

Concept buitenreclamebeleid gemeente Land van Cuijk 2026

19 januari 2026

Begripsbepalingen

Buitenreclame: Buitenreclame is de verzamelnaam voor alle vormen van naamaanduidingen, bestemmings- of routeborden (niet zijnde formele bewegwijzering), aankondigingen of aanprijzingen, zowel cultureel, ideëel als commercieel, die zichtbaar zijn in de openbare ruimte met als doel een boodschap, merk, bedrijf, product, dienst, ideologie of huisstijl te communiceren.

Commerciële- of handelsreclame: Iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten met een winst oogmerk en/of doel om het imago van een persoon of organisatie te verbeteren. Culturele reclame met het doel om kaartje te verkopen valt hier ook onder.

Gemiddelde reclame intensiteit: Deze intensiteit komt voor in gebieden met een gemiddelde gebruiksintensiteit. Dit zijn specifiek aangeduide wegen en locaties in grotere kernen met een meer stedelijk karakter.

Hoofdroutes buitenreclame: De wegen die in dit beleid zijn vastgesteld als wegen waar buitenreclame geplaatst mag worden. De wegen zijn te zien in de bijlage of op de digitale buitenreclame kaart van de gemeente.

Ideële, politieke en maatschappelijke reclame: Openbare aanprijzing zonder handelsbelang, maar met een ideëel, politiek of maatschappelijk belang.

Lage reclame intensiteit: Deze intensiteit komt voor in gebieden met een lagere gebruiksintensiteit dan de wegen met een gemiddelde intensiteit en zijn eveneens specifiek aangeduid op de kaart hoofdroutes buitenreclame.

Lichthinder: Het ten gevolge van licht van een verlichtingsinstallatie optreden van overlast bij mens, plant (boom) of dier.

Lichtvervuiling: De som van alle negatieve effecten van kunstlicht op de omgeving, met inbegrip van het effect van hinderlijk licht.

Lokale activiteiten: Activiteiten die georganiseerd worden binnen de gemeente Land van Cuijk.

Niet-commercieel: Werken met een maatschappelijk doel, zonder commercieel oogmerk. Het begrip wordt veelal gebruikt in relatie tot een non-profitorganisatie. Een dergelijke organisatie heeft niet als doel winst te maken en onderscheidt zich daarmee van een onderneming. Zonder winst oogmerk betekent overigens niet dat er geen geld gevraagd mag worden voor producten of diensten, of dat er geen winst gemaakt mag worden. Het verschil met een commerciële organisatie is dat de winst bij een non-profitorganisatie volledig wordt geherinvesteerd in de organisatie.

Objectvergunning: Vergunning voor objecten met een maximale duur van 30 dagen.

Omgevingsvergunning: Vergunning voor objecten met een duur van 31 dagen of meer.

Omgevingszone: De door de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde ontworpen gebiedsindeling.

Openbare ruimte: Een voor het publiek toegankelijke plaats, waaronder begrepen de weg.

Reclame en berichten met een relatie tot de omgeving: Ook vaak plaatsgebonden (handels)reclame genoemd, dit betreft reclame of berichten naast, op of aan een pand van een bedrijf, instelling vereniging of andere organisatie.

Reclame en berichten zonder directe relatie tot omgeving: Reclame en berichten zonder directe relatie met de activiteiten in de omgeving (zoals landelijke uitingen opabri's, lichtmastreclame, digitale schermen).

Reclame-intensiteit: De hoeveelheid reclame die langs een weg of locatie geplaatst mag worden, er wordt onderscheid gemaakt tussen laag en gemiddeld. Een hoge intensiteit past niet in een landelijke gemeente.

Reclameobject: Het betreft reclame in en op objecten (onroerende en roerende zaken) vaak in de openbare ruimte of op een eigen perceel die geen relatie hebben met de zaak of het perceel. In hoofdstuk 4 is een lijst met objecten te vinden.

Reclameverlichting (lichtreclame): Onder reclameverlichting worden verlichtingsinstallaties verstaan waarmee reclameborden, beeldschermen, reclameteksten of objecten zijn verlicht of aangestraald. Onder reclame worden alle publieke aanprijzingen verstaan. Als tekst, geheel of gedeeltelijk op een gebouw wordt aangelicht, wordt dit als reclame-verlichting beschouwd. Voertuigen of aanhangwagens met licht- en reclameboodschappen vallen hier ook onder.

Tijdelijke reclame en berichten voor lokale activiteiten: Reclame en berichten van tijdelijke aard (maximaal 30 dagen).

Verrommeling: Is een onbedoeld proces van verslechtering van de omgeving, waarbij diverse elementen op een ongecoördineerde manier worden toegevoegd, wat leidt tot een onoverzichtelijke en onaantrekkelijke situatie.

Hoofdstuk 1 inleiding, wensbeeld, doel en kaders

Het buitenreclamebeleid uit de voormalige gemeenten is vervallen en er is behoefte aan een nieuw geharmoniseerd beleid voor de Gemeente Land van Cuijk. Voordat het beleid is opgesteld zijn de wensen van verschillende interne en externe stakeholders in kaart gebracht en is er een beknopt wensbeeld opgesteld. Vervolgens zal het doel en de kaders worden vermeld.

Dit wensbeeld luidt als volgt:

In de gemeente Land van Cuijk streven we naar een juiste balans, tussen het bieden van mogelijkheden aan ondernemers en andere belanghebbenden om via reclame en andere (informatieve) uitingen hun publiek te bereiken, maar zonder de verkeersveiligheid in het geding te brengen of de gezondheid van inwoners, flora en fauna aan te tasten. Daarnaast moeten reclame en berichtgeving voldoen aan de eisen van welstand. Verrommeling van de openbare ruimte moet worden tegengegaan en duurzaamheid moet gestimuleerd worden. Gezien ons diverse landschap met bijvoorbeeld de Maasheggen, vestingstad Grave en vele andere mooie gebieden, willen we dat reclame en berichtgeving in elk gebied op een passende manier wordt toegepast, ook kan het zo zijn dat reclame op een locatie niet wenselijk is. De spelregels moeten duidelijk en meetbaar zijn. We streven naar efficiënte processen omtrent aanvragen en doelgerichte handhaving. Inkomsten van gemeentelijke reclamevoorzieningen kunnen worden ingezet voor het beheer en de handhaving van buitenreclame, om zo overal in Land van Cuijk bij te dragen aan een prettig straatbeeld. We willen een fair en evenwichtig reclamebeleid waar we trots op kunnen zijn en dat past bij onze gemeente.

Doel: Het doel van dit beleid is om een duidelijk kader te scheppen voor het uiten van reclame en berichtgeving in de openbare ruimte en tegelijkertijd rekening te houden met de wensen en behoeften van inwoners, ondernemers, verenigingen, stichtingen, wijk- en dorpsraden en andere belanghebbenden.

Kaders: Om dit doel te bereiken hebben we de onderstaande kaders opgesteld.

1. Duidelijke indeling waar buitenreclame en berichten zijn toegestaan.
2. Duidelijke toetsingscriteria voor reclame en berichten o.a. op gebied van verkeersveiligheid, beeldkwaliteit en functionaliteit.

Om grip op commerciële reclame te houden zal de gemeente per reclameobject een concessieopdracht uitzetten. Deze reclame objecten komen terug in hoofdstuk vier. Exploitanten kunnen zich hier voor aanmelden en tevens zal er een overeenkomst met aanvullende bepalingen en voorwaarden per reclame object gesloten worden.

Verder worden er regels opgenomen om berichten (niet-commerciële en tijdelijke) lokale reclame en berichten te faciliteren dit komt aan bod in hoofdstuk drie. In dit hoofdstuk gaan we verder met het onderscheid tussen verschillende soorten reclame en wordt de gebiedsindeling benoemd.

Verschillende soorten reclame

Voor een goede indeling is het noodzakelijk om onderscheid te maken tussen de verschillende soorten reclame en berichten. We hanteren de onderstaande drie soorten reclame en berichten:

1. Reclame en berichten met een relatie tot de omgeving (plaatsgebonden).
2. Tijdelijke reclame en tijdelijke berichten voor lokale uitingen.
3. Reclame en berichten zonder relatie de omgeving (niet-plaatsgebonden).

Dit beleid gaat voornamelijk over tijdelijke lokale en niet-plaatsgebonden reclame en berichten. In hoofdstuk twee wordt voor de volledigheid kort in gegaan op plaatsgebonden (handels) reclame. Veel bepalingen omtrent plaatsgebonden reclame zijn namelijk opgenomen in omgevingsplannen, de welstandsnota's, de beeldkwaliteitsplannen en de toekomstige nota uiterlijk van bouwwerken.

Gebiedsindeling buitenreclame

Vooruitlopend op de nog te publiceren nota uiterlijk van bouwwerken is een gebiedsindeling voor reclame en berichten afgestemd. Dit dient als basis voor de indeling voor reclame en berichten zonder relatie tot de omgeving. Voor de praktische toepasbaarheid worden de gebieden waar mogelijk ook ingedeeld in één van de zeven omgevingstypen van het omgevingsplan zodat de indeling te toetsen is aan de omgevingsplannen. Deze omgevingstypen staan in de onderstaande opsommingen tussen haakjes.

Reclameobjecten zonder directe relatie tot een onroerend goed en de omgeving zijn niet toegestaan in de volgende gebieden en omgevingen:

- In woongebieden (woonomgeving).
- In de winkelcentra van Cuijk, Grave, Boxmeer en Mill (commerciële omgeving).
- Op bedrijventerreinen (bedrijfsomgeving).
- Binnen 200m van scholen (sociaal-culturele omgeving).
- Binnen 200m van gebieden met de bestemming sport (sociaal-culturele omgeving).
- Gebieden met de bestemming groen of natuur (natuurlijke omgeving).
- Bij een beschermd stads- of dorpsgezicht. en/of gemeentelijke- of rijksmonumenten.
- Op agrarische en niet agrarische percelen in het buitengebied (agrarische omgeving).

Reclameobjecten zonder directe relatie tot een onroerend goed en de omgeving zijn wel toegestaan:

- Langs de toegestane delen van hoofdroutes buitenreclame (openbare omgeving)
- Bij OV-gebieden zoals stations en bushaltes (openbare omgeving)

Vaak is niet voor de hele weg van een hoofdroute gekozen, maar tot een specifiek punt bijvoorbeeld tot de grens van de bebouwde kom. Dit is zichtbaar gemaakt op de kaart hoofdroutes buitenreclame.

De OV-gebieden zijn:

- Busstation Grave.
- Treinstation Boxmeer.
- Treinstation Cuijk.
- Treinstation Vierlingsbeek.

Vaak is de grond bij de treinstations niet van de gemeente maar van bijvoorbeeld de Nederlandse Spoorwegen. Voor het aanvragen van een vergunning voor het plaatsen van reclame op deze gronden is toestemming van de grondeigenaar noodzakelijk.

Hoofdstuk 2 Reclame & berichten met een relatie tot de omgeving. (plaatsgebonden reclame)

In dit hoofdstuk zal kort worden ingegaan op reclame en berichten met een relatie tot de omgeving. Voor (handels)reclame met een directe relatie tot de omgeving op particulier terrein is doorgaans een omgevingsvergunning nodig als het een bouwwerk betreft of het constructief aan een pand is bevestigd. Ook kunnen er specifieke bepalingen in het omgevingsplan, welstandsnota en/of beeldkwaliteitsplan zijn opgenomen.

Participatie is verplicht bij het aanvragen van een omgevingsvergunning.

Verder gelden de weigeringsgronden van de APV Land van Cuijk of in de nog vast te stellen verordening fysieke leefomgeving. De beoogde reclame-uiting wordt getoetst op onder andere:

- Indien van toepassing welstandseisen of een beeldkwaliteitsplan.
- Verkeersveiligheid.
- Overlast voor de omgeving (voor lichthinder worden de richtlijnen van het NSVV gehanteerd).

In de **welstandsnota(s) / nota uiterlijk van bouwwerken** zijn criteria opgenomen die van toepassing zijn op het hele grondgebied van de gemeente Land van Cuijk met betrekking tot handelsreclame met een directe relatie tot de omgeving.

Beeldkwaliteitsplannen bevatten doorgaans een leidraad voor het plaatsen van reclame en kan als toetsingscriteria gebruikt worden door vergunningverlening.

Op basis van een excessenregeling kan het college van burgemeester en wethouder de eigenaar van een bouwwerk dat in strijd is met de redelijke eisen van welstand vragen de strijdigheid op te lossen. De insteek hiervan is niet het plaatsen van bouwwerken tegen te gaan, maar om storende en buitensporige uitingen van reclame tegen te gaan.

Hoofdstuk 3 Tijdelijke lokale reclame en berichten

In dit hoofdstuk wordt verder ingegaan op tijdelijke lokale reclame en berichten in de openbare ruimte. Voorheen werden objectvergunningen voor tijdelijke reclame enkel op verkeersveiligheid getoetst en konden overal in de gemeente geplaatst worden. Dit zorgde voor veel verrommeling, die we met dit beleid willen voorkomen. Wel vinden we het als gemeente ook belangrijk dat onze inwoners, verenigingen, stichtingen en organisatoren van niet-commerciële evenementen hun berichten kunnen uiten. Tegelijkertijd moeten deze uitingen goed afgestemd zijn op de commerciële concessieopdrachten om strijdigheid te voorkomen.

Om enerzijds tijdelijke reclame te faciliteren en anderzijds om verrommeling en strijdigheid met de concessieopdrachten te voorkomen gaan we uit van het onderstaande kader:

1. Een lokale binding voor tijdelijke uitingen noodzakelijk is.
2. Tijdelijke reclame mag enkel op specifieke vastgestelde locaties.
3. Tijdelijke reclame mag niet commercieel zijn.

Voor niet-commerciële evenementen zijn er bepalingen opgenomen voor reclame op het evenemententerrein. Dit is terug te vinden in 5.3.

Om de juiste voorwaarden te scheppen voor lokale uitingen en berichten moeten de onderstaande regels in de Algemene plaatselijke verordening of in een later vast te stellen verordening fysieke leefomgeving en uiteindelijk het omgevingsplan opgenomen worden:

- Het plaatsen van tijdelijke reclame en berichten mag enkel op de door het college aangewezen locaties.
- Er geldt een meldingsplicht voor het plaatsen van een uiting op deze locaties.
- Tijdelijke reclame en berichten moeten het belang van inwoners, verenigingen of stichtingen binnen het Land van Cuijk dienen.
- Uitingen mogen voor maximaal 30 dagen geplaatst worden.
- Uitingen die betrekking hebben op gebeurtenissen in een andere kern, mogen enkel met toestemming van de gemeente of de door de gemeente aangewezen beheerder worden geplaatst.
- Uitsluitend verenigingen, stichtingen, wijk en dorpsraden uit de gemeente Land van Cuijk mogen tijdelijke berichten en uitingen op deze locaties plaatsen.
- Enkel niet-commerciële reclame en berichten mogen op deze locaties geplaatst worden.
- De plaatser moet zelf de uiting verwijderen en de omgeving in de oorspronkelijke staat achter laten.

Verder gelden de onderstaande regels voor tijdelijke reclame:

- Geen schade of vervuiling mag worden toegebracht aan de openbare ruimte.
- De bruikbaarheid van de openbare ruimte mag niet worden belemmerd.
- Er dient voldoende vrije doorgang te zijn voor voetgangers, mensen met een beperking, fietsers of gemotoriseerd verkeer.
- Het belang van de openbare orde of de woon- en leefomgeving niet wordt geschaad.
- Uitingen mogen niet breder dan 3,5m zijn en hoger dan 2m.

Locaties

Na vaststelling van het beleid zal voor de uitvoering binnen de kernen van de gemeente gezocht worden naar locaties voor lokale uitingen en berichtgeving. Dit wordt verder toegelicht in de uitvoeringsparagraaf in hoofdstuk zes. Er dient zoveel mogelijk rekening gehouden te worden met de toetsingscriteria en algemene bepalingen van 4.2. Commerciële en niet-lokale partijen mogen dus geen gebruik maken van deze locaties, deze partijen kunnen de exploitanten van de concessieopdracht benaderen voor het plaatsen van uitingen tegen betaling.

Overige facilitering van lokale uitingen

Naast het faciliteren van locaties voor lokale niet-commerciële uitingen worden lokale berichten nog verder gefaciliteerd op de volgende manieren:

- Wijk en dorpsraden, stichtingen en verenigingen hebben samen met de gemeente recht op minimaal 30% zendtijd op commerciële digitale schermen om niet-commerciële berichten te plaatsen.
- Beeldbepalende en sfeerbepalende evenementen binnen de gemeente maken aanspraak op een gereduceerd tarief voor het plaatsen van advertenties op de A0-reclameborden van de concessieopdracht.

Deze bepalingen zullen verder uitgewerkt worden in de concessieopdracht. De onderlinge verdeling van de 30% zendtijd voor de gemeente en haar partners zal samen met team communicatie verder uitgewerkt worden.

Hoofdstuk 4 Niet-plaatsgebonden reclame (reclame zonder relatie tot de omgeving)

4.1 Concessieopdrachten, vergunningen, melden en locaties

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op niet-plaatsgebonden reclame en hoe dit in de gemeente Land van Cuijk geregeld wordt. Eerst zullen algemene bepalingen en toetsingscriteria genoemd worden en vervolgens zullen er concrete bepalingen per reclameobject benoemd worden.

Niet-plaatsgebonden reclame en concessieopdrachten

Met niet-plaatsgebonden reclame wordt restrictief omgegaan. Enerzijds tast een overdaad van niet-plaatsgebonden reclame de kwaliteit van onze leefomgeving aan, anderzijds zijn er ondernemers en andere belanghebbenden die hun uiting of bericht kwijt willen. Om zowel de ruimtelijke kwaliteit van onze leefomgeving te borgen en verommeling te voorkomen als om ondernemers en andere belanghebbenden toch de mogelijkheid bieden om hun goederen en diensten aan te prijzen regelt de gemeente niet-plaatsgebonden reclame via concessieopdrachten.

De gemeente stelt hiervoor een uitvraag op, waarin wordt beschreven welke eisen de gemeente stelt aan de reclameobjecten met betrekking tot vormgeving, aantallen, onderhoud, en dergelijke. Deze uitvraag wordt gepubliceerd, waarna geïnteresseerde partijen zich hierop kunnen inschrijven. Met de partij die de beste inschrijving indient wordt een overeenkomst aangegaan. Naast opbrengsten is duurzaamheid ook een belangrijk criterium.

Omgevingsvergunning

Als reclame een bouwwerk betreft of constructief aan een gebouw wordt aangebracht dient een omgevingsvergunning aangevraagd te worden. Dit geldt ook voor objecten waarvoor een concessieopdracht is gesloten zoals (digitale) aankondigingsborden of informatiepanelen.

Het binnen de (concessie)overeenkomsten plaatsen van rotondereclame, A0-reclameborden en lichtmastverwijzingen is vrijgesteld van vergunningplicht.

Toestemming plaatsen reclameobjecten

Voor elk reclameobject dat een concessiehouder plaatst dient goedkeuring aangevraagd te worden bij de beheerder buitenreclameobjecten van team Civiel & Verkeer van de gemeente Land van Cuijk. Op deze manier blijft inzichtelijk hoeveel objecten er zijn en waar deze geplaatst worden.

Reclameobjecten waarvoor geen goedkeuring aangevraagd is, dienen binnen 24 uur na constatering verwijderd te worden door de plaatser.

Locaties

Zoals in Hoofdstuk één is vermeld is reclame zonder relatie tot de omgeving enkel toegestaan

- Langs hoofdroutes buitenreclame.
- Bij OV-gebieden zoals stations en bushaltes.

Gezien de grootte van onze gemeente is besloten om een digitale kaart te gebruiken gebaseerd op de samen met het beleid vastgestelde kaart met hoofdroutes buitenreclame, waarop overzichtelijk te zien is langs welke wegen reclame zonder relatie tot de omgeving is toegestaan. Dit betekent niet per definitie dat elke locatie langs deze wegen is toegestaan, het plaatsen van reclameobjecten moet altijd zorgvuldig afgewogen worden. De kaart kan na vaststelling van het beleid enkel door het college of een gemandateerde ambtenaar gewijzigd worden.

De digitale kaart met hoofdroutes buitenreclame is te zien op: [Link toevoegen na vaststelling](#).

Op de kaart wordt onderscheid gemaakt tussen twee soorten reclame-intensiteiten namelijk laag en gemiddeld. Er is bewust voor gekozen om geen hoge intensiteit mogelijk te maken in onze landelijke gemeente. Hieronder volgt een tabel met de verschillen tussen beide intensiteiten. Dit komt ook terug bij de bepalingen per reclameobject.

	Lichtmastverwijzingen	A0-reclameborden
Reclame intensiteit laag	Maximaal 1 uiting per 4 lichtmasten	Maximaal 1 uiting per 4 lichtmasten
Reclame intensiteit gemiddeld	Maximaal 1 uiting per 3 lichtmasten	Maximaal 1 uiting per 3 lichtmasten

4.2 Toetsingscriteria en algemene bepalingen

Het plaatsen van reclameobjecten dient altijd zorgvuldig afgewogen te worden. De onderstaande toetsingscriteria zijn hiervoor van toepassing. Deze criteria gelden ook voor concessieopdrachten.

1. Stedenbouwkundige criteria

- Reclame bevindt zich op een logische locatie bepaald door het buitenreclame beleid, omgevingsplan, welstandsnota en/of beeldkwaliteitsplan.
- Reclame moet voldoen aan regels omtrent licht en geluidshinder.
- Bewegende reclame is niet toegestaan.
- Reclameobjecten dienen altijd een verzorgde aanblik te hebben en in goede staat van onderhoud verkeren.
- Uniforme uitstraling per reclameobject is verplicht*.
- De vorm van het object beperkt zich tot het hoogstnoodzakelijke**.
- Schermen aan gevels of op gebouwen zijn niet toegestaan.

* Met uniforme uitstraling wordt bedoeld dat alle reclameobjecten van een bepaald type hetzelfde ontwerp hanteren. Bij sommige objecten zouden meerdere types wenselijk zijn,

** Met hoogstnoodzakelijk wordt bedoeld enkel dat wat nodig is. Bijvoorbeeld geen ludieke aanpassingen als een kroontje boven op het bord, of een bord in de vorm van een bal, tennis racket of ander ontwerp wat extra aandacht trekt.

2. Verkeer

Het plaatsen van reclamedragers moet getoetst worden op verkeersveiligheid, elke aanvraag moet door een verkeerskundige beoordeeld worden.

3. Voorwaarden lichtreclame en lichthinder:

Voor lichtreclame langs wegen geplaatst in de openbare ruimte gelden de volgende bepalingen:

- Digitale schermen mogen enkel aan staan tussen 07:00 en 23:00 uur.
- Lichtreclame voldoet aan de meest actuele richtlijnen ter voorkoming van lichthinder van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde. (zie de bijlage voor de luminantiewaarden in verhouding tot het oppervlak van de reclame-uiting en de bijbehorende zonering) bij een nieuwere versie, zal de nieuwe versie leidend zijn.

- Gezien het landelijke karakter van de gemeente met kleinere kernen wordt de E2 zonering als richtlijn gebruikt voor binnen de bebouwde kom.
- Voor digitale schermen dient de aanvrager zelf een eigen aansluiting te regelen.
- Alle schermen zijn dimbaar.
- Bewegende, flikkerende (variatie in lichtsterkte) of aan en uit knipperende reclame is niet toegestaan.
- De weergave tijd van stilstaande reclame bedraagt minimaal 6 seconden.
- Overgangstijd tussen wisselende beelden is maximaal 0,1 seconden.
- Bij ontbreken van daglicht geldt een maximale luminantie waarde van 300 cd/m².
- Maximale kleurtemperatuur witlicht 4000k (zie bijlage).

4. Voorwaarden gebruik digitale schermen:

De gemeente stelt bepaalde voorwaarden aan het gebruik van digitale schermen. Dit heeft betrekking op alle digitale schermen zoals digitale aankondigingsborden, abri's en overige objecten met een digitaal scherm. De voorwaarden zijn als volgt:

1. De gemeente moet altijd de mogelijkheid hebben om de bevolking te alarmeren bij calamiteiten.
2. Maatregelen tegen ongeoorloofde (digitale) toegang zijn verplicht. Maatregelen hiertegen zijn een verplicht onderdeel van het programma van eisen van de concessieovereenkomsten.
3. Stichtingen, verenigingen moeten ruimte krijgen om evenementen voldoende onder de aandacht te brengen. Mits ze voldoen aan de volgende voorwaarden:
 - a) De aanvraag om een bericht te plaatsen dient in het belang van de bevolking van de gemeente Land van Cuijk te zijn.
 - b) Uitingen van sponsors vallen hier niet onder.

4. De gemeenten en haar partners hebben gezamenlijk recht op 30% van de zendtijd. De verdeling zal opgenomen worden in de overeenkomsten. Partners van de gemeente zijn bijvoorbeeld wijk- en dorpsraden, Centrummanagement, Parkmanagement, bedrijventerreinverenigingen, Sociom, etc.

4.3 Bepalingen per reclameobject (concessieopdrachten)

Hieronder volgt een overzicht van de maximale afmetingen per reclameobject waarvoor nieuwe concessieopdrachten zullen afgesloten worden.

Maximale afmetingen: per reclameobject worden de onderstaande afmetingen gehanteerd:

Reclameobject	Afmeting in m²
Reclamevitrine abri	2m ²
Digitaal aankondigingsbord (scherm)	3m ²
Lichtmastreclame	1,1m ²
A0-reclamebord	1m ²

Afmetingen reclameobjecten in m²

Van deze afmetingen kan maximaal 10% afgeweken worden, mits dit goed gemotiveerd kan worden.

Hieronder volgen de reclameobjecten die via concessieopdrachten lopen. In de opvolgende paragraaf zullen niet-plaatsgebonden objecten waar geen concessieopdracht voor is aan bod komen.

Lichtmastreclames

Een (inwendig verlicht) reclameobject in een lichtmetalen frame dat op hoogte wordt opgehangen aan een lichtmast. Reclame op lichtbakken aan lichtmasten is uitsluitend bestemd voor verwijzing naar lokale bedrijven. Uit de reclame-uiting moet die lokale binding blijken.



Bron: NPB Media

Plaatsing

- Mogen enkel geplaatst worden aan lichtmasten langs hoofdroutes buitenreclame.
- Onderlinge afstand: bij reclame aan lichtmasten geldt per zijde van de weg:
 - o Bij reclame intensiteit gemiddeld maximaal één reclame-uiting op drie lichtmasten bij reclame oftewel na elk object 2 lichtmasten vrij. (c.a. 1 uiting per 130m).
 - o Bij reclame intensiteit laag één reclame-uiting op vier lichtmasten oftewel na elk object 3 lichtmasten vrij. (c.a. 1 uiting per 170m).
- In totaal mogen er in de gemeente maximaal 120 lichtmastverwijzingen geplaatst worden.
- Afstand t.o.v. monumenten en beeldende kunst in de openbare ruimte 30m waarbij rekening houdend met de belangrijke zichtlijnen.
- Rekening houdend met hinder voor (zichtbaarheid vanuit) woningen.
- Plaatsing alleen bij reclameaanvragen (geen lege kasten plaatsen).
- Bestaande kasten die gedurende 3 maanden geen uiting hebben dienen door de aanvrager verwijderd te (laten) worden.
- Lichtbakken worden met de onderkant op een minimale hoogte van 3,50 meter aangebracht. Wanneer de lichtbak direct naast de rijbaan komt te hangen, geldt minimale een hoogte van 4,20 meter.
- De maximale hoogte t.o.v. de grond van de bovenzijde van de lichtbak bedraagt 5,50 meter.
- Lichtbakken zijn niet toegestaan op lichtmasten met een verkeersbord. Het verkeersbord heeft daarbij voorrang.
- Plaatsing alleen aan een door de gemeente Land van Cuijk aangewezen/goedgekeurde lichtmast.
- Plaatsing van een lichtmastreclame mag niet leiden tot een zichtbaar afwijkende lichtmast (uniformiteit langs de weg).
- Het mastluik van de lichtmast moet altijd bereikbaar en toegankelijk blijven.
- Afstand tot andere reclameobjecten van minimaal 50 meter m.u.v. A0-reclameborden.

Abri's

Abri's (wachthuisjes) zijn officiële overdekte halteplaatsen voor het openbaar vervoer. Abri's kunnen voorzien zijn van binnenuit verlichte reclamevitruines (formaat circa 2m²). Reclamevlakken in abri's

zijn primair bestemd voor commerciële reclame-uitingen. Voor digitale varianten gelden de voorwaarden omtrent digitale schermen van 4.2.



Bron: Clear channel

Plaatsing

- Enkel op locaties van bushaltes.
- Rekening houdend met hinder voor (zichtbaarheid vanuit) grondgebonden woningen.
- Digitale varianten zijn niet toegestaan op wegen door of langs groen- en natuurgebieden en in woonwijken.
- Voor digitale varianten geldt een afstand t.o.v. beschermde stads- of dorpsgezichten, monumenten en beeldende kunst in de openbare ruimte van 100m waarbij rekening houdend met de belangrijke zichtlijnen.
- Analoge varianten zijn op elk bushokje toegestaan op wegen in het beheer van de gemeente.
- Nieuw abri's niet langs hoofdroutes moeten eerst stedenbouwkundig getoetst worden.
- De aanvrager moet een eigen stroomaansluiting regelen.

Aankondigingsborden / digitale informatieschermen

Dit zijn vrijstaande digitale schermen waarop informatie of commerciële uitingen geplaatst kunnen worden.



Bron: Brouwer en partners

Plaatsing

- Enkel toegestaan langs hoofdroutes buitenreclame.
- Niet toegestaan op wegen door of langs groen- en natuurgebieden en buiten de bebouwde kom.
- Bij digitale informatiepanelen geldt een onderlinge afstand van minimaal 200m.
- Om te voorkomen dat in de openbare ruimte te veel niet-plaatsgebonden reclameobjecten te dicht op elkaar staan, geldt een afstand t.o.v. andere typen reclameobjecten van minimaal 50m.
- Afstand t.o.v. beschermde stads- of dorpsgezichten, monumenten en beeldende kunst in de openbare ruimte bedraagt 100m waarbij rekening houdend met de belangrijke zichtlijnen.
- Rekening houdend met hinder voor (zichtbaarheid vanuit) grondgebonden woningen.
- Verder gelden de onderstaande maximum aantallen per kern
 - Kernen tot van 0 tot 3.000 inwoners 2 digitale schermen.
 - Kernen van 3.000 tot 7.500 inwoners 3 digitale schermen.
 - Kernen van 7.500 tot 10.000 inwoners 4 digitale schermen.
 - Kernen met meer dan 10.000 inwoners 6 digitale schermen.

A0-reclameborden

A0-reclameborden zijn tweezijdige displays die aan lichtmasten zijn bevestigd en bedoeld zijn voor het tonen van statische posters op A0 formaat. Het gaat hierbij om vaste, niet-bewegende afbeeldingen zonder verlichting of wisselende panelen.

Deze borden worden uitsluitend ingezet voor de volgende soorten uitingen:

- Culturele, kunstzinnige, sportieve en toeristische evenementen, zowel eenmalig als terugkerend.
- Overige evenementen, ongeacht of deze commercieel of niet-commercieel zijn.
- Campagnes en boodschappen van organisaties met een maatschappelijk doel.
- Gemeentelijke, landelijke en landelijke commerciële campagnes.



Bron: Jordans.nl

Plaatsing

- Enkel plaatsing aan lichtmasten langs hoofdroutes buitenreclame en in OV-gebieden
- Bij A0-reclameborden geldt een onderlinge afstand per zijde van de weg maximaal:
 - bij reclame intensiteit gemiddeld maximaal één uiting per drie lichtmasten.
 - bij reclame intensiteit laag maximaal één uiting per vier lichtmasten.
- In het Land van Cuijk mogen maximaal 150 borden geplaatst worden.
- Niet toegestaan in woonwijken en groen- en natuurgebieden.
- Afstand t.o.v. monumenten en beeldende kunst in de openbare ruimte 50m waarbij rekening houdend met de belangrijke zichtlijnen.
- Afstand tot andere reclameobjecten van minimaal 50 meter m.u.v. lichtmastverwijzingen.

Overige bepaling:

Exploitanten moeten de mogelijkheid bieden om naast langere periodes ook tijdelijke uitingen aan te brengen voor een periode van één tot twee weken.

4.4 Andere niet plaatsgebonden reclame- objecten en vormen:

Regelmatig komen er ook aanvragen voor andere objecten binnen voor het plaatsen van niet-plaatsgebonden reclame. Voor deze soorten reclame zal er geen nieuwe concessieopdracht komen. De meest gebruikelijke objecten zullen hieronder aan bod komen. De procedure voor objecten die niet in het beleid genoemd worden staat beschreven in hoofdstuk vijf.

Stadsklokken en plattegrondkasten

Momenteel lopen er nog contracten omtrent stadsklokken en plattegrondkasten, beide objectvormen zijn niet meer relevant door de algemene beschikbaarheid van mobiele telefoons en zullen worden uitgefaseerd. De lopende contracten zullen niet meer verlengd worden.

Vrijstaande reclamevitrites

Reclamevitrites zijn losstaande vitrines die van binnenuit verlicht zijn en een reclamevlak van circa 2m² hebben. Vitrines zijn primair bestemd voor commerciële reclame-uitingen in stedelijk gebied. Ze worden vaak ook europanelen of Mupi genoemd maar dit betreft merknamen van specifieke exploitanten. Onder het nieuwe beleid zijn deze borden niet meer toegestaan in de openbare ruimte en ze worden net als stadsklokken en plattegrondkasten uitgefaseerd.



Reclameobjecten op rotondes

Op rotondes kunnen een aantal lage reclameborden geplaatst worden met naam aanduidingen van lokale bedrijven. Hiervoor wordt een overeenkomst gesloten met gemeente en gelden de onderstaande eisen:

1. Rotonde reclame kan enkel op geadopteerde rotondes geplaatst worden.
2. Belangstellenden moeten bij de aanvraag een plan indienen waarin het volgende staat:
 - Inrichtingsplan van de rotonde.
 - Beeldkwaliteitsplan.
 - Onderhoudsplan.
3. Dit plan moet goed gekeurd worden door het team groen, natuur en afval.
4. Beeldkwaliteit moet een plus zijn ten op zichten van de huidige situatie.
5. Het gebruik van chemische middelen is niet toegestaan.
6. De adoptiebeheerder is verantwoordelijk voor het beheer, de uitstraling en onderhoud van de rotonde.



Bron: Eigen foto

Plaatsing:

- Enkel op locaties voor lokale uitingen

Banieren

Banieren zijn langwerpige doeken die aan een mast of gevel hangen. Deze zijn enkel toegestaan als plaatsgebonden reclame en mogen enkel een bedrijfsnaam of logo vermelden.

Vrije Plakplaatsen

De APV of nog vast te stellen verordening fysieke leefomgeving verbiedt om op de openbare weg en op een onroerende zaak dat vanaf de openbare weg zichtbaar is aanplakbiljetten aan te brengen. Daar staat tegenover dat de gemeente de mogelijkheid dient te bieden voor vrije plakplaatsen. Vanuit jurisprudentie blijkt dat één locatie per 10.000 inwoners wordt gezien als voldoende. Voor de praktische uitvoering zal gekeken worden of dit gecombineerd kan worden met locaties voor lokale uitingen. Het is verboden om op deze locaties handelsreclame aan te brengen.



Bron: Hoffmann outdoor media B.V.

Bewegwijzering

Bewegwijzering zijn uitingen in de openbare ruimte en het betreft niet altijd reclame. Bewegwijzering komt aan bod in een separaat beleid. Billboards en reclamemasten

Hoewel de vaak hoge afdrachten voor de gemeente een interessante bron van inkomsten kunnen zijn, wordt binnen dit beleid vastgesteld dat billboards en reclamemasten zowel digitaal als analoog niet toegestaan zijn. Deze vormen van reclame zijn zo ingrijpend op de omgeving en passen niet bij het landelijke karakter van de gemeente Land van Cuijk.

Billboard: Groot (digitaal) reclamepaneel van meer dan 3m²



Billboard (Bron: Adverteer web)

Reclamemast: Mast met daaraan een (digitaal) reclamepaneel (groter dan een billboard)



Reclamemast (Bron: Danny Danckaert)

Green Graffiti

Met het toestaan van green graffiti of andere vormen van reclame waar tekst aangebracht wordt of getoond wordt door selectief schoon te maken en zodoende een boodschap gelezen kan worden wordt zeer terughoudend mee omgegaan. Uitingen zijn vaak maanden zichtbaar en vervuilen het straatbeeld op zich zelf en/of wanneer ze beginnen te vervagen. Ook kan het aanbrengen van uitingen schade veroorzaken aan de voegen van het straatwerk en aan natuursteen. De gemeente kan besluiten om medewerking verlenen aan deze vorm van reclame via het verlenen van een ontheffing als aan de onderstaande bepalingen wordt voldaan:

- Enkel toegestaan op het trottoir of voetgangersgebied, niet op wegen voor gemotoriseerd verkeer, muren of andere plekken of objecten in de openbare ruimte.
- Het aanbrengen is niet toegestaan op natuursteen.
- Uitingen mogen niet binnen 500m van uitingen van green graffiti of vergelijkbare reclamevormen worden geplaatst zolang deze nog zichtbaar zijn.*
- De uiting wordt niet geplaatst langs hoofdroutes buitenreclame.
- In gebieden met welstand of een beeldkwaliteitsplan dient de ontheffing stedenbouwkundig getoetst te worden.
- Niet toegestaan in gebieden met de bestemming groen of natuur.
- Enkel lokale stichtingen of verenigingen komen in aanmerking voor de ontheffing.
- Enkel sociaal-maatschappelijke uitingen zijn toegestaan.
- Uitingen dienen het belang van de inwoners van het Land van Cuijk te dienen.

- Commerciële- of handelsreclame in deze vorm is niet toegestaan.
- Uitingen mogen niet meer dan 2m² in beslag nemen.

* Dit kan betekenen dat op een plek mogelijk één uiting per zoveel maanden getoond kan worden. Hiervoor is bewust gekozen om vervuiling van het openbaar gebied te voorkomen.



Bron: *De Gelderlander*

Flyers (op objecten) in de openbare ruimte

Het zonder toestemming plakken van flyers in de openbare ruimte of daarin geplaatste objecten is niet toegestaan en wordt bestraft met een geldboete van € 170 per flyer tevens worden de schoonmaak- en verwijderingskosten aan de overtreder in rekening gebracht.

Hoofdstuk 5 Bepalingen voor overige objecten

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op overige reclameobjecten. Doorgaans gelden hiervoor ook de toetsingscriteria en bepalingen van 4.2. Tot slot komt de afwijkingsbevoegdheid

5.1 Agrarische producten buiten de bebouwde kom

In het buitengebied is reclame van tijdelijke aard toegestaan mits:

- Voor de verkoop van zelf op eigen terrein geteelde of gekweekte producten.
- Er geen sprake is van een bouwwerk.
- Er maximaal twee borden geplaatst worden die verwijzen naar het bedrijf dan wel de producten.

Reclame die geen relatie heeft tot de onroerende zaak is niet toegestaan zonder goedkeuring van de gemeente.

5.2 Werk in uitvoering / bouwactiviteiten

projectborden met uitsluitend de vermelding van de bedrijven die bij de voorbereiding of de uitvoering van het project betrokken zijn en die op het betreffende bouwterrein of in de nabijheid van het uit te voeren werk worden geplaatst mogen zonder vergunning worden geplaatst voor zolang het project in uitvoering is. Andere vormen van reclame maken dan vermelden zijn niet toegestaan.

Voor projectborden ten behoeve van de verkoop of verhuur van het te realiseren project is een omgevingsvergunning vereist;

In dat kader gelden de volgende vrijstellingscriteria:

1. Er worden alleen projectborden toegestaan ten behoeve van in uitvoering zijnde of toekomstige bouwprojecten.
2. De borden mogen alleen worden geplaatst op het terrein waarop het project wordt uitgevoerd.
3. De borden mogen blijven staan tot het project is voltooid doch maximaal voor een periode van 5 jaar.

En voorts de volgende voorschriften:

1. De maximale hoogte van de borden (incl. de palen) bedraagt 6 meter.
2. De afstand tussen het maaiveld en de onderzijde van het bord bedraagt minimaal 1.5 meter.
3. De borden mogen geen overlast of hinder voor de omgeving veroorzaken.

5.3 Niet commerciële openbare wedstrijd, manifestatie, evenement, open dag of tentoonstelling

Reclame uitsluitend op een terrein waar een niet-commerciële en openbaar toegankelijke gebeurtenis is zoals een wedstrijd, manifestatie, evenement, open dag of tentoonstelling wordt gehouden dan is dit vrijgesteld van het verbod in artikel 2.10 van de algemene plaatselijke verordening. Openbaar toegankelijk betekent dat er geen voorwaarden zijn om de gebeurtenis te aanschouwen zoals entreegeld of registratie. De reclame moet direct gerelateerd zijn aan de gebeurtenis en sponsoren mogen hier niet op vertoond worden. Reclame mag niet eerder dan twee werkdagen voorafgaand aan de gebeurtenis geplaatst worden. Na afloop dient de reclame binnen 2 werkdagen verwijderd te zijn. Voor locaties buiten het terrein dient een vergunning aangevraagd te worden.

5.4 Terrassen, markt en standplaatsen

Terrassen, markten en standplaatsen staan op openbare grond en vallen daarom onder de APV of nog vast te stellen verordening fysieke leefomgeving. Bepalingen omtrent reclame dienen opgenomen te worden in een vergunning of overeenkomst.

5.5 Tankstations

Voor tankstations aan de snelweg geldt het beleid van Rijkswaterstaat. Voor tankstations aan gemeentelijke wegen geldt dat hun reclame een relatie moet hebben met de activiteiten van het tankstation en voldoen aan de eisen van welstand. De bepalingen van hoofdstuk vier zowel in brede zin als met betrekking tot lichtreclame zijn van toepassing op deze locaties.

5.6 Reclamevoertuigen en andere objecten geplaatst langs de weg

Het is verboden een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame langs de weg of zichtbaar vanaf de weg te parkeren met het kennelijk doel om daarmee handelsreclame te maken. Aanhangwagens met een scherm of andere constructies met een digitaal scherm met knipperend lichtreclame zijn eveneens niet toegestaan wegens het afleidende karakter en de nadelige effecten op de verkeersveiligheid. Dit geldt ook voor andere objecten die langs de weggezet worden met het doel om niet-plaatsgebonden reclame te maken.

5.7 Politieke verkiezingen

Onder verkiezingen wordt verstaan: een vanuit de overheid ingestelde verkiezing, in ieder geval: Verkiezingen voor het Europees Parlement, Tweede Kamer, Provinciale Staten, gemeenteraad, referendum en waterschap. Politieke partijen zijn zelf aangewezen om afspraken te maken omtrent wat toegestaan is rondom verkiezingen aangezien politieke reclame niet verboden mag worden volgens artikel 7 van de grondwet. Politieke partijen hebben echter een voorbeeldfunctie en worden verzocht zo duurzaam en zorgvuldig mogelijk te werk te gaan, de openbare ruimte te respecteren, toegankelijk te laten en geen gevaar of overlast te veroorzaken. De afspraken die door partijen voor verkiezingen gemaakt worden, moeten op de website van de gemeente gepubliceerd worden.

5.8 Andere vormen van reclame

Geregeld komen er nieuwe vormen van reclameobjecten op de markt. Om hier rekening mee te houden kan uitsluitend het college van burgemeester en wethouders beslissen over vergunningverlening van nieuwe reclamevormen. Een aanvraag voor een niet in het beleid opgenomen reclameobject moet duidelijk maken:

1. Waarom er behoefte aan dit nieuwe reclameobject is.
2. Waarom de bestaande objecten niet toereikend genoeg zijn.

Daarnaast gelden de volgende bepalingen:

- Nieuwe objecten moeten getoetst worden volgens dezelfde toetsingscriteria.
- Nieuwe reclameobjecten mogen bestaande reclamevormen niet hinderen, zowel in visueel als economisch opzicht.
- Nieuwe reclamevormen houden rekening met bestaande contracten.

5.9. Algemene inherente afwijkingsbevoegdheid

Het college van burgemeester en wethouders kan afwijken van dit beleid, al dan niet onder het stellen van voorwaarden, het bepaalde in deze nota buiten beschouwing laten. Een besluit tot het toepassen van de inherente afwijkingsbevoegdheid dient voldoende te worden gemotiveerd, waarbij een zorgvuldige belangenafweging plaats moet vinden. Daarnaast kan het college besluiten om wegen en/of locaties toe te voegen of te verwijderen.

Hoofdstuk 6 Uitvoering en implementatie

Voor de uitvoering en implementatie van het buitenreclame beleid is een implementatieplan opgesteld.

Het doel van het plan is:

- inzicht te geven in de benodigde capaciteit, middelen en verantwoordelijkheden;
- knelpunten in de uitvoering tijdig te signaleren en oplossingen te formuleren;
- richting te geven aan de interne taakverdeling en werkwijze.

Details zijn vanzelfsprekend te vinden in het implementatieplan.

Verder zullen de onderstaande punten in het beleidsstuk beknopt aan bod komen:

- Communicatie over de inhoud van het beleid.
- Het sluiten van concessieopdrachten voor niet-plaatsgebonden reclame.
- Het vaststellen van locaties voor lokale uitingen.
- Handhaving.

Hieronder wordt kort elk punt benoemd.

6.1 Communicatie

Voor de aanvragers van vergunningen voor het plaatsen van reclameobjecten is het van belang dat er inzichtelijk wordt wat wel en wat niet mag. Dit kan onder andere bereikt worden door duidelijke communicatie en gerichte verspreiding van de vaststelling van het beleid. Met de onderstaande stappen hopen we dit te realiseren:

- Op de website van de gemeente wordt heldere en duidelijke informatie verschaft over de regels en voorwaarden.
- Een publieksvriendelijke kaart waar de wegen en locaties waar reclame zonder relatie tot de omgeving is toegestaan.
- Bij het digitaal aanvragen van een vergunning kan de benodigde informatie gevisualiseerd worden.
- Via de gebruikelijke kanalen zullen stichtingen, (ondernemers) verenigingen, wijk en dorpsraden, centrum managers en andere relevante organisaties geïnformeerd worden en worden verzocht kennis te nemen van de nota en/of deze nota onder de aandacht te brengen bij hun aangesloten leden.

6.2 Concessieopdrachten voor niet-plaatsgebonden reclame.

Na vaststelling zal voor de volgende in hoofdstuk vier genoemden reclameobjecten een concessieopdracht uitgezet worden:

- Lichtmastreclame.
- A0-reclameborden.
- Abri's (bushokjes).
- Aankondigingsborden/ (digitale) informatiepanelen.

In het implementatieplan staat hoe die uitgevoerd gaat worden.

6.3 Locaties voor lokale uitingen

Zoals in hoofdstuk drie vermeld zal er na vaststelling van het beleid gezocht worden naar geschikte locaties dit zal via het WIU traject lopen.

6.4 Handhaving

De gemeente heeft een handhavende taak als het gaat om tegengaan van ongewenste vormen van reclameobjecten. Met dit nieuwe beleid hopen we voldoende mogelijkheden te bieden om legale reclame te plaatsen. Helaas houdt niet iedereen zich aan regelgeving en blijft toezicht en handhaving nodig. Juridisch gezien gaan we uit van twee typen handhaving namelijk:

1. Publiekrechtelijk draagt de gemeente de zorg voor regulering op grond van o.a. ruimtelijke kwaliteit, welstand, overlast en verkeersveiligheid. Instrumenten waarvan zij zich daarbij bedient, zijn de omgevingswet, de erfgoedverordening, het omgevingsplan en de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) of nog vast te stellen verordening fysieke leefomgeving. Aanvragen worden getoetst aan het vastgestelde beleid en kunnen voorgelegd worden aan deskundigen op het gebied van welstand zoals een welstandsc commissie.

2. Privaatrechtelijk kan de gemeente de eigen openbare ruimte en gebouwen exploiteren door het toelaten, aanbrengen en onderhouden van reclameobjecten waarmee geld is te verdienen of waar een op geld waardeerbare prestatie tegenover kan staan. Dit betreft de reclameobjecten uit de concessieopdrachten waarvoor ook overeenkomsten met bepalingen over de locatie, aard, hoeveelheid en vorm van de reclame in zijn opgenomen. Via de privaatrechtelijke weg kan de gemeente invloed uitoefenen om ervoor te zorgen dat de afspraken worden nageleefd. Vaak is de bestaande dreiging dat de gemeente de overeenkomst kan opzeggen indien de exploitant zich niet aan de overeenkomst houdt voldoende.

Uitvoering handhaving

Voor de uitvoering van de handhaving wordt het onderscheid tussen preventief en repressief gemaakt. Het preventieve deel van handhaving gaat over het verstrekken van informatie en algemene voorlichting, te overleggen en het controleren. Bijvoorbeeld door wijk- en dorpsraden, ondernemers, verenigingen en anderen te informeren over wat wel en niet is toegestaan. Het repressieve deel van handhaving is van toepassing als geconstateerd wordt dat in strijd met de wet en ander voorschriften zoals dit beleid is gehandeld. Voor dit gedeelte maken we gebruik van een lik op stuk beleid.

Vormen van illegale reclame

Voor de handhaving maken we onderscheid tussen:

- illegale reclame in de openbare ruimte.
- illegale (gevel) reclame op particulier terrein.

Illegale reclame in de openbare ruimte: Als beheerder van de openbare ruimte is de gemeente verantwoordelijk voor deze gronden. Regelmatig wordt illegaal geplaatste reclame in de vorm van borden, aanhangwagens en andere objecten geconstateerd. Daarnaast komen er ook meldingen binnen van bedrijven en burgers. Bij een constatering krijgt de veroorzaker een termijn van 24 uur om de reclame zelf te verwijderen. Zo niet dan wordt het object door de gemeente verwijderd en zijn de bijbehorende kosten voor de veroorzaker. Dit gaat via een lik op stuk beleid.

Buitendienst

Voor de praktische uitvoering van deze handhaving worden de gebiedsopzichters van de buitendienst als gemandateerd toezichthouder benoemd om handhavend op te treden en om een begunstigingstermijn te stellen voor het verwijderen van de illegale reclame. De buitendienst in samenwerking met de handhavingsjuristen stellen een stappenplan op om dit proces zowel juridisch kloppend als praktisch uitvoerbaar in te richten. Hiermee wordt op structurele basis invulling gegeven aan handhaving van illegale reclame in de openbare ruimte.

Illegale (gevel) reclame op particulier terrein: bepalingen over het plaatsen van reclame aan de gevel, op de grond of via een bouwwerk kunnen in de omgevingsplannen opgenomen worden omdat het

plaatsen van reclame een activiteit betreft die de fysieke leefomgeving wijzigt. Ook zal het één en ander opgenomen worden in de welstandsnota/nota uiterlijk van bouwwerken en is bij reclame zichtbaar vanaf de openbare weg ook de APV of nog vast te stellen verordening fysieke leefomgeving van toepassing. Om verrommeling tegen te gaan wordt aangeraden om met periodieke opsporingsacties te werken waarbij de gemaakte kosten worden verhaald op de veroorzakers van de illegale reclame.

Overgangsbepalingen

- Voor reclame (objecten) zonder vergunning zal verkend worden of legalisering wenselijk is, zo niet zal de plaatser verzocht worden de reclame (object) te verwijderen.
- Voor reclameobjecten in de openbare ruimte met vergunning wat niet in lijn is met het nieuwe beleid wordt contact gezocht met de aanvrager en in overleg gekeken naar een passende uitfasering. In het geval dat er geen gezamenlijke oplossing gevonden kan worden wordt het einde van de vergunningstermijn gehanteerd. Bij het ontbreken van een einddatum zal een termijn van één jaar gehanteerd worden.
- Beheerders van bestaande locaties voor niet-commerciële lokale uitingen die eerdere toestemming (vergunning, overeenkomst, etc.) van de gemeente hebben ontvangen, mogen van deze locaties gebruik maken tot er nieuwe locaties zijn vastgesteld. De gemeente stelt voor nieuwe locaties voorwaarden op en bepaalt tevens wie van de nieuwe locaties gebruik mag maken.
- Voor reclameobjecten met lopende contracten zoals bijvoorbeeld een concessieovereenkomst geldt dat de reclame (objecten) na afloop van het contract binnen vijf werkdagen verwijderd moeten worden.

Bijlagen:

A1 Gebiedsindeling omgevingszone (lichthinder) (Bron: NSVV lichthinder, 2020)

Zone	Omschrijving
E0	Intrinsiek duistere gebieden In het algemeen UNESCO sterrenlicht reservaten, IDA-duisternisgebieden en belangrijke optische astronomische observatoria
E1	Gebieden met een zeer lage omgevingshelderheid In het algemeen natuurgebieden en landelijke gebieden ver van woonkernen
E2	Gebieden met een lage omgevingshelderheid In het algemeen buitenstedelijke en landelijke (woon)gebieden
E3	Gebieden met een gemiddelde omgevingshelderheid In het algemeen stedelijke (woon)gebieden
E4	Gebieden met een hoge omgevingshelderheid In het algemeen stedelijke gebieden met nachtelijke activiteiten, zoals uitgaanscentra en industriegebieden

A2 Luminantiewaarden in verhouding tot oppervlak reclame-uiting (bron: NSVV lichthinder, 2020)

Oppervlakte	Lichttechnische parameter L_{gr} in cd/m ² voor de verschillende omgevingszones				
	E0	E1	E2	E3	E4
luminantie reclamebord of – object met oppervlak < 0,4 m ²	< 0,1	50	500	750	1000
idem met oppervlak 0,4 - < 2 m ²	n.v.t.	30	300	500	750
idem met oppervlak 2 – < 5 m ²	n.v.t.	20	200	300	500
idem met oppervlak 5 – < 10 m ²	n.v.t.	15	150	200	300
idem met oppervlak 10 - < 20 m ²	n.v.t.	0	100	150	200
idem met oppervlak 20 - < 50 m ²	n.v.t.	0	75	100	150
idem met oppervlak 50 - < 100 m ²	n.v.t.	0	50	75	100
idem met oppervlak ≥ 100 m ²	n.v.t.	0	5	10	25

A3 Kleurtemperatuur (bron: NSVV lichthinder, 2020)

Kleurtemperatuur (T)

Maat voor de kleurindruk van een lamp uitgedrukt in Kelvin (K).

- 2700 K extra warmwit
- 3000 K warmwit
- 4000 K neutraalwit, friswit
- 5000 K koelwit

B1: Kaart hoofdroutes buitenreclame (zie PDF of digitale kaart te vinden op URL volgt na vaststelling)