

Advies

Actualisering Reclamebeleid

Roermond NXT is dé stem van Roermondse ondernemers, ondernemingen en ondernemersverenigingen.

We adviseren het gemeentebestuur gevraagd én ongevraagd over thema's die:

- strategisch en economisch van aard zijn;
- de diverse sectoren overstijgen;
- de middellange of lange termijn betreffen;
- en betrekking hebben op Roermond als groter geheel.

www.roermond-nxt.nl

Roermond, 12 april 2025.

Gemeente Roermond
College van Burgemeester en Wethouders
t.a.v. Dhr. D. Franssen, wethouder
Postbus 900
6040 AX Roermond

Geachte heer Franssen,

Voor u ligt het eerste advies van het nieuwe economisch advies platform Roermond NXT. Wij hebben ons eerste advies, dat betrekking heeft op de actualisering van het Reclamebeleid, uitgebracht op uw verzoek.

Er hebben een tweetal bijeenkomsten plaatsgevonden, te weten op 20 februari en 20 maart jl, waarin een aantal deelnemers met elkaar van gedachten heeft gewisseld over dit thema aan de hand van een 5-tal vraagstellingen. In de eerste bijeenkomst hebben de vertegenwoordigende deelnemers geparticipeerd en de deelnemers die we thema afhankelijk uitnodigen. Voor de tweede bijeenkomst hebben we een aantal jongere Roermondse ondernemers / ondernemingen uitgenodigd, die met enthousiasme op de uitnodiging zijn ingegaan en ook in de toekomst graag betrokken willen blijven.

U heeft uw adviesaanvraag toegelicht en heeft de bijeenkomsten als toehoorder bijgewoond.

Wij hebben afgesproken dat u ons te zijner tijd laat weten hoe het Reclamebeleid er in geactualiseerde vorm er uit gaat zien en wat uw afwegingen waren ten aanzien van de adviezen van Roermond NXT.

Met vriendelijke groet,

Mr. Saskia van der Laak MMO CBM,
Onafhankelijk voorzitter Roermond NXT

Vraagstelling 1. Welke balans tussen vrijheid voor ondernemers enerzijds en kwaliteit van de openbare ruimte anderzijds is gewenst?

Vertegenwoordigend + thema afhankelijk

Ondernemers en ook non-profit organisaties hebben behoefte aan de mogelijkheid om reclame te kunnen maken. Veiligheid dient daarbij voorop te staan. Daarna volgt kwaliteit van de omgeving.

Centraal zou moeten staan de beleving van bezoekers, bewoners, werknemers, ondernemers: is dit een aantrekkelijke om nog eens opnieuw te bezoeken, hier te wonen, hier te werken en/of mijn bedrijf te vestigen.

Sturing op een kwalitatief hoogwaardige omgeving levert op de langere termijn voor de stad als geheel én voor alle betrokkenen meer voordeel op dan een beleid waarin alles wordt toegestaan. Het is goed om ondernemers mee te nemen in deze beweegreden.

Duidelijke sturing én handhaving op hoeveelheid, soort reclame, visuele aspecten en éénduidigheid is wenselijk. De gemeente Münster wordt genoemd als voorbeeldstad.

De identiteit van Roermond moet herkenbaar zijn in het beleid.

Een redelijke overgangsperiode om de uitingen aan te passen naar een nieuw regiem voor ondernemers is een vereiste.

Vraagstelling 1. Welke balans tussen vrijheid voor ondernemers enerzijds en kwaliteit van de openbare ruimte anderzijds is gewenst?

Jongere ondernemers / ondernemingen

Het is goed dat er regels zijn waar reclame aan moet voldoen. Die regels zouden vooral moeten aansluiten bij het imago dat Roermond als stad wil uitstralen. Kwaliteit en uitstraling zijn belangrijk voor de beeldvorming over de stad.

Er moet ruimte blijven voor creativiteit en zichtbaarheid van ondernemers ten aanzien van soorten en inhoud van reclame. Uniformiteit is niet het juiste antwoord. Ook het beperken van commerciële uitingen is ongewenst.

Kwaliteit van de reclame uiting en content moet bewaakt worden. Verrommeling is ongewenst. Maak ruimte om nieuwe soorten reclame te testen.

De branding van Roermond zou nog sterker mogen worden aangezet. We Are Roermond is een mooi initiatief, waar ook graag de ondernemers buiten het centrum graag op mee zouden willen liften.

Advies is om bij het actualiseren van het huidige reclamebeleid ook na te denken over innovatieve vormen van reclame die eraan gaan komen, bijvoorbeeld op basis van AI en wat dat kan betekenen voor Roermond.

Vraagstelling 2. In hoeverre zou het reclamebeleid per gebied moeten worden gedifferentieerd?

Vertegenwoordigend + thema afhankelijk

Gedifferentieerd beleid naar wijken en gebieden is wenselijk.

Het is wenselijk om niet al te veel verschillende gebieden aan te wijzen. Dat is duidelijker voor ondernemers en vergemakkelijkt toekennen van vergunningen en handhaving van beleid door de gemeente.

Daar waar er geen sprake is van verplichte advisering van Adviescommissie Omgevingskwaliteit, zou er ook volledige vrijheid ten aanzien van reclame uitingen kunnen zijn.

Het zou goed zijn om te kijken naar de logische samenhang tussen eisen die voor reclame gelden en andere eisen ten aanzien van omgevingskwaliteit.

Vraagstelling 2. In hoeverre zou het reclamebeleid per gebied moeten worden gedifferentieerd?

Jongere ondernemers / ondernemingen

Uniformiteit van beleid voor de hele stad zou uitgangspunt moeten zijn. Maar in gebieden zoals bedrijventerreinen zou meer toegestaan moeten worden.

Maatwerk / flexibiliteit zou mogelijk moeten zijn. Dialoog tussen ondernemers en de gemeente als vergunning verstrekker zou tot de mogelijkheden moeten behoren. Er zou gezamenlijk een afwegingskader kunnen worden opgesteld waarin duidelijk wordt wanneer maatwerk al dan niet mogelijk is.

Maak een website m.b.t. reclame waar ondernemers aan de voorkant gemakkelijk alle info kunnen vinden die ze nodig hebben om te bepalen wat op welke plek wel en niet is toegestaan in Roermond (beleid + digitaal handboek). Dit voorkomt dat vergunningaanvragen worden afgewezen.

Vraagstelling 3. Hoe kunnen innovatieve en duurzame reclamevormen worden gestimuleerd?

Vertegenwoordigend + thema afhankelijk

Het is vooral wenselijk om te kijken naar de hoeveelheid en toekomstbestendige vormen van reclame in de openbare ruimte die passen bij de kwaliteit die Roermond wil uitstralen.

Om een wildgroei aan reclame uitingen en verrommeling te voorkomen, zou het goed zijn om na te denken over meer manieren van collectieve reclame. Een goed voorbeeld hiervan is de uitingen onder de vlag van We are Roermond. Nagedacht zou kunnen worden hoe deze vorm te verbreden en niet enkel te gebruiken voor de binnenstad. Denk in dit kader ook aan digitale entreeborden waarop evenementen gecommuniceerd worden.

Speciale aandacht wordt gevraagd voor de z.g.n. driehoeksborden. De huidige vorm, de aantallen en gebruik zijn niet meer van deze tijd.

Vraag regionale ondernemers met expertise om concrete ideeën (hedendaags en toekomstbestendig) aan te leveren.

Vraagstelling 3. Hoe kunnen innovatieve en duurzame reclamevormen worden gestimuleerd?

Jongere ondernemers / ondernemingen

De diverse vormen van reclame moeten (blijven) passen bij de kwaliteit die Roermond wil uitstralen. Dat geldt voor zowel de vorm als ook voor de inhoud.

Inzetten op digitale borden, waarbij meerdere reclame uitingen kunnen worden getoond, is zinvol.

Innovatieve en duurzame reclamevormen zijn interessant, maar uiteindelijk moeten ook die voor de ondernemer in de stad betaalbaar blijven.

Zaken als aanhangwagens in een weiland zou voorkomen moeten worden en de driehoeksborden zijn zeker toe aan een kwaliteitsverbetering.

Vraagstelling 4. Welke regels en verplichtingen zijn wenselijk of juist onwenselijk voor ondernemers?

Vertegenwoordigend + thema afhankelijk

Het vinden van de juiste balans is belangrijk. Uitgangspunt moet zijn: zo eenvoudig en uniform mogelijk. Zo weinig mogelijk uitzonderingen. Dat kan met zich meebrengen dat knelpunten voor lief genomen moeten worden.

Een handboek waarin ondernemers zelf makkelijk kunnen achterhalen wat wel en niet mag zal zeker helpend zijn.

Ondernemers zijn gebaat bij helderheid voordat ze gaan investeren.

Vraagstelling 4. Welke regels en verplichtingen zijn wenselijk of juist onwenselijk voor ondernemers?

Jongere ondernemers / ondernemingen

Een aantal deelnemers spreekt de wens uit dat de gemeente reclame ten aanzien van zaken als seks, alcohol, drugs, of gokken niet toestaat. Ondernemers zouden op hun beurt ook ethische afwegen moeten maken. We moeten vermijden dat de jeugd in onze stad hiermee geconfronteerd wordt.

Vraagstelling 5. Wat wil Roermond NXT nog meer meegeven aan de wethouder t.a.v. het reclamebeleid?

Vertegenwoordigend + thema afhankelijk

Het zou goed zijn als het nieuwe reclamebeleid is afgestemd op de identiteit van de stad en dat wat de stad wil uitdragen.

Nodig een aantal experts uit om informatie in te winnen.

Maak zeker gebruik van de kennis en ervaring van het Designer Outlet als het gaat om aantrekken van bezoekers.

Onderzoek of er een koppeling kan worden gemaakt met ander beleid en regelingen, zoals de voorwaarden m.b.t. de gevelsubsidie.

Vraagstelling 5. Wat wil Roermond NXT nog meer meegeven aan de wethouder t.a.v. het reclamebeleid?

Jongere ondernemers / ondernemingen

Het reclamebeleid zou ook moeten aansluiten bij hoe de openbare ruimte er verder uit ziet.

Citybranding zou meer betrekking moeten hebben op de hele stad en niet alleen op het centrum. De groep denkt graag mee over dit onderwerp. Dat geldt eveneens voor het evenementenbeleid, omdat dit ook verband houdt met hoe Roermond op de kaart gezet wordt.

Maak gebruik van de niet verkochte ruimte op de grote reclamezuilen rondom de stad om mensen te verleiden om naar Roermond te komen.

Maak een budget vrij voor innovatie binnen de gemeente zelf.