Openbaar Zaaknummer: Z/24/267660

Informatienota voor de Gemeenteraad

Onderwerp: Reclamebeleid / A0 reclameframes voor handelsreclame en voor aankondiging van evenementen en verkiezingen.

Collegedatum: 11 november 2025

Kernboodschap

Het college heeft op 28 januari 2025 het besluit genomen om A0-reclameframes te introduceren ter vervanging van sandwichborden, en om het reclamebeleid te vernieuwen. Dit besluit is echter nooit aan de gemeenteraad voorgelegd. Op 11 november 2025 heeft het college het besluit ingetrokken, omdat de daarin opgenomen informatie inmiddels verouderd is.

Er wordt geen nieuw sectoraal reclamebeleid opgesteld binnen de Omgevingswet. In plaats daarvan wordt het bestaande reclamebeleid uit 2013 geactualiseerd, zodat de vervanging van sandwichborden door A0-reclameframes mogelijk wordt, vergelijkbaar met de beleidsaanpassing uit 2017.

Voordat hierover een definitieve keuze wordt gemaakt, wordt eerst een ambtelijk onderzoek uitgevoerd naar de financiële en juridische consequenties en de praktische uitvoerbaarheid van het plaatsen en beheren van A0-reclameframes. Daarbij wordt specifiek aandacht besteed aan het voorkomen van verrommeling van de openbare ruimte en het reguleren van reclame door losse sandwichborden te vervangen door vaste, gereguleerde A0-reclameframes.

Toelichting

In 2024 is de gemeenteraad en het college geïnformeerd over het voornemen om (digitale) A0-reclameframes te introduceren. Doel van dit initiatief was om het straatbeeld te verbeteren door het aantal losse sandwichborden te verminderen, meer uniformiteit en overzicht te creëren, en duidelijkere kaders te stellen voor reclame in de openbare ruimte.

Het huidige reclamebeleid dateert uit 2013 en is in 2017 geactualiseerd. Inmiddels is dit beleid echter verouderd en sluit het niet meer aan bij de uitgangspunten van de Omgevingswet. Conform de nieuwe wetgeving dient dit beleid te worden geïntegreerd in het toekomstige omgevingsplan. Gezien deze ontwikkelingen is het besluit van 28 januari 2025 niet meer actueel.

Daarnaast ontbreekt in het eerdere besluit een duidelijke lokale invulling. Het beleid bood ruimte aan landelijke concessiepartijen, terwijl de gemeentelijke ambitie juist is om lokale ondernemers meer te betrekken bij reclame-uitingen in de openbare ruimte. Door het verlenen van concessies aan landelijke partijen gaat dit lokale karakter verloren.

Tegelijkertijd blijkt dat de verwachte opbrengst van €40.000 niet haalbaar is wanneer uitsluitend met lokale partijen wordt gewerkt. Dit vraagt om een heroverweging van de financiële en beleidsmatige uitgangspunten.

Om deze redenen wordt voorgesteld het besluit van 28 januari 2025 in te trekken en een nieuw, zorgvuldig afgestemd traject te starten. In dit traject kunnen de beleidsdoelen worden herijkt, lokale belangen beter worden geborgd en kan aansluiting worden gezocht bij de integratie van het reclamebeleid binnen het nieuwe omgevingsplan.

Gevolgen

De financiële gevolgen worden in het ambtelijke onderzoek in beeld gebracht. Aan het intrekken van het eerdere besluit zijn geen directe financiële gevolgen verbonden.

Communicatie

In het proces betrekken van lokale ondernemers en met name verenigingen bij de voorbereiding en locatiekeuze.

Uitvoering of Vervolgstappen

1. Uitvoeren van ambtelijk onderzoek naar financiële, juridische en ruimtelijke aspecten. Vanwege benodigde afstemming met externe partijen en juristen, het actualiseren van bestaande kaders en het doorrekenen van beleidsopties, wordt hiervoor een doorlooptijd van circa 6 maanden voorzien. Het onderzoek is daarmee naar verwachting gereed medio 2026.

2. Voorbereiden van beleidsaanpassingen binnen het huidige reclamebeleid (2013), op basis van de uitkomsten van het onderzoek.

3. Voorleggen van de resultaten en beleidsopties aan het college.
De planning is gericht op agendering vóór het zomerreces 2026.