

Onderwerp

Vaststelling reclamebeleid en reclameverordening

Beslispunten

1. Reclamebeleid Centrum Geldrop vast te stellen.
2. Reclamebeleid Centrum Geldrop voor wat betreft de welstandelijke aspecten nadrukkelijk integraal onderdeel uit te laten maken van de Welstandsnota Geldrop-Mierlo. Bij een eerstvolgende wijzigingsronde van de Welstandsnota zal het geldende reclamebeleid als een bijzondere criteriaset worden toegevoegd en wordt dan toetsingskader voor ruimtelijke initiatieven.
3. Reclameverordening Geldrop-Mierlo 2019 vast te stellen.
4. Beleidsnota Reclame en Terrassen, vastgesteld op 11 juli 2016, gedeeltelijk in te trekken voor zover het betreft deel 1 reclame.
5. Legesartikel toe te voegen bij de eerstvolgende wijziging van de tarieventabel behorende bij de Legesverordening 2019.

Inleiding

In 2016 is de Beleidsnota Reclame en Terrassen vastgesteld. Bij vaststelling is afgesproken dat de beleidsnota één jaar na vaststelling zou worden geëvalueerd. De tweede helft van 2016 en 2017 zijn gebruikt om ervaring op te doen met het vastgestelde beleid. In 2018 is de evaluatie opgepakt en is gekozen voor een nieuwe opzet van de nota. In de praktijk bleek het vastgestelde beleid onvoldoende praktisch werkbaar en onduidelijk. Daarnaast was het beleid niet op de juiste manier vastgesteld, zodat dit onvoldoende juridisch geborgd was. Deze verbeterde beleidsnota ligt nu voor samen met de noodzakelijke Reclameverordening.

Wat willen we bereiken

Een praktisch leesbaar beleid voor ondernemers voor het toepassen van reclame in Centrum Geldrop. In het beleid wordt geregeld dat het toepassen van reclame op gepaste en bescheiden wijze met gevoel voor beeldkwaliteit en met respect voor de omgeving moet plaatsvinden. Door middel van de Reclameverordening en de juiste vaststelling van het beleid wordt geborgd dat het beleid, indien noodzakelijk, juridisch afdwingbaar is.

Argumenten

1.1 Huidige beleid was lastig werkbaar

In de praktijk bleek het beleid voor zowel de ondernemer als voor onszelf lastig leesbaar en toepasbaar. In het nieuwe beleid is deze leesbaarheid verbeterd. Er is gekozen voor een wijziging in de hoofdstuk indeling en het juridisch kader in hoofdstuk 3 is verbeterd. In de beleidsnota wordt aan de hand van afbeeldingen verwezen naar de juiste paragraaf waarin de regels per soort reclame staan. Per paragraaf en soort reclame is duidelijk aangegeven of en zo ja welke omgevingsvergunning nodig is. Een ondernemer hoeft dus niet meer de hele beleidsnota door te lezen om te weten wat is toegestaan.

Voor uitstallingen en stoepborden is de regeling ook verduidelijkt. Voor de straten in het centrum die al zijn heringericht is op een kaart per straat aangegeven waar de uitstallingen en stoepborden voor die straat mogen worden geplaatst. In hoofdstuk 8 zijn een aantal definities uitgewerkt.

De mogelijkheden voor reclame zijn niet wezenlijk veranderd ten opzichte van het eerder vastgestelde beleid. Uitzondering hierop vormt het algehele verbod op vlaggen.

2.1 Vergunningverlening en handhaving alleen mogelijk als juridisch is geborgd

Doordat de voorgaande nota geen onderdeel vormde van de welstandsnota, mocht de welstandscommissie aanvragen eigenlijk niet toetsen aan het reclamebeleid. Voldeed een reclame niet aan het beleid dan was weigering daarom juridisch niet afdwingbaar. Door het reclamebeleid onderdeel uit te laten maken van de welstandsnota, mag de welstandscommissie toetsen aan de eisen uit het reclamebeleid. Bovendien kan in geval van illegaal aangebrachte reclames worden gehandhaafd. Uitgangspunt hierbij is dat bij illegaal aangebrachte reclames, eerst overleg met de ondernemer plaatsvindt door de vakafdeling. Handhaving wordt pas ingezet indien er in overleg met de ondernemer niet tot een oplossing kan worden gekomen.

Op grond van de participatie- en inspraakverordening hoeft geen inspraak te worden verleend ten aanzien van ondergeschikte herzieningen van een eerder vastgesteld (beleids)voornemen. Hiervan is in dit geval sprake.

3.1 Juridische borging van handelsreclames noodzakelijk

Voor het merendeel aan reclames is een omgevingsvergunning voor de activiteit bouwen nodig. Dit is landelijke regelgeving en daarmee niet te dereguleren. Reclames die kleiner zijn dan 0,5m², reclames die worden aangebracht door plakfolie of bestaande reclames die worden vervangen (bijvoorbeeld de reclame in een lichtbak), zijn niet vergunningplichtig voor bouwen. Wij wensen deze reclames wel te kunnen reguleren, omdat deze ook veel impact op het straatbeeld kunnen hebben. Door het instellen van een reclameverordening kan dit worden gereguleerd, daarbij wordt de figuur van de "activiteit handelsreclame" in het leven geroepen. Daarbij is het uitgangspunt dat indien wordt voldaan aan de regels van de beleidsnota de reclame vergunningvrij kan worden aangebracht om de lasten voor ondernemers tot een minimum te beperken. Voor reclames uitgevoerd in plakfolie geldt altijd een vergunningplicht, omdat dit zo veel invloed kan hebben op het straatbeeld dat een advies van de welstandcommissie hierbij gewenst is.

Een reclame is of vergunningvrij of vergunningplichtig voor één activiteit. Er zijn nooit twee activiteiten nodig voor één reclame, uitgezonderd de situatie dat een reclame wordt aangebracht op een gemeentelijk of rijksmonument.

4.1 Intrekken noodzakelijk bij vaststellen nieuw beleid

Met de vaststelling van een hernieuwd beleid kan het oude beleid, voor wat betreft het reclamedeel worden ingetrokken. Het oude beleid ten aanzien van terrassen blijft onveranderd van kracht.

5.1 Bij vergunningverlening van handelsreclame moet leges geheven kunnen worden

Met de vaststelling van een Reclameverordening wordt een nieuw vergunningstelsel in het leven geroepen; namelijk de omgevingsvergunning voor Handelsreclame.

Uitgangspunt in de verordening is dat indien een reclame voldoet aan het beleid, deze geen vergunningplicht kent voor handelsreclame. Voor de situaties die wel vergunningplichtig zijn (bijvoorbeeld in geval van bestickering of afwijking van het vastgestelde beleid), zullen

werkzaamheden moeten worden uitgevoerd. Om hiervoor leges in rekening te kunnen brengen moet een artikel worden toegevoegd aan de tarieventabel behorende bij de legesverordening 2019 bij de eerstvolgende tussentijdse wijziging. Uitgangspunt bij het bepalen van het tarief is kostendekkendheid geweest.

Het voorgestelde legesbedrag zal voor 2019 € 90,00 bedragen en is daarmee gelijk aan het minimale legesbedrag voor de omgevingsvergunning voor de activiteit bouwen. De kosten voor de administratieve werkzaamheden en voor de advisering door de welstandscommissie worden daarmee afgedekt. Deze zal via een separaat voorstel aan uw raad worden voorgelegd.

Voor de legesheffing in de periode tussen de inwerkingtreding van dit reclamebeleid en de wijziging van de tarieventabel 2019 bestaat in de geldende legestarieventabel in principe een restartikel ter beschikking. Dit artikel beschrijft 'het tarief voor het in behandeling nemen van een aanvraag tot het verlenen van een andere, niet benoemde vergunning of ontheffing of tot het nemen van een andere beschikking'. Dit legestartief bedraagt €434,50.

Vooruitlopend op de eerstvolgende wijziging van de tarieventabel, zal in voorkomende gevallen al het lagere tarief van € 90,00 te hanteren in plaats van dit resttarief van € 434,50.

Kanttekeningen

1.1 Beperkingen voor ondernemers

Het reclamebeleid kende al beperkingen voor ondernemers. Het beleid is inhoudelijk voor een groot deel gelijk gebleven aan het eerder vastgestelde beleid. Grootste wijziging ten opzichte van het vorige beleid is dat alle vlaggen worden verboden. In de vorige beleidsnota beperkte dit zich tot beachvlaggen. Dit is nu verder uitgebreid. Vlaggen hebben een grote impact op het straatbeeld, door deze te verbieden komt een rustiger straatbeeld naar voren. Dit is een wijziging die de ondernemer weinig kost en wel veel effect sorteert.

De aanpassingen aan het beleid zijn op 3 december 2018 toegelicht tijdens bestuursvergadering van centrummanagement.

1.2 Overgangperiode

Niet alle reclames kunnen direct worden vervangen. Dit kan ook niet van ondernemers worden verlangd. Er is daarom gekozen voor overgangsrecht voor vlaggen van drie maanden. Voor overige reclames, wordt gewerkt met een uitsterfconstructie. Dit betekent dat reclames die worden vervangen, moeten voldoen aan het nieuwe beleid. Oude reclames mogen blijven hangen.

Door middel van een gevelsubsidiereregeling worden ondernemers gestimuleerd om, onder andere, de ongewenste reclames aan te pakken.

Wat gaan we daarvoor doen

Randvoorwaarden

NVT

Planning

NVT



Communicatie

Na vaststelling van het nieuwe beleid zullen ondernemers worden geïnformeerd via de ondernemersvereniging. Ondernemers die vlaggen hebben geplaatst zullen per brief worden geïnformeerd binnen welke termijn deze niet meer zijn toegestaan. Daarnaast zal een folder worden gemaakt met daarin informatie voor de ondernemer. Deze kunnen aan nieuwe ondernemers worden verstrekt indien deze zich melden bij de gemeente.

De bekendmaking van de beleidsregel en reclameverordening zal plaatsvinden conform de voorschriften van de Algemene wet bestuursrecht en de Gemeentewet

Wat mag het kosten

Subsidie

Er zijn subsidiemogelijkheden voor het vervangen van reclames. Deze zijn in een aparte verordening vastgesteld.

Duurzaamheid

NVT

Burgerparticipatie


De beleidsnota is afgestemd met centrummanagement cq. de ondernemersvereniging.


Evaluatie


Eerstvolgende evaluatie van de Beleidsnota en Reclameverordening zal worden uitgevoerd twee jaar na vaststelling.

Bijlagen:

1. Beleidsnota Reclame en terrassen vastgesteld door gemeenteraad op 11 juli 2016
2. Reclamebeleid Centrum Geldrop
3. Reclameverordening Geldrop-Mierlo 2019

 Geldrop, 11 december 2018


N.J.H. Scheltens
secretaris


B.H.M. Link
burgemeester

