

Beleid digitale reclame

Addendum op de Welstandsnota 2011 Westervoort

Ontwerp addendum	: 14-04-2020
Definitief addendum	: 30-06-2020
Vastgesteld raad op	: 12-10-2020 <i>onder voorbehoud</i>
Inwerkingtreding	: 01-11-2020 <i>onder voorbehoud</i>

Inhoud

Inleiding	3
Aanleiding	3
Doelstelling	3
Wet- en regelgeving	3
Leeswijzer	5
Begripsbepaling	6
Huidige regelgeving in de Welstandsnota + afbakening	6
Huidige regelgeving	6
Afbakening	6
Criteria voor digitale reclame	6

Inleiding

Aanleiding

Waar voorheen analoge reclame werd gebruikt, wordt nu digitale reclame meer toegepast. Wat is digitale reclame?

Digitale reclame zijn schermen die de gebruiker specifieke reclamemogelijkheden biedt op het gebied van beeld, licht en beweging. Deze schermen worden meestal voorzien van LCD (light crystal display) of LED (light emitting diode). Deze schermen kennen verschillende vormen en maten. Te denken is aan reclamemasten, billboards, schermen aan gevels of vitrine/etalage reclame.

Het toepassen van digitale reclame kan invloed hebben op de ruimtelijke kwaliteit. Bij de ruimtelijke kwaliteit moet onder andere gedacht worden aan de vorm, materiaalgebruik en de impact op de omgeving.

Het doel van reclame is om de aandacht te trekken. De invloed van reclame op de weggebruiker is mede afhankelijk van het type weggebruiker en de verkeersomstandigheden. Digitale reclame kan bij een kruispunt als niet wenselijk worden beschouwd, waar dezelfde reclame op een doorgaande rechte weg dit wel is. Ook de lichtuitstraling/intensiteit in combinatie met het omgevingslicht heeft invloed op de verkeersveiligheid. Verkeersdeelnemers moeten niet verblind worden of last hebben van schittering. Voor het bepalen van de maximale lichtintensiteit is de 'Richtlijn lichthinder' van de NSVV leidend. Plaatsing van de digitale reclame wordt getoetst door de verkeerskundige van de gemeente.

In de Welstandsnota 2011 van Westervoort zijn criteria opgenomen voor het plaatsen van reclame. Deze criteria zien echter niet op digitale reclame. Een toetsingskader voor de welstand, wat wel en niet wenselijk/mogelijk is, ontbreekt hiervoor. Hierdoor kan er een ongewenste invloed van schermen ontstaan op de kwaliteit van de leefomgeving. Het is daarom van belang om criteria te hebben voor digitale reclame schermen. Daarom dit addendum op de Welstandsnota 2011 Westervoort.

Doelstelling

Het doel van dit addendum is het vormen van een afwegingskader. Binnen dit afwegingskader wordt aangegeven hoe het college van burgemeester en wethouders omgaat met initiatieven voor het plaatsen van digitale reclame. Zodoende kan er een heldere en eenduidige beoordeling van deze initiatieven plaatsvinden.

Wet- en regelgeving

Voor het plaatsen van reclame, waaronder digitale reclame, geldt wet- en regelgeving. Op dit moment is het de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht en vanaf 1 januari 2021 de Omgevingswet. Ook de Grondwet en de Algemene Plaatselijke Verordening Westervoort 2019 kent bepalingen die invloed hebben op reclame.

De Grondwet

In artikel 7 van de Grondwet is de vrijheid van meningsuiting geregeld. Niemand heeft voorafgaand verlof nodig om door de drukpers gedachten of gevoelens te openbaren, behoudens ieders verantwoordelijkheid volgens de wet. Het maken van handelsreclame is uitgezonderd en valt niet onder de persvrijheid, artikel 7, vierde lid van de Grondwet. Er mogen dus regels worden gesteld aan handelsreclame die betrekking hebben op de welstand, verkeersveiligheid en overlast voor derden.¹

¹ Zie o.a. ABRvS 20 april 2005, ECLI:NL:RVS:2005:AT4255, r.o. 2.3 en *Kamerstukken II*, 1975/76, 13872, 3, p. 37-38.

Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo)

Op grond van de Wabo kunnen er twee vergunningsplichten bestaan. De vergunningsplicht als er sprake is van een bouwwerk en de vergunningsplicht voor het voeren van handelsreclame indien dit geregeld is in de lokale verordening.

Bouwwerk

Voor reclame-uitingen die aan te merken zijn als een bouwwerk kan een omgevingsvergunning nodig zijn voor de activiteit 'bouwen'. Artikel 2.10, eerste lid van de Wabo bepaalt waaraan het bouwen van een bouwwerk moet voldoen. Een van de vereisten zijn dat het bouwwerk voldoet aan het geldende bestemmingsplan en de redelijke eisen van welstand, artikel 2.10, eerste lid onder c en d Wabo. Indien het bouwwerk vergunningsvrij is, wordt er geen preventieve toets gedaan. Het bouwwerk moet nog wel voldoen aan de excessenregeling van de Welstandsnota en de regels van het bestemmingsplan. Hoe hoog de reclame-uiting mag zijn, is afhankelijk van de regels zoals deze zijn opgenomen in het bestemmingsplan.

Handelsreclame

De APV gemeente Westervoort 2019 bevat een verbodsbepaling die ziet op reclame. Artikel 4:15, eerste lid APV bepaalt dat het verboden is om op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren door middel van een opschrift, aankondiging of afbeelding waardoor het verkeer in gevaar wordt gebracht of ernstige hinder ontstaat voor de omgeving.

Op grond van artikel 2.2 onder h Wabo in samenhang met artikel 4.16, eerste lid APV is het verboden om zonder omgevingsvergunning op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren die vanaf de weg zichtbaar is. Bij het toetsen voor een omgevingsvergunning als bedoeld in artikel 4.16 APV wordt onder andere gekeken naar de verkeersveiligheid door de verkeerskundige van de gemeente.

Welstand

De grondslag voor het opstellen van een welstandsnota is opgenomen in artikel 12a van de Woningwet. De gemeenteraad stelt een welstandsnota vast inhoudende beleidsregels die het bevoegd gezag toepast bij de beoordeling of het uiterlijk en de plaatsing van een bouwwerk en een bestaand bouwwerk voldoet aan de redelijke eisen van welstand.

Omgevingswet

Na de laatste berichtgeving vindt de inwerkingtreding van de Omgevingswet plaats op 1 januari 2022.² Met de invoering van de Omgevingswet komt artikel 12a Woningwet te vervallen. Dit artikel, wordt samen met andere artikelen, opgenomen in artikel 4.19 van de Omgevingswet.³ Artikel 4.19 Omgevingswet bepaalt dat de gemeenteraad beleidsregels vaststelt over het uiterlijk van bouwwerken voor de beoordeling of een bouwwerk voldoet aan deze regels. De bestaande/huidige welstandsnota valt onder het overgangsrecht. Artikel 4.114 van de Invoeringswet Omgevingswet bepaalt dat de welstandsnota die op grond van artikel 12a Woningwet van kracht is, geldt als beleidsregel als bedoeld in artikel 4.19 Omgevingswet. De welstandsnota komt op grond van artikel 7.1 in samenhang met artikel 2.2.3.1 van het Invoeringsbesluit in het tijdelijk deel van het omgevingsplan. Met andere woorden, de welstandsnota blijft gewoon gelden na de invoering van de

² Rijksoverheid, 'Nieuwe datum inwerkingtreding Omgevingswet: 1 januari 2022', 20 mei 2020, <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/05/20/nieuwe-datum-inwerkingtreding-omgevingswet-1-januari-2022>.

³ Kamerstukken II, 2017/18, 34986, 3, p. 641.

Omgevingswet. Door de regels over digitale reclame als addendum toe te voegen aan de welstandsnota, blijven deze regels van rechtswege ook van toepassing onder de Omgevingswet.

Leeswijzer

In dit addendum komt het volgende aan bod. Eerst worden de begripsbepalingen gegeven. Het addendum is een aanvulling op de al bestaande Welstandsnota van de gemeente. De criteria voor digitale reclame gelden niet voor alle deelgebieden in Westervoort. Dit wordt in de afbakening toegelicht. Als laatste worden de bestaande criteria plus de criteria voor digitale reclame gegeven.

Begripsbepaling

Onder de volgende begrippen wordt verstaan:

- *Billboards*: digitaal reclamescherm, buiten geplaatst.
- *Digitale reclame*: een lichtgevende reclameboodschap in de vorm van reclame-uiting op een scherm anders dan reclame die wordt aangelicht door een externe lichtbron.
- *Digitaal reclamescherm*: een scherm dat langs elektronische weg een beeld genereert meestal voorzien van LCD of LED.
- *Lichtreclame*: een lichtgevende reclameboodschap in de vorm van een reclame-uiting op een lichtbak of aangestraald door licht, dat door een externe lichtbron wordt aangelicht.
- *Schermen aan gevel*: digitaal reclamescherm buiten geplaatst tegen de gevel ter hoogte van de eerste verdieping.
- *Vitrinereclame*: digitaal reclamescherm, binnen geplaatst in de etalage/vitrine en zichtbaar van buiten.
- *Welstandsgebied/deelgebied*: De gebieden zoals benoemd op de Welstandsgebiedenkaart in de Welstandsnota 2011 van Westervoort.

Huidige regelgeving in de Welstandsnota + afbakening

Huidige regelgeving

In de Welstandsnota is een Welstandsgebiedenkaart opgenomen. Op deze kaart is te zien dat de gemeente is ingedeeld in verschillende deelgebieden. Elk deelgebied heeft eigen welstandscriteria. Zo zijn voor de deelgebieden 'Historische linten en gehuchten', 'centrum' en 'bedrijventerrein Het Ambacht' criteria opgenomen met betrekking tot reclame. De overige deelgebieden, 'individuele woningbouw', 'projectmatige woningbouw' 'bijzondere bebouwing binnen bebouwde kom' en 'bijzondere bebouwing buitengebied en langs dijk' bevatten geen criteria voor het plaatsen van reclame. De huidige criteria over reclame zijn voor de volledigheid opgenomen bij de criteria voor digitale reclame.

Afbakening

Afhankelijk van het deelgebied worden in dit addendum criteria gegeven voor digitale reclame. Het is niet wenselijk om in elk deelgebied digitale reclame toe te staan. In de deelgebieden 'individuele woningbouw', 'projectmatige woningbouw' 'bijzondere bebouwing binnen bebouwde kom' en 'bijzondere bebouwing buitengebied en langs dijk' zijn geen criteria opgenomen voor reclame. Aangenomen wordt dat aan het opnemen van criteria voor reclame in deze gebieden geen behoefte bestaat en dat het toelaten van digitale reclame vanuit het oogpunt van de redelijke eisen van welstand niet wenselijk is.

Voor de deelgebieden 'Historische linten en gehuchten', 'centrum' en 'bedrijventerrein Het Ambacht' zijn in de Welstandsnota wel criteria met betrekking tot reclame opgenomen. Dit addendum bevat een uitbreiding van de al bestaande criteria voor deze deelgebieden.

Criteria voor digitale reclame

In de Welstandsnota 2011 staan criteria opgenomen die betrekking hebben op reclame. Deze criteria blijven ook gelden voor digitale reclame-uitingen. Per deelgebied zullen de bestaande criteria worden aangevuld met criteria voor digitale reclame.

Voor zowel digitale reclame als analoge reclame geldt dat beiden goed op elkaar afgestemd moeten zijn. Een hoeveelheid losse reclame-elementen, zonder enige samenhang en/of integrale aanpak met het hoofdvolume, is niet wenselijk.

Historische linten en gehuchten (Hamersestraat, Dorpstraat, Klapstraat, Heilweg en de Pals).

Reclame (bestaande criteria Welstandsnota 2011)

- Bedrijfs- en productreclames die een functionele relatie hebben met het onroerend goed, zijn toelaatbaar;
- De reclame-uitingen moeten het representatieve karakter van de historische linten in de bebouwde kom ondersteunen;
- De reclame-uitingen dienen zoveel mogelijk op een bescheiden wijze in het pui- of gevelontwerp te worden geïntegreerd;
- Het streven is erop gericht om het aantal reclames zoveel mogelijk te beperken.

Digitale reclame

- In woonwijk de Pals is digitale reclame niet toegestaan. Onderstaande criteria zijn dan ook niet van toepassing op woonwijk de Pals;
- Toegestane vorm van digitale reclame is vitrine/etalage reclame;
- De reclame moet in maat, vorm, kleur en sfeer rekening houden met de specifieke stedenbouwkundige en architectonische situatie;
- Eén digitaal reclamescherm mag alleen op eigen grond worden gemaakt ten behoeve en door het bedrijf dat op het betreffende perceel is gevestigd;
- Bij meerdere bedrijven op één perceel/in één pand, dient er onderlinge afstemming in samenhang van reclame-uiting plaats te vinden;
- Digitale reclame mag het zicht voor verkeersdeelnemers niet belemmeren of gelijkenis vertonen met verkeersrelevante informatiedragers, zoals verkeersborden, -signaleringen enz.;
- Digitale reclame wordt bij situatering langs wegen haaks ten opzichte van de rijrichting van de weg geplaatst;
- Digitale reclame wordt, indien nodig, getoetst door de gemeente aan verkeerskundige aspecten in relatie tot situering van de betreffende reclame;
- Digitale reclame mag geen aanstootgevende boodschappen uitstralen, noch aanstootgevend verbeeldingen uitstralen;
- De weergave tijd van de stilstaande reclame-afbeelding bedraagt minimaal 10 seconden;
- De wisseling van de reclame gaat voldoende abrupt zonder geanimeerde effecten;
- De digitale reclame is tussen 22:00 en 07:00 uur uitgeschakeld;
- De Richtlijnen Lichthinder van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingkunde zijn van toepassing.

Centrum.

Reclame (bestaande criteria Welstandsnota 2011)

- Reclame dient te worden aangebracht in de (tweede) band van de winkelpuien, met een maximale hoogte van de gevelband, een maximale breedte van 75% van de breedte van de puien en een maximale diepte van 0,20 meter. De penanten dienen vrijgehouden te worden van reclame-uitingen;
- Reclames haaks op de gevel zijn niet toegestaan;
- Reclame-uitingen zijn alleen daar toegestaan, waar het bedrijfspand een publieksfunctie heeft;
- Spandoeken, vlaggen, banieren en vaandels zijn niet toegestaan met uitzondering van tijdelijke en speciale gelegenheden die het gehele centrumgebied betreffen;
- Om het open karakter van het centrumgebied zoveel als mogelijk te handhaven verdient het de voorkeur om de winkel/etalageruiten voor maximaal 25% te beplakken.

Digitale reclame

- Toegestane vorm van digitale reclame is vitrine/etalage reclame.
- De reclame moet in maat, vorm, kleur en sfeer rekening houden met de specifieke stedenbouwkundige en architectonische situatie;
- Eén digitaal reclamescherm mag alleen op eigen grond worden gemaakt ten behoeve en door het bedrijf dat op het betreffende perceel is gevestigd;
- Bij meerdere bedrijven op één perceel/in één pand, dient er onderlinge afstemming in samenhang van reclame-uiting plaats te vinden;
- Digitale reclame mogen geen aanstootgevende boodschappen uitstralen, noch aanstootgevend verbeeldingen uitstralen;
- Digitale reclame wordt, indien nodig, getoetst door de gemeente aan verkeerskundige aspecten in relatie tot situering van de betreffende reclame;
- Digitale reclame mag in de winkel/etalageruiten geplaatst worden en telt mee voor de 25% te beplakken;
- De weergave tijd van de stilstaande reclame-afbeelding bedraagt minimaal 10 seconden;
- De wisseling van de reclame op de winkelpui gaat voldoende abrupt zonder geanimeerde effecten;
- De digitale reclame buiten openingstijden van de winkels uitgeschakeld;
- De Richtlijnen Lichthinder van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingkunde zijn van toepassing.

Bedrijventerrein (Het Ambacht).

Reclame (bestaande criteria Welstandsnota 2011)

- Bedrijfs- en productreclames, die een functionele relatie hebben met het onroerend goed, zijn toelaatbaar;
- Vrije plaatsing van routeborden en bedrijfsaanduidingen buiten het eigen terrein leidt tot ontsiering vanwege gebrek aan samenhang en overdaad, en zijn ongewenst;
- De gemeente streeft naar een uniform kader voor routeborden en bedrijfsaanduidingen;
- De reclame moet in maat, vorm, kleur en sfeer rekening houden met de specifieke stedenbouwkundige en architectonische situatie;
- De reclame moet zoveel mogelijk zijn geïntegreerd in het pui- of gevelontwerp.

Digitale reclame

- Toegestane vormen van digitale reclame zijn billboards, schermen aan de gevels
- De reclame moet in maat, vorm, kleur en sfeer rekening houden met de specifieke stedenbouwkundige en architectonische situatie;
- Eén digitaal reclamescherm mag alleen op eigen grond worden gemaakt ten behoeve en door het bedrijf dat op het betreffende perceel is gevestigd;
- Bij meerdere bedrijven op één perceel/in één pand, dient er onderlinge afstemming in samenhang van reclame-uiting plaats te vinden;
- Digitale reclame mag het zicht voor verkeersdeelnemers niet belemmeren of gelijkenis vertonen met verkeersrelevante informatiedragers, zoals verkeersborden, -signaleringen enz.;
- Digitale reclame wordt bij situering langs wegen haaks ten opzichte van de rijrichting van de weg geplaatst;
- Digitale reclame wordt, indien nodig, getoetst door de gemeente aan verkeerskundige aspecten in relatie tot situering van de betreffende reclame;
- Digitale reclame mogen geen aanstootgevende boodschappen uitstralen, noch aanstootgevend verbeeldingen uitstralen;
- De weergave tijd van de stilstaande reclame-afbeelding bedraagt minimaal 10 seconden;

- De wisseling van de reclame gaat voldoende abrupt zonder geanimeerde effecten;
- De digitale reclame is tussen 22:00 en 07:00 uur uitgeschakeld;
- De Richtlijnen Lichthinder van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingkunde zijn van toepassing.

Woonwijken en overige wegen

- In woonwijken zoals opgenomen in de deelgebiedenkaart, woonwijk de Pals en woonwijk Bekenoord is digitale reclame niet toegestaan;
- Voor de Rivierenweg, Brugweg, Noordelijke parallelweg en Zuidelijke parallelweg is digitale reclame toegestaan op de aangewezen plekken in de openbare ruimte zoals besloten middels de omgevingsvergunning van 13 september 2016 met registratienummer HZ-2016-0276;
- De analoge reclame op aangewezen plekken kan vervangen worden voor digitale reclame;
- Het formaat van de digitale reclame op de aangewezen plekken blijft gelijk.

Illustratie van toegestane vormen van digitale reclame

Niet elk type/vorm reclame past in elk gebied. In de criteria is aangegeven wat is toegestaan. Hieronder zijn per type reclame enkele illustraties gegeven. Bij elke initiatief dient gekeken te worden of de reclame-uiting past binnen de omgeving. De illustraties hieronder zijn daarvoor niet van doorslaggevende betekenis.

Billboards



4



5

Schermen aan gevels



6

7



⁴ Bron: <https://www.jcdecaux.nl/billboards>

⁵ Bron: <https://www.leddisplayexpert.nl/digitaal-billboard/>

⁶ Bron <https://www.nabbnet.nl/>

⁷ Bron <https://www.hagenaarreclame.nl/signing/buitenreclame/digitale-reclameborden/>



8



9



10

⁸ Bron <https://www.hagenaarreclame.nl/blog/lichtreclame-trends/>

⁹ Bron <https://binken.net/reclame-alphen-aan-den-rijn/>

¹⁰ Bron <https://nl.pinterest.com/pin/531917405991037860/>

