



**Nota**

Voor burgemeester en wethouders

Nummer: 18INT01313



Datum vergadering:

- 5 JUNI 2018

Nota openbaar: Ja, de nota is openbaar

---

► **Onderwerp:** B&W-advies:  
Actualisatie reclamebeleid

---

**Advies:**

1. Instemmen met het geactualiseerde reclamebeleid als beleidsregel voor het toetsen van reclame-uitingen aan redelijke eisen van welstand;
2. Voor definitieve besluitvorming de commissie Grondgebied om advies vragen;
3. Na definitieve besluitvorming wordt het geactualiseerde reclamebeleid in werking gesteld door bekendmaking in het Twents Volksblad alsmede op de gemeentelijke website.

**Besluit B en W:** Conform advies

**Korte samenvatting:**

*Naast de welstandsnota heeft de gemeente een separaat reclamebeleid. In 2012 is de welstandsnota vernieuwd, maar het bestaand reclamebeleid dateert nog uit 2005.*

*Vanuit de gemeente, maar ook vanuit de ondernemers, ligt er de wens om het huidige beleid te evalueren en om dit toegankelijker, helderder en overzichtelijker te maken. Het nieuwe beleid is in samenwerking met betrokken ondernemers opgesteld om het draagvlak te vergroten.*

*Tijdens een aantal werksessies met de ondernemers die actief hebben willen bijdragen aan de evaluatie en actualisatie is de input opgehaald die heeft geleid tot het beleid dat nu ter instemming voorligt.*

*Voor definitieve besluitvorming zal de commissie Grondgebied om advies gevraagd worden.*

**Aanleiding:**

Naast de welstandsnota bestaat een separaat reclamebeleid. In 2012 is de welstandsnota vernieuwd, maar het bestaande reclamebeleid dateert nog uit 2005. Aanvragen om omgevingsvergunning voor het realiseren van reclame-uitingen worden door de stadsbouwmeester aan dit beleid getoetst.

Vanuit de gemeente, maar vooral ook vanuit de ondernemers die betrokken waren bij het opstellen van het Masterplan Nijverdal, waren signalen ontvangen om het huidige beleid te evalueren en actualiseren.

**Relevante eerdere besluiten:**

- 2005002767: vaststelling van het reclamebeleid.

**Doelstelling:**

Het evalueren van het reclamebeleid en dit toegankelijker, helderder en overzichtelijker te maken. Daar waar mogelijk worden bestaande regels losgelaten en vanuit ambitie gekeken naar omgevingskwaliteit.

**Oplossing:**

Het geactualiseerde reclamebeleid vaststellen.

Het geactualiseerde reclamebeleid is overigens niet van toepassing op uitstallingen, driehoeksborden en spandoeken. Deze zaken worden namelijk geregeld in de Algemene Plaatselijke Verordening en het uitstallingenbeleid. Algemene regels voor bijvoorbeeld het plaatsen van uitstallingen e.d. hadden overgenomen kunnen worden in het reclamebeleid. Dit geldt ook voor de richtlijnen met betrekking tot lichthinder door bijvoorbeeld de lichtsterkte van lichtbakken of ledschermen. Om het reclamebeleid leesbaar en bondig te houden is er voor gekozen om enkel naar de actuele regels/richtlijnen te verwijzen. Eventuele aanpassingen en/of actualisaties zijn daarmee direct van toepassing.

Evenmin geldt het reclamebeleid voor bouwboarden en acquisitieboarden. Bouwboarden kunnen namelijk vergunningvrij geplaatst worden, mits wordt voldaan aan de daarvoor gestelde voorwaarden. Voor acquisitieboarden zal normaliter een tijdelijke vergunning aangevraagd worden waarvoor geen welstandsadvies nodig is.

Etalage-inrichtingen, waaronder verlichting, vallen ook niet onder het reclamebeleid. Dit zijn activiteiten waarvoor geen omgevingsvergunning, en daarmee geen toetsing door de stadsbouwmeester, benodigd is.

Het geactualiseerde reclamebeleid is van toepassing op individuele reclame-uitingen maar is ook goed toepasbaar bij grotere collectieve plannen. Als voorbeeld wordt het 'Nieuw Dunant' genoemd. De in het 'Nieuw Dunant' gevestigde ondernemers hebben aangegeven om meer zichtbare reclame-uitingen te willen realiseren. Omdat we veel waarde hechten aan vooroverleg zullen de ondernemers in overleg met de stadsbouwmeester kaders kunnen ontwikkelen die passen binnen het beleid en zorgen voor eenduidigheid. Wildgroei van reclame-uitingen wordt hiermee voorkomen. Toekomstige reclame-uitingen zullen binnen deze kaders moeten passen. Deze kaders zullen overigens eventuele privaatrechtelijke belemmeringen niet weg kunnen nemen.

**Effecten:**

Een toegankelijker, helderder en overzichtelijker reclamebeleid.

**Planning:**

Na instemming door het college zal de commissie Grondgebied om advies gevraagd worden. Na positief advies van de commissie zal definitieve besluitvorming plaatsvinden.

Na vaststelling van het reclamebeleid als beleidsregel zal het besluit daartoe z.s.m. worden bekendgemaakt en treedt het geactualiseerde reclamebeleid in werking.

**Financiële consequenties:**

Naar aanleiding van het vaststellen van reclamebeleid geen. Leges voor de toetsing van de aanvragen zullen conform de huidige legesverordening in rekening worden gebracht.

**Personele consequenties:**

geen

**Juridische consequenties:**

In artikel 8:3 van de Algemene wet bestuursrecht is bepaald dat tegen een besluit, inhoudende de vaststelling van een algemeen verbindend voorschrift of een beleidsregel geen bezwaar of beroep mogelijk is. Deze bezwaar- of beroepsmogelijkheid ontstaat pas zodra er op een concreet verzoek om een omgevingsvergunning om een reclame-uiting te realiseren te verlenen, een besluit wordt genomen waarbij deze beleidsregels worden toegepast.

**Informatisering / Automatisering:**

Niet van toepassing.

**Burger- en overheidsparticipatie:**

Van de ondernemers die nauw betrokken zijn bij het opstellen van het Masterplan Nijverdal waren signalen ontvangen om het bestaande reclamebeleid te evalueren en om dit toegankelijker, helderder en overzichtelijker te maken. Dit zou in nauwe samenwerking met de ondernemers moeten gebeuren om zo het draagvlak voor het nieuwe beleid te vergroten.

Medio september vorig jaar zijn de ondernemers(verenigingen) dan ook per mail benaderd en is hen gevraagd om aan te geven of zij bereid zijn het gesprek aan te gaan. Deze eerste oproep heeft niet geleid tot reacties zodat de uitvraag opnieuw is gedaan. Na herhaalde verzoeken waren er uiteindelijk 11 aanmeldingen voor een eerste bijeenkomst. Tijdens deze bijeenkomst is veel input opgehaald maar onvoldoende voor een goede evaluatie van het huidige beleid. Er was daarom een extra bijeenkomst gepland om ondernemers alsnog de mogelijkheid te geven om mee te praten. Voor deze tweede bijeenkomst zijn, na wederom herhaalde oproepen, 12 aanmeldingen ontvangen.

Tijdens beide avonden is aan de aanwezigen gevraagd bij wie de bal ligt voor het maken van het reclamebeleid, bij de ondernemers, de gemeente of een samenwerkingsverband? De deelnemers kozen unaniem voor een samenwerkingsverband.

Medio december 2017 zijn de eerste resultaten van de werksessies verzonden naar de deelnemers en ondernemersverenigingen en is nadrukkelijk gevraagd om aan te geven of men bereid was zitting te nemen in een werkgroep die de uitkomsten en conclusies van de werksessies tot een voorstel zou verwerken dat gepresenteerd zouden worden tijdens een inloopavond. Hierop hebben vier ondernemers aangegeven bereid te zijn om zitting te nemen in een werkgroep, van de overige is geen reactie ontvangen.

Geconcludeerd kan worden dat, ondanks dat de signalen er in eerste instantie wel waren, het merendeel van de ondernemers geen belang heeft bij een evaluatie van het reclamebeleid. Of in ieder geval niet bereid is hier actief een bijdrage aan te willen leveren. In samenspraak met Het Oversticht is het reclamebeleid geactualiseerd. Uiteraard is de tijdens de bijeenkomsten opgehaalde input hierbij betrokken.

Tijdens een informatieavond is aan de ondernemers die input hebben geleverd een toelichting op het conceptbeleid gegeven. Vervolgens zijn zij gedurende twee weken in de gelegenheid gesteld eventuele op- en/of aanmerkingen door te geven. Van deze geboden mogelijkheid is geen gebruik gemaakt. Er kan dan ook geconcludeerd worden dat de ondernemers die input hebben geleverd zich kunnen vinden in het voorgestelde beleid.

**Communicatie:**

Na vaststelling van het reclamebeleid wordt het besluit daartoe bekendgemaakt door publicatie in zowel het Twents Volksblad als op de gemeentelijke website.

**Overige consequenties:**

geen