemaakt indien het vrijhouden hiervan leidt tot bouwtechnische problemen.

Onderstaande afbeelding visualiseert het vrijhouden van zijpenanten.



- Raamplakaten zijn uitsluitend toegestaan in zone 1. Het aantal uitingen wordt berekend aan de hand van het aantal gevels waarop raamplakaten aangebracht worden.
- Reclame op zonwering is uitsluitend toegestaan in zone 1. Het aantal uitingen wordt berekend aan de hand van het aantal gevels waarop zonwering aangebracht wordt.
- Vlaggen zijn toegestaan mits de vlaggenstok of banier is bevestigd onder de vloer van de eerste verdieping en minimaal 0,5 meter van het aanpalende pand of de perceelsgrens. Bij meerdere exemplaren per gevel dienen de vlaggen, vaandels of banieren identiek te zijn uitgevoerd. Per 2 meter gevel is één vlag, vaandel of banier toegestaan met een maximum van 3 stuks per gevel.
- In zone 2 zijn enkelzijdige (plat op de gevel) reclameborden c.q. objecten uitsluitend toegestaan mits passend in de structuur van de gevel. Enkelzijdige borden kennen een maximale hoogte van 1 meter en beslaan maximaal 75% van de gevelbreedte met een maximum van 5 meter.
- Dubbelzijdige (haaks op de gevel) reclameborden c.q. objecten zijn uitsluitend toegestaan in zone 2 mits welstandsaspecten en/of verkeersveiligheid zich daartegen niet verzetten. Dubbelzijdige reclameborden kennen een maximale hoogte van 1 meter bij een breedte van maximaal 1 meter en een dikte van 0,2 meter (afmetingen zijn inclusief bevestigingsconstructie). De diameter van een rond bord mag maximaal 0,8 meter bedragen.
- In zone 1 en 2 zijn reclame-uitingen met binnenverlichting toegestaan, behoudens bij monumenten en afhankelijk van het bepaalde in het Activiteitenbesluit en de Wet milieubeheer. Indien het voorgaande niet van toepassing is, dan geldt de algemene richtlijn betreffende lichthinder reclameverlichting van het NSVV.
- In zone 3 zijn geen reclames toegestaan in verband met overlast voor eventuele woningen boven de winkels, uitgezonderd op blinde gevels (zonder ramen) of wanneer er geen woningen aanwezig zijn op die etage en behalve indien het college van burgemeester en wethouders besluit dat uit oogpunt van welstand en/of verkeersveiligheid plaatsing van reclame in zone 2 ongewenst is.

Overige reclame in openbare ruimte

- Stoepborden / losstaande reclameobjecten zijn vergunningsvrij toegestaan indien de maximale oppervlakte van 1,5 m² niet wordt overschreden, mits geplaatst voor het betreffende winkelbedrijf of standplaats/kraam en mits de stoepbreedte dit toelaat uit het oogpunt van verkeersveiligheid en/of welstand waarbij er een vrije doorgang moet zijn gegarandeerd van 1,20 meter.
- Gevelprojectie is niet toegestaan.
- Opschriften en aankondigingen van kennelijk tijdelijke aard, voor zolang zij feitelijke betekenis hebben, mogen niet groter dan 1,5 m² zijn.

- Terrasafscheidings, parasols en vlaggen mogen reclame bevatten bestaande uit de naam van de horecavoorziening en de naam, het logo of beeldmerk van producten die in de horecavoorziening verkocht worden.

5.3.2 Criteria voor het bedrijfsgebied (inclusief recreatieterrein en jachthaven)

De doorgaans grote schaal van de bebouwing maakt een ruime hoeveelheid aan reclame mogelijk. Uitgangspunt is dat de reclame tegen het gebouw of op het eigen terrein dient te worden geplaatst.

Gevelreclame

- Het aantal vierkante meters aan toegestane reclame-uitingen voor bedrijfspanden en bedrijfspercelen wordt bepaald op basis van de gebruiksoppervlakte (GO) per pand conform de Basis Administratie Gebouwen (BAG).

Bij een GO tussen 0 m ² - 500m ²	Maximaal 12m ² aan reclame-uitingen
Bij een GO tussen 501m ² - 1000m ²	Maximaal 18m ² aan reclame-uitingen
Bij een GO tussen 1001m ² - 2000m ²	Maximaal 24m ² aan reclame-uitingen
Bij een GO van meer dan 2000m ²	Maximaal 30m ² aan reclame-uitingen

- Bij meerdere bedrijven in één pand dient het aantal toegestane reclame-uitingen verdeeld te worden over het aantal bedrijven.
- Enkelzijdige reclameborden zijn toegestaan passend in de structuur van de gevel.
- Bij horizontale plaatsing mogen enkelzijdige reclameborden op de gevel niet breder zijn dan 6 meter bij een hoogte van 2 meter.
- Bij verticale plaatsing mogen enkelzijdige reclameborden op de gevel niet breder zijn dan 0,8 meter bij een hoogte van 2 meter.
- Enkelzijdige reclameborden mogen maximaal 0,3 meter uit de gevel steken (inclusief bevestigingsconstructie).
- Dubbelzijdige reclameborden zijn toegestaan -mits welstandsaspecten en/of verkeersveiligheid zich daartegen niet verzetten- loodrecht op de gevel met een maximale dikte van 0,2 meter en maximaal 1,2 meter uit de gevel stekend. De maximale hoogte bedraagt 1 meter bij een breedte van maximaal 1 meter (inclusief bevestigingsconstructie).
- Binnenverlichting of aangelicht is toegestaan, afhankelijk van het bepaalde in het Activiteitenbesluit en de Wet milieubeheer.
- Op de dakrand van het bedrijfspand mag boven de hoofdentree reclame worden geplaatst, met een maximum van 4 meter breed, 0,5 meter diep en 1,5 meter hoog;
- Raamplakaten zijn toegestaan.
- Vlaggen zijn toegestaan minimaal 0,5 meter van het aanpalende pand of de perceelsgrens. Bij meerdere exemplaren per gevel dienen de vlaggen, vaandels of banier identiek te zijn uitgevoerd. Per 3 meter gevel is één vlag, vaandel of banier toegestaan.

Overige reclame

- Vlaggen aan vlaggenmasten zijn toegestaan op eigen terrein met een maximum van 5 vlaggen per perceel, onafhankelijk van het aantal bedrijven op dat perceel. Alle masten moeten dezelfde hoogte hebben met een maximum van zes meter. Uniformiteit qua maatvoering.
- Eén losstaand reclameobject is toegestaan. Deze dient voor de hoofdentree van het bedrijf geplaatst te zijn (maximaal 3,5 meter hoog en 2 meter breed).
- Stoepborden zijn vergunningsvrij toegestaan indien de maximale oppervlakte van 1,5 m² niet wordt overschreden, mits geplaatst op eigen terrein voor het betreffende bedrijf en mits de stoepbreedte dit toelaat uit het oogpunt van verkeersveiligheid en/of welstand waarbij er een vrije doorgang moet zijn gegarandeerd van 1,20 meter.
- Opschriften en aankondigingen van kennelijk tijdelijke aard, voor zolang zij feitelijke betekenis hebben, mogen niet groter dan 10 m² zijn.

5.3.3 Criteria voor sportaccommodaties en sportcomplexen

- Ten aanzien van het hoofdgebouw van de sportlocatie gelden de volgende regels:
 - Uitsluitend één reclame-uiting is toegestaan aan de gevel boven de hoofdentree;
 - Enkelzijdige reclame-uitingen plat aan de gevel kennen een maximumhoogte van 0,6 meter en zijn maximaal 2 meter breed;
 - Binnenverlichting is toegestaan, afhankelijk van het bepaalde in het Activiteitenbesluit en de Wet milieubeheer;
- Reclameborden langs sportvelden dienen gericht te zijn op het veld en mogen niet verlicht zijn. Naar buiten gerichte reclame (reclameborden) is niet toegestaan.
- Vlaggen aan masten en vlaggen aan de gevel zijn toegestaan op het eigen terrein met een maximum van 5 vlaggen per perceel. Alle masten moeten dezelfde hoogte hebben met een maximum van acht meter. Uniformiteit qua maatvoering is het uitgangspunt.
- Terrasafscheidings, parasols en vlaggen mogen reclame bevatten bestaande uit de naam van de horecavoorziening en de naam, het logo of beeldmerk van producten die in de horecavoorziening verkocht worden.

5.3.4 Criteria voor het buitengebied

Voor zover de Landschapsverordening Noord-Holland niet van toepassing is, zijn in het buitengebied geen reclame-uitingen toegestaan met uitzondering van twee onverlichte reclameborden per bedrijfsperceel met een maximale oppervlakte van 1,5 m² voor tijdelijke (seizoens)verkoop van eigen producten.

6. Efficiënte en effectieve toezicht en handhaving

De afgelopen jaren heeft het toezicht op- en de handhaving van ongeoorloofde reclame-uitingen een lage prioriteit gehad binnen de gemeente Uitgeest. Een meer strikte aanpak hiervan is vanuit het oogpunt van kwaliteit van de openbare ruimte gewenst, maar zal een grotere inspanning vergen van het ambtelijk apparaat met betrekking tot het verrichten van (her-)controles, aanschrijvingen, zienswijzen en/of bezwaren.

Om tot een goede uitvoering van het onderhavige reclamebeleid over te gaan, is er een nulmeting gedaan waarbij alle momenteel aanwezige reclameobjecten zijn vastgelegd. Deze inventarisatie heeft onder meer gediend als basis voor het formuleren van toetsingscriteria van het reclamebeleid, maar dient ook als uitgangspunt voor het optreden tegen ongeoorloofde reclame-uitingen.

Besloten is de volgende aanpak te hanteren met betrekking tot toezicht en handhaving:

- 1) Na inwerkingtreding van deze nota zal het nieuwe beleid van toepassing zijn op alle nieuwe reclame-uitingen.
- 2) Er wordt ingezet op preventieve handhaving door uitgebreide voorlichting en overleg met de gemeentelijke ondernemersvereniging(en) en winkeliersvereniging(en).
- 3) Bestaande en vergunde reclame-uitingen worden gerespecteerd, ook als zij niet voldoen aan de uitgangspunten van het onderhavige nieuwe reclamebeleid.
- 4) Het strikter toezien en handhaven op ongeoorloofde (bestaande en nieuwe) reclame-uitingen zal plaatsvinden vanaf medio 2012.
- 5) Bestaande reclame-uitingen, die niet voldoen aan de voorgestelde richtlijnen, maar waarop minimaal 10 jaar niet is gehandhaafd (de bewijslast ligt bij de reclamemaker), wordt een 'generaal pardon' toegepast.
- 6) Voor ongeoorloofde reclame-uitingen jonger dan 10 jaar, wordt een overgangsregeling van maximaal twee jaar toegepast waarin alle reclame-uitingen aan de nieuwe richtlijnen moeten voldoen. Ondernemers die recent hebben geïnvesteerd in een nieuwe reclame-uiting hebben zodoende te maken met een redelijke afschrijvingsduur.
- 7) Bij een nieuwe aanvraag voor een reclame-uiting op een locatie waar, op een andere bestaande / eerdere reclame-uiting, het hierboven gestelde onder 3, 5 of 6 van toepassing was, is het nieuwe beleid onverkort geldend.

7. Hardheidsclausule

Burgemeester en Wethouders handelen volgens dit beleid, tenzij dat voor één of meer belanghebbenden gevolgen zou hebben, die wegens bijzondere omstandigheden onevenredig zijn in verhouding tot de met dit beleid te dienen doelen. De Welstandscommissie en in voorkomende gevallen de Monumentencommissie, dienen in principe in de gelegenheid te worden gesteld om te adviseren over een voornemen tot afwijking van dit beleid.

8. Monitoring en evaluatie

Twee jaar na vaststelling van dit beleid zal het geëvalueerd worden, waarbij er wordt bekeken of het nieuwe beleid effectief, efficiënt en goed handhaafbaar is. Bij de uitvoering van het beleid kunnen immers knelpunten gesignaleerd worden. Mocht het college van burgemeester en wethouders omgevingsvergunningen voor reclame-uitingen hebben vergund in afwijking van het reclamebeleid, dan zal dit worden meegenomen in de beleidscyclus en kunnen toetsingscriteria, indien nodig, worden aangepast.

Bij de evaluatie na twee jaar zal beoordeeld worden of en wanneer er vervolgevaluaties plaats dienen te vinden.

Bijlage: Begripsomschrijvingen

Aanduidingbord: een bord met daarop verwijzing naar bedrijven die in de nabije omgeving zijn gevestigd.

Aangelichte reclame: reclame aangelicht door een kunstlichtbron, anders dan openbare verlichting.

Abri: bushokje met dikwijls reclame daarop aangebracht.

Dubbelzijdig reclamebord of object: gevelreclame in de vorm van een loodrecht op de gevel van een bouwwerk aangebracht verlicht of onverlicht voorwerp.

Enkelzijdig reclamebord of -object: gevelreclame in de vorm van een plat tegen de gevel van een bouwwerk of tegen een luifel aangebracht verlicht of onverlicht voorwerp, of een daarmee overeenkomende reclame.

Evenementenborden: reclames langs gebiedsontsluitingswegen waarop informatie over evenementen in Uitgeest e.o. worden getoond.

Gebiedsontsluitingsweg: zie de definitie van het Centrum voor Regelgeving en Onderzoek in de Grond-, Water-en Wegenbouw en de Verkeerstechniek (hierna: CROW).

Gevelreclame: de reclame op of aan de gevel van een onroerende zaak (ook naamsduidingen).

Handelsreclame: iedere openbare aanprijzing van zaken of diensten, of naamsaanduiding waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen.

Hoofdgebouw: het gebouw waarin de hoofdentree is gesitueerd.

Lichtreclame: reclame voorzien van een kunstlichtbron.

Makelaarsbord: reclame ten behoeve van de verkoop of verhuur van een woning of ander pand, aangebracht tegen een ruit over gevelwand of op het erf.

Mupi: straatmeubilair in de vorm van verlichte reclamezuil.

(Permanente) reclamezuil of constructie: elk rechtopstaand (draag)lichaam met een aanmerkelijk grotere lengte dan breedte dat in bouwkundige zin dienst doet als draaglichaam voor reclameplaten.

Reclamedoek: een framedoek doorgaans verbonden aan een aluminium frame.

Raamplakaten: reclame aangebracht tegen een ruit.

Steigerdoek of geveldoek: een doek verbonden aan een steiger met reclame

Stoepbord: een reclamebord niet vastgenageld aan de grond doorgaans geplaatst in het openbaar gebied voor het pand.

Tijdelijke reclame: borden of (span)doeken waarop reclame wordt gemaakt voor een bepaald (commercieel) evenement, opening van een bedrijf, verhuur of verkoop van onroerend goed of een bouwproject.

Verwijsborden: borden met uitingen die uitsluitend zijn gericht op de vindbaarheid van objecten zoals musea, sportvoorzieningen, toeristische attracties, stadswijken, e.d. Zolang deze verwijsborden niet zijn voorzien van reclame-uitingen (daaronder vallen overigens ook namen van sponsors) is er geen sprake van reclame in de zin van deze nota. Is dat wel het geval, dan vallen verwijsborden onder het begrip reclame.

Vlag: een vlag, wimpel, vaandel of banier, met het kennelijke doel om reclame te maken.

Zonwering: een constructie aangebracht aan de gevel die de overlast van zonlicht en warmte ten gevolge van zonlicht moet tegengaan.