

Registratienummer:	RVO12.0169	Portefeuillehouder:	P.N. Bruin
Van afdeling:	Veiligheid, Vergunningen en Handhaving	Ter inzage gelegde stukken / bijlagen:	<ul style="list-style-type: none">• reclamenota "Bedrijven (positief) in beeld"• gewijzigde welstandsparagraaf reclame-uitingen• ingediende zienswijzen en de reactie hierop•
Behandelend ambtenaar:	M.A.M. Rodenburg		
Telefoonnummer:	(0223) 67 8614		
E-mail adres:	m.rodenburg@denhelder.nl		
Onderwerp:	reclamenota "Bedrijven (positief) in beeld"		

Gevraagd besluit:

- de reclamenota "Bedrijven (positief) in Beeld" vast te stellen (versie april 2012);
- de gewijzigde welstandsparagraaf "reclame-uitingen" (paragraaf 2.6 van de welstandsnota van de Gemeente Den Helder) vast te stellen

Publiekssamenvatting

Het reclamebeleid van de gemeente Den Helder is verouderd en toe aan een actualisatie. De thans voorliggende reclamenota "Bedrijven (positief) in beeld" is een kader voor de beoordeling van reclameaanvragen zodat recht wordt gedaan aan de architectuur van de bebouwde omgeving en dient ertoe om aan degenen die een reclame-uiting willen plaatsen vooraf meer duidelijkheid te geven in het gemeentelijk beleid. De kern van de wijziging ten opzichte van de huidige nota is dat de nota is aangevuld met de nieuwste reclamesoorten en de gebiedsgerichte criteria zijn uitgebreid (zo zijn nu bijvoorbeeld voor Willemsoord nieuwe criteria opgesteld alsmede voor het beschermd stads- en dorpsgezicht). De nota heeft gedurende 6 weken ter inzage gelegen waarin diverse zienswijzen zijn ingediend. In september 2011 is de nieuwe reclamenota behandeld door de commissie S&B. De commissie heeft het college verzocht n.a.v. inspraak van de detailhandelsfederatie om opnieuw met deze Federatie om tafel te gaan. Dit heeft inmiddels twee keer plaatsgevonden.

Inleiding

Op verzoek van het college is het huidige "reclame(borden)beleid" geëvalueerd. De huidige reclame(borden)nota is gedateerd (1996). Sindsdien hebben er diverse wijzigingen plaatsgevonden, onder andere is door de raad in mei 2004 de welstandsnota vastgesteld (gewijzigd vastgesteld januari 2010). De welstandscriteria zijn van groot belang voor de regulering van reclame-uitingen. Zij beoordelen de reclame op hun uiterlijk in relatie met de directe omgeving. Hiernaast is de gemeente druk bezig met de stedelijke vernieuwing (Stadshart) alsmede met de ontwikkelingen in Julianadorp en in Nieuw Den Helder. Als laatste is er de wens tot deregulering binnen de gemeente.

De doelstelling van reclamebeleid is: "reclame-uitingen te reguleren ter bescherming van het uiterlijk en de uitstraling van de Gemeente Den Helder, verkeersveiligheid en overlast van derden".

In dit voorstel staat de vraag centraal onder welke voorwaarden de gemeente Den Helder het plaatsen van reclame-uitingen wil toestaan.

Beoogd maatschappelijk resultaat

De thans voorliggende reclamenota "Bedrijven (positief) in beeld" dient ertoe om wildgroei tegen te gaan, alsmede vooraf meer duidelijkheid te geven in het gemeentelijk beleid aan degenen die een reclame-uiting willen plaatsen.

Kader

Iedere gemeente in Nederland mag haar eigen beleid formuleren op het gebied van de fysieke leefomgeving ten aanzien van reclame. De wettelijke kaders die van belang zijn worden benoemd in hoofdstuk 3 van de voorliggende reclamenota. De belangrijkste zijn:

Woningwet:

Belangrijke toetsingsgrond voor aanvragen omgevingsvergunning is het welstandtoezicht (andere toetsingsgronden zijn bijvoorbeeld bestemmingsplan, Bouwbesluit en bouwverordening). Sinds 1 juli 2004 is de gemeente verplicht een welstandsnota te hebben vastgesteld met daarin de criteria voor welstandsbeoordeling. De welstandscommissie (Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit) mag haar advies uitsluitend baseren op de welstandscriteria zoals die zijn opgenomen in de Welstandsnota. De huidige reclamenota (reclame(borden)beleid uit 1966) is vastgesteld als onderdeel van het welstandsbeleid en dus is dit beleid onder andere het toetsingskader voor welstand. Voorliggend reclamebeleid "Bedrijven (positief) in beeld" wordt straks ook vastgesteld als onderdeel van het Welstandsbeleid. Op deze manier kunnen alle omgevingsvergunningplichtige reclame-uitingen getoetst worden aan specifieke richtlijnen voor reclame-uitingen in de openbare ruimte.

Apv (Algemene plaatselijke verordening):

De Algemene plaatselijke verordening bevat op dit moment (uit is gegaan van de door de Raad vastgestelde nieuwe Apv) verschillende artikelen die relevant zijn voor het plaatsen van reclameobjecten: artikel 2:10, artikel 2:42, artikel 4:15, artikel 4:16 en artikel 5:7.

In de Apv staat de algemene verbodsbepaling voor het plaatsen van reclame-uitingen. Hierop gelden een aantal uitzonderingen welke ook worden genoemd in de Apv. Daarnaast is in de Apv een strafbepaling opgenomen op het moment dat het verbod wordt overtreden.

De Apv is alleen van toepassing op het moment dat er geen sprake is van een omgevingsvergunningplicht voor de activiteit "bouwen".

Wabo (Wet algemene bepalingen omgevingsrecht):

Wie iets wil bouwen, verbouwen, oprichten of gebruiken in de fysieke leefomgeving had vroeger te maken met veel vergunningen en veel procedurevoorschriften op het gebied van bouwen, ruimte en milieu. Met de komst van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (hierna Wabo) op 1 oktober 2010 is het voortaan mogelijk in één keer een integrale vergunningsprocedure te doorlopen. Daarnaast moet het bevoegd gezag ervoor zorgen dat de rechtshandhaving adequaat wordt georganiseerd en uitgevoerd. De Wabo vereist dat het bevoegd gezag een handhavingsbeleid voert met een toezichtstrategie en een jaarlijks uitvoeringsprogramma waarin de concrete werkzaamheden worden benoemd. Doel van de opgelegde beleidscyclus is bevordering van een effectieve handhaving en een efficiënte uitvoering hiervan en dat burgers en bedrijven niet onnodig door de handhavingsacties worden belast.

Bij het plaatsen van een reclame-uiting kan men te maken krijgen met diverse soorten vergunningen. De vergunningen zijn onder te verdelen in:

- omgevingsvergunning voor het plaatsen van een reclame-uiting op grond van de Apv;
- omgevingsvergunning voor de activiteit bouwen, indien sprake is van het plaatsen van een (zelfstandig) bouwwerk;
- omgevingsvergunning "monumenten" indien de reclame-uiting wordt geplaatst op of aan een beschermd monument dan wel in het beschermd Stads- en Dorpsgezicht;
- ontheffing van de Provincie, indien sprake van een reclame-uiting welke geen (zelfstandig) bouwwerk is en is/wordt geplaatst in het buitengebied.

Landschapsverordening Noord-Holland:

Voor alle reclame-uitingen buiten de bebouwde kom is een provinciale ontheffing nodig. De toetsingscriteria hiervoor staan beschreven in de Landschapsverordening Noord-Holland 2005. Deze verordening beoogt het landschap te beschermen tegen opschriften, aankondigingen, afbeeldingen, reclameobjecten of constructies. Uitgangspunt is dat elk opschrift, aankondiging, afbeelding, reclameobjecten of constructies daarvoor in principe een aantasting van het landschapsschoon betekenen. Te denken valt daarbij aan opschriften, spandoeken, vlaggen, afbeeldingen, zeppelins en ballonnen, borden, karretjes en voertuigen die gezien kunnen worden vanaf de openbare weg, een spoorweg of een openbaar water.

Gemeentelijk beleid geldt in het buitengebied alleen als de aanvraag omgevingsvergunningplichtig is voor de activiteit "bouwen". Hiervoor moet bij de gemeente een omgevingsvergunningaanvraag worden ingediend. De gemeente heeft dan haar eigen verantwoordelijkheid, waardoor het besluit wel of geen vergunning te verlenen los staat van het besluit van de provincie om de ontheffing wel of niet te verlenen.

Argumenten

1. *Het bieden van een beleidskader voor de toetsing van reclameaanvragen en handhaving van reclame in de openbare omgeving. Hierbij wordt een gemeente nagestreefd die veilig is en een goede uitstraling bezit;*

Reclame betekent opvallen en in de huidige economie is de (buiten)reclame een onverbreekelijk onderdeel van het economische systeem waaraan gigantische bedragen worden besteed. Goede reclame wordt ervaren als een weldadige bijdrage aan de samenleving. Door te grote, te veel, te lelijke en op verkeerde plaatsen aangebrachte reclame gaat het visuele milieu er echter aanzienlijk op achteruit. In het algemeen wordt het dan ook als gewenst beschouwd om het aanbrengen van buitenreclame te reguleren.

Door het opnemen van duidelijke toetscriteria, kan een aanvraag om een vergunning sneller worden afgedaan. Dit versnelt de vergunningverleningsprocedure. Ook de aanvrager weet aan welke criteria hij moet voldoen wil hij een vergunning kunnen krijgen.

2. *Uitbreiding van de reclamerichtlijnen. Nieuwe vormen van reclame zijn niet opgenomen in de huidige reclamenota. Daarnaast zijn de stedenbouwkundige inzichten gewijzigd waardoor nieuwe gebiedscriteria zijn gewenst;*

De huidige reclamenota heeft voor 5 gebieden gerichte criteria opgenomen waaraan een reclame-uiting moet voldoen. Het beleid is echter dynamisch. Was een bedrijf aan huis vroeger een zeldzaamheid, nu is het de normaalste zaak van de wereld. De omgeving en haar bedrijvigheid wijzigt en de economie is sinds 1996 aanzienlijk veranderd. Nieuwe reclamesoorten zijn gekomen die niet zijn opgenomen in het huidige beleid. Voorgesteld wordt daarom om uitgebreidere gerichte toetsingscriteria vast te stellen in het nieuwe beleid. De criteria bestaan dan uit: deel I: algemene criteria, deel II: gebiedsgerichte criteria en deel III: Objectgerichte criteria. De gebiedsindeling is: Woongebieden, Winkelcentra, Binnenstad, Bedrijventerreinen, Beschermd stads- en dorpsgezicht en monumenten (incl. Willemsoord), Sportterreinen, Buitengebied en Overgangsgebieden-Verbindingsassen.

3. *Het scheppen van duidelijkheid naar burgers en bedrijven, maar ook intern gemeentelijk, over de wijze van uitvoering van de vergunningverlening en handhaving op het gebied van reclame in de openbare ruimte (gelijke behandeling);*

Bij het plaatsen van een reclame-uiting kan men te maken krijgen met diverse soorten vergunningen. Een omgevingsvergunning voor het plaatsen van reclame kan benodigd zijn voor de activiteit "bouwen" (voorheen bouwvergunning), "gebruik" (afwijking bestemmingsplan) en voor de inrichting van de fysieke leefomgeving in het kader van de Apv. Mogelijk in combinatie met een omgevingsvergunning voor het wijzigen, gebruiken of laten gebruiken van een beschermd monument.

Elke vergunning kent zijn eigen procedure en afwegingskader. In de nota wordt hier nader op ingegaan.

Ten aanzien van de bestaande reclame-uitingen die nu geplaatst zijn zonder de benodigde vergunning heeft het college in beginsel een handhavingplicht. Ten behoeve van de (concept) handhavingsnota bouwen en ruimtelijke ordening is in het verleden een prioriteitenanalyse uitgevoerd, inclusief de handhaving van reclame-uitingen (nb. deze handhavingsnota is nooit vastgesteld, maar vervangen voor een algemene handhavingsnota. In het uitvoeringsprogramma dat ieder jaar door het college moet worden vastgesteld worden de prioriteiten gesteld/vastgelegd). Gelet op de aanwezige capaciteit kunnen niet alle handhavingstaken op een adequate wijze worden uitgevoerd, hierom zijn prioriteiten gesteld om zo te komen tot handhaving op voldoende/beperkt niveau (handhaving strijdig gebruik en reclame-uitingen zijn beperkt). De handhaving van reclame zal gelet op de prioritering van de handhavingstaken, mede gelet op de strategische visie 2020 in eerste instantie met name gericht zijn op de Binnenstad. De handhaving van (illegale) reclame-uitingen in andere gebieden wordt incidenteel opgepakt. Wanneer de Binnenstad redelijk "op orde" is zal de handhaving verder worden uitgebreid naar andere delen binnen de gemeente.

In hoofdstuk 6 van de onderhavige reclamenota is voorzien in een overgangsregeling. Hierbij zullen de volgende uitgangspunten worden gehanteerd:

1. deze regeling treedt in werking met ingang van de dag na bekendmaking;
2. reclames die thans aanwezig zijn op basis van een door ons verleende vergunning en die niet voldoen aan de in deze notitie neergelegde criteria mogen gedurende de periode waarvoor de vergunning is verleend worden gehandhaafd;
3. tegen thans aanwezige reclames, die zijn aangebracht zonder dat daarvoor door ons vergunning is verleend, zal handhavend worden opgetreden. Rekening houdend met de begunstigingstermijn als gesteld in paragraaf 5.2.2, zullen wij overgaan tot verwijdering, zonodig onder bestuursdwang, van zonder vergunning aangebrachte reclames.

In overleg met/op verzoek van de detailhandelsfederatie is de begunstigingstermijn voor illegale reclame-uitingen gesteld op 3 jaar gerekend vanaf de dag van inwerkingtreding van deze reclamenota.

Maatschappelijk draagvlak

Om de knelpunten te inventariseren in de huidige werkwijze binnen de gemeente ten aanzien van het reclamebeleid is onderzoek verricht naar de huidige situatie/het beleid. Er zijn interactieve bijeenkomsten gehouden met de medewerkers van de gemeente, het bestuur van de gemeente, de Stichting Welstandszorg, winkeliersverenigingen en de ondernemersverenigingen binnen deze gemeente. Het onderzoek heeft geleid tot onder andere de volgende uitkomsten:

1. niet alle reclame-uitingen in de gemeente zijn aanvaardbaar;
2. er zijn regels nodig voor reclame;
3. de huidige regels ten aanzien van reclame zijn niet afdoende;
4. de capaciteit voor vergunningverlening en handhaving is ver beneden peil;
5. de administratieve organisatie binnen de gemeente is niet op orde;
6. het is onduidelijk welke taak bij welke afdeling hoort en wie de uitvoering doet.

In de voorliggende reclamenota zijn voornoemde resultaten verwerkt. Overeenkomstig de inspraakverordening heeft de (concept) reclamenota "Bedrijven in Beeld" gedurende 6 weken ter inzage gelegen. Tijdens de inspraakperiode zijn een drietal reacties binnengekomen, waaronder een van de Detailhandelsfederatie Den Helder (zie bijlage 3 ingediende zienswijzen en inspraakreacties hierop). Het voorgestelde verbod van stoepborden in de Binnenstad, de driehoeksborden in de openbare ruimte en de overgangstermijn welke wordt gehanteerd in het kader van handhaving zijn de meest genoemde aandachtspunten in de zienswijzen. De ingediende zienswijzen hebben in eerste instantie niet geleid tot een aanpassing van het voorgestelde beleid. Recent is (i.o.m. de detailhandelsfederatie) de nota op de volgende punten nog aangepast: in de binnenstad zijn geen losse reclame-uitingen toegestaan met uitzondering van 1 gestandaardiseerd stoepbord per bedrijf, de overgangstermijn voor illegale reclame wordt drie jaar en reclame in huisstijl is ter beoordeling van de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit.

De nota is eveneens ter beoordeling voorgelegd aan de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit en aan de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed.

De Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit heeft het volgende aangegeven:

Er is sprake van een goed en helder uitgewerkte nota. Alle aspecten van reclame komen aan de orde. Wel is het zaak de foto's en de bijschriften ondubbelzinnig duidelijk te maken (rood kruis erdoor als het niet goed is bijvoorbeeld), daarnaast zou de kافت van de nota gesierd moeten zijn met een goed voorbeeld. Als positieve onderstreping van het beleid.

Deze reclamenota is erg streng. Het is dan ook zaak om afwijkingen van het oude en het nieuwe beleid hard en snel te handhaven. De gemeente heeft aangegeven dat handhaving inderdaad een belangrijk onderdeel is van het beleid, zoals ook voorlichting overigens.

Op een aantal punten is de nota wellicht strenger als dat de gemeente zou willen, denk hierbij bijvoorbeeld aan het verbieden van merkreclames. (elke kroeg zou ontdaan moeten worden van alle bierreclames etc.) De commissie is erg tevreden met de ingeslagen weg.

De nota is naar aanleiding van de gemaakte opmerkingen door de commissie aangepast. Zo is het verbod van merkreclame op bijvoorbeeld terrassen in de Binnenstad alsmede op Willemsoord geschrapt.

De Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed heeft aangegeven dat hetgeen in de nota is opgenomen ten aanzien van monumenten en beschermd stadsgezicht vrij beknopt is, maar met in achtneming van de vergunningsplicht welke geldt (zowel voor de activiteit bouwen als voor het wijzigen van een het monument/beschermd gezicht) acht de rijksdienst het afdoende.

Overigens zijn er ambtelijk ook nog een paar kleine wijzigingen aangebracht in de nota zoals aanpassing van de nota aan de Apv ten aanzien van de oppervlakte van reclame-uitingen die vergunningsvrij geplaatst mogen worden.

Na behandeling door de commissie S&B op 5 september 2011, heeft opnieuw tweemaal overleg plaatsgevonden met de Detailhandelsfederatie. De tweede keer om de wijzigingen in de nota door te spreken. De Federatie heeft aangegeven nu achter de reclamenota te staan.

Financiële consequenties

-

Communicatie

Gedurende de inspraakperiode is een informatiebijeenkomst gehouden voor alle belanghebbenden. Dit zijn onder meer de ondernemers, de ondernemersverenigingen en de inwoners van de Gemeente Den Helder. De avond was opgesplitst in twee delen. Een bijeenkomst voor winkeliers/ondernemers en een bijeenkomst voor bewoners en overige belanghebbenden. De eerste bijeenkomst is bezocht door ongeveer 16 man en de tweede bijeenkomst door drie man. Het voorgestelde reclamebeleid is toen toegelicht. Met name is toen uitgebreid gediscussieerd over de handhaving van de geplaatste reclame-uitingen. Na behandeling van de reclamenota door uw commissie S&B in september 2011, heeft nog tweemaal overleg plaatsgevonden met de detailhandelsfederatie.

Tijdens de informatiebijeenkomst is toegezegd dat na vaststelling van de reclamenota alle ondernemers/ondernemingen in de Gemeente Den Helder op de hoogte worden gesteld van het nieuwe beleid. Hierbij zal tevens worden verzocht om indien nog geen vergunning is aangevraagd voor de eventueel geplaatste reclame-uiting(en) alsnog een vergunning aan te vragen voor zover er geen sprake is van vergunningsvrije reclame-uitingen. Indien de aanvraag voldoet aan de vastgestelde richtlijnen zal vergunning worden verleend.

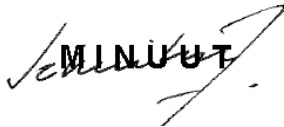
Realisatie

Na vaststelling door de Raad zal het beleid worden gepubliceerd waarna deze in werking treedt. Hierna zullen de ondernemers/ondernemingen binnen de gemeente Den Helder hierover worden geïnformeerd.

Den Helder, 24 april 2012

Burgemeester en Wethouders van Den Helder,

burgemeester
Koen Schuiling



secretaris
H. Raasing

