

### **1. Inleiding /aanleiding**

Geconstateerd is in Opsterland dat de openbare ruimte op sommige plekken als “rommelig” wordt ervaren door een veelheid en grote diversiteit aan reclame-uitingen en andere verwijsborden terwijl Handhaving geen goed instrument in handen heeft om op te treden. Deze situatie is (deels) ontstaan nadat in 2013 de vergunningplicht voor reclame in de openbare ruimte uit de APV (Algemene Plaatselijke Verordening) is geschrapt in het kader van deregulering (Snoad betocht).

Vanuit het welstandaspect is het van belang het aantal verwijsborden te beperken. Te veel borden kunnen het uitzicht op natuur, landschap of dorpschoon ontnemen. Ook een opeenhoping van borden botsen met redelijke eisen van welstand. Tot slot kunnen borden of andere reclame-uitingen overlast op trottoirs geven voor voetgangers en rolstoelgebruikers.

Ons verkeerbeleid, zoals verwoord in het Gemeentelijk verkeer en vervoer plan (GVVP), is gericht op het terugdringen van het aantal verkeerstekens (zoals borden).

Richtlijnen voor borden in de openbare ruimte in Opsterland is niet vastgelegd in één document maar wordt gefragmenteerd benoemd in diverse documenten (APV, Beeldkwaliteit plannen, GVVP, overeenkomsten met bedrijven) en is niet compleet.

### **2. Inspraakreacties**

Het 1<sup>e</sup> concept van deze notitie is voorgelegd aan de ondernemersverenigingen, de plaatselijke belangen en de werkgroep toegankelijkheid Opsterland. Hun reacties zijn verwerkt in de bijgevoegde “Reactienota reclameborden in de openbare ruimte”. In grote lijnen zijn de reacties positief. Op een aantal specifieke punten heeft dit geleid tot aanpassing van het 1<sup>e</sup> concept. Deze aanpassingen zijn in het groen en met een noot \* aangegeven in deze definitieve nota.

### **3. Doelstelling**

In deze notitie wordt er van uitgegaan dat er een praktische oplossing gezocht moet worden gevonden voor het terugdringen van borden / reclame-uitingen in de openbare ruimte om daarmee het uiterlijk aanzien daarvan te verbeteren en mogelijke overlast te beperken of te voorkomen. Het is verder van belang dat voor de maatregelen een groot draagvlak bestaat bij diverse betrokkenen. Daarnaast moet het eenvoudig zijn te handhaven en niet leiden tot nieuwe vergunningen en procedures.

In deze notitie wordt één en ander verder uitgewerkt.

Het gaat in deze notitie dus niet om reclame-uitingen die zijn geplaatst op particulier terrein maar om situaties in de openbare ruimte. Daarvoor geldt één uitzondering: reclameobjecten die, zichtbaar vanaf de openbare weg, in strijd met de bestemming zijn geplaatst en niet locatie-gebonden zijn. Een bord in agrarisch gebied voor een autocross mag dus niet; een open dag bij de betreffende boer is wel toegestaan.

#### **4. Juridisch kader**

##### Voorwerpen op de weg

Op grond van artikel 2:10 APV is het verboden een openbare plaats anders te gebruiken dan overeenkomstig de publieke functie daarvan, als:

- a. het beoogde gebruik schade toebrengt aan de openbare plaats, gevaar oplevert voor de bruikbaarheid van de openbare plaats of voor het doelmatig en veilig gebruik daarvan, dan wel een belemmering kan vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud van de openbare plaats;
- b. het object hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand.
- c. het object of het beoogde gebruik overlast oplevert voor gebruikers van in de nabijheid gelegen onroerende zaken;
- d. het object of beoogde gebruik risico oplevert voor de openbare orde en veiligheid.

Het college kan ontheffing verlenen van dit verbod.

#### **5. Huidige situatie**

Reclame in de openbare ruimte heeft de volgende verschijningsvormen:

- op losse borden en bordjes in de berm;
- Op reclameborden op de stoep;
- op driehoeks- of sandwichborden;
- opabri's;
- op mupi's (stadplattegronden);
- op spandoeken;
- op banieren;
- als verwijsborden naar horecagelegenheden, toeristische attracties of reguliere (MKB) bedrijven.

De meeste overlast wordt veroorzaakt door handelsreclame en spandoeken voor evenementen die links en rechts in de berm of in weilanden naast de openbare weg zijn geplaatst zonder dat ze een relatie hebben met die plek.

Met name hiervoor zou dus een oplossing moeten worden gezocht.

Het "probleem" is redelijk beperkt van omvang maar een kritische blik leert dat het er meer borden staan dan in eerste instantie gedacht.

Vandaar dat een aantal foto's in de bijlagen is bijgevoegd om een beeld te geven van de huidige situatie. Bij deze foto's is ook aangegeven wat bij de nieuwe richtlijnen wel



en niet



is toegestaan.

## 6. Oplossingsrichtingen

Als gemeente, ondernemers en plaatselijke belangen van mening zijn dat er wel een situatie is ontstaan die “geregeld” moet worden, zijn er een aantal oplossingen denkbaar.

Varianten:

1. We maken deze reclame-uitingen weer vergunning plichtig en stellen criteria op waaraan moet worden voldaan (aantal uitingen, maximale duur, verschijningsvorm ed.);  
Voordeel: d.m.v. vergunningstelsel kan verrommeling worden voorkomen;  
Nadeel: in het kader van de deregulering past het niet om nieuwe vergunningen in te voeren. In 2013 is juist besloten het vergunningstelsel af te schaffen op dit punt.
2. We stellen uitvoeringsregels op waaruit duidelijk blijkt wat mag en wat niet is toegestaan. Dit biedt helderheid voor diegenen die een reclame-uiting willen plaatsen in de openbare ruimte en geeft Handhaving een instrument om op te kunnen treden tegen uitwassen;  
Voordeel: snel en eenvoudig te regelen door het college van B&W. De APV, die door de gemeenteraad wordt vastgesteld, hoeft niet te worden aangepast.  
Nadeel: lastig om voor eenieder heldere criteria te benoemen.
3. We verbieden het volledig.  
Voordeel: snel en eenvoudig te regelen. Helder te communiceren.  
Nadeel: alle mogelijkheden om op die manier reclame te maken ontbreken. Een dergelijke oplossing zal op veel weerstand stuiten en schiet haar doel voorbij.
4. We verbieden het maar geven een alternatief. Bv. door enkele commercieel geëxploiteerde billboards te laten plaatsen waar tegen betaling gebruik van kan worden gemaakt.  
Voordeel: verrommeling wordt voorkomen. Eenvoudig te handhaven.  
Nadeel: om gebruik te maken van deze billboards worden commerciële tarieven gehanteerd. Deze mogelijkheid zal lang niet voor alle reclame-uitingen een oplossing bieden. Daarnaast moet er een aanbesteding worden gehouden en locaties worden aangewezen waar billboards worden geplaatst.

## 7. Voorkeursvariant

De voorkeur gaat uit naar de 2<sup>e</sup> variant. Enerzijds geven we daarmee ruimte om reclame te maken zonder dat daarmee (veel) extra kosten zijn gemoeid voor de ondernemer / organisator van een evenement; anderzijds kan het aantal uitingen worden gemaximeerd en kunnen eisen worden gesteld aan de verschijningsvorm zodat de kwaliteit van de openbare ruimte verbetert.

Daarnaast willen we, samen met belangstellende partijen, onderzoeken of er goede mogelijkheden zijn om digitale welkomstborden te plaatsen en te exploiteren.

Voorwaarden daarbij zijn:

- Er zijn geschikte locaties;

- Ze zijn (verkeers-)veilig;
- Ze voldoen aan de Welstandscriteria en
- De exploitatie is kostendekkend.

## 8. Algemene regels

Voor alle reclame-uitingen / borden gelden de volgende algemene regels waaraan moet worden voldaan waardoor ze geen hinder of gevaar opleveren voor verkeersdeelnemers in de zin van artikel 2.10 APV.

- Reclameborden of andere reclame-uitingen mogen niet binnen 10 meter van een kruising worden geplaatst in het kader van de verkeersveiligheid;
- Ze mogen niet lichtgevend zijn, knipperen of reflecteren omdat ze dan afleiden van het verkeer;
- De onderlinge afstand moet minimaal 5 meter zijn om te voorkomen dat meerdere borden op één plaats staan;
- Ze moeten geplaatst worden op een stabiele, professionele constructie, weerbestendig en van goede kwaliteit zijn;
- Plaatsing (op de stoep) mag de doorgang voor andere verkeersdeelnemers niet beperken.

## 9. Specifieke regels

Naast de algemene regels zijn afspraken geformuleerd voor diverse locaties en doelgroepen. Hierbij wordt onderscheid gemaakt in reclame op openbaar terrein:

- In winkelstraten;
- Verwijsborden voor horeca en toeristische locaties
- Handelsreclame en
- Reclame door non-profit organisaties.

Tot slot is onder punt 10. aangegeven hoe om te gaan met reclame-uitingen op particulier terrein die geen relatie hebben met die locatie.

### a. In winkelstraten

In winkelstraten is reclame toegestaan onder de volgende voorwaarden:

Uitgangspunt is 2 borden per winkel voor de eigen gevel van het pand op maximaal A0-formaat (841 mm x 1189 mm = 1m<sup>2</sup>).

Plaatsing voor de eigen gevel of minimaal 20 cm. uit de straatkant.

Meer reclame-uitingen zijn mogelijk als er voldoende ruimte is op de stoep en dit niet leidt tot overlast / klachten.\*

De vrije doorrijbreedte op stoep in de winkelstraten dient minimaal 1.50 meter te zijn. Dit geldt vanaf 2020 ook voor Beetsterzwaag.. Daar was de vrije doorrijbreedte 1.80 meter vanwege het veelvuldig gebruik door rolstoelers (Lyndenstein). \*

Banieren zijn niet toegestaan. Ze hebben een negatieve impact op de beeldkwaliteit van winkelstraten. \*

(zie fotoserie 1)

### **Uitstalling artikelen**

Het uitstallen van artikelen op de stoep kan de stopkracht van een winkel verbeteren. De artikelen moeten, net als de reclameborden voor de eigen gevel van het pand worden geplaatst.

De vrije doorrijbreedte op de stoep in de winkelstraten dient minimaal 1.50 meter te zijn. Voor Beetsterzwaag geldt vanaf 2020 ook een vrije doorrijbreedte van 1.50 meter.\*

(zie fotoserie 2)

### **Plaatsen van schermen bij terrassen**

In feite gaat het hier niet om reclame maar om het maken van een terras bij een horecagelegenheid. In het terrassenbeleid 1) van de gemeente is aangegeven dat voor voetgangers en rolstoelgebruikers altijd minimaal een vrije doorgang van 1,50 meter in acht moet worden genomen. Bovendien moet vanwege de verkeersveiligheid minimaal 20 centimeter afstand tot de rijbaan worden aangehouden. Het terras moet voor de gevel van het bedrijf staan.

(zie fotoserie 3)

- 1) Beleidsregels voor het hebben en inrichten van terrassen in de openbare ruimte Opsterland 2013

### **b. Verwijsborden op bedrijventerreinen en voor horeca en toeristische locaties**

Het belang van deze borden wordt steeds kleiner omdat veel auto's beschikken over navigatie en bezoekers steeds meer beschikken over smartphones met een routeplanner app.

In een beperkt aantal gevallen wordt toegestaan om verwijsborden te plaatsen.

- Bedrijven op een bedrijventerrein kunnen hun naam laten plaatsen op de daarvoor bestemde borden die staan geplaatst bij de toegangen. Tegen vergoeding worden deze bordjes door de gemeente geplaatst en onderhouden (gemeentelijke regeling).

(zie fotoserie 4)

- Voor horeca en toeristische locaties zijn (verwijs-)borden toegestaan als ze zijn geplaatst in overleg met de gemeente. Voor dit onderwerp is een specifieke gemeentelijke regeling opgesteld 2). Hierin is aangegeven welke mogelijkheden er zijn en welke voorwaarden daar aan zijn verboden. \*

(zie fotoserie 5)

### **c.1 Handelsreclame**

Uitgangspunt is dat handelsreclame in de openbare ruimte is niet meer toegestaan (zie fotoserie 6). \*

Uitzondering daarop vormen:

- Welkomstborden bij de ingang van een dorp mits ze kwalitatief goed zijn uitgevoerd en de plaatsing gebeurt in overleg met de gemeente (fotoserie 7);
- Handelsreclame binnen de bebouwde kom op abri's en mupi's (= plattegrondkasten) en 2 gemeentelijke rotondes in Gorredijk (en enkele lichtmasten) waarvoor overeenkomsten zijn gesloten met de gemeente. Deze borden worden geplaatst en onderhouden door professionele bedrijven (zie fotoserie 8).

### **c.2 Commerciële evenementen en markten**

Verder is reclame toegestaan voor commerciële evenementen en markten die worden gehouden in Opsterland. De mogelijkheden en voorwaarden worden opgenomen in de (evenementen-) vergunning:

- binnen de bebouwde kom;
- op maximaal A0 formaat (sandwichborden of driehoek borden).
- Gorredijk 4 per evenement / markt;
- Beetsterzwaag en Ureterp 3 per evenement / markt;
- Overige dorpen: 2 per evenement / markt.

De reclame-uitingen mogen maximaal 4 weken voor het evenement worden geplaatst en dienen binnen 48 uur na het evenement te worden verwijderd.

Reclame-uitingen voor commerciële evenementen en markten uit andere gemeenten zijn met ingang van 1 januari 2020 niet meer toegestaan. Als gemeente verstrekken we hiervoor niet de noodzakelijke vergunningen en hebben daarmee geen invloed op de te plaatsen reclame-uitingen. Enkele buurgemeenten passen dezelfde richtlijnen toe. Daarmee is het dus voor evenementen en markten die in Opsterland worden gehouden ook niet mogelijk in die gemeenten reclame-uitingen in de openbare berm te plaatsen.

(zie fotoserie 9)

### **d.1 Non-profit**

Voor non-profit evenementen, culturele voorstellingen en open dagen (scholen) geldt het volgende:

- binnen de bebouwde kom;
- op maximaal A0 formaat (sandwichborden of driehoek borden).
- Gorredijk 4 per gebeurtenis;

- Beetsterzwaag en Ureterp 3 per gebeurtenis;
- Overige dorpen: 2 per gebeurtenis

De reclame-uitingen mogen maximaal 4 weken voor het evenement worden geplaatst en dienen binnen 48 uur na het evenement te worden verwijderd.

Reclame-uitingen van non-profit instellingen (bv. scholen en culturele instellingen) van buiten Opsterland zijn wel toegestaan. Hiervoor geldt hetzelfde als voor die uit Opsterland zelf. \*  
(zie fotoserie 10)

### **10. Reclame op particulier terrein**

De bovenstaande reclame-uitingen hebben betrekking op plaatsing in de openbare ruimte. Deze notitie geldt op één punt ook voor locaties die niet tot de openbare ruimte behoren.

Reclame uitingen op het eigen terrein is voor bedrijven en instellingen uiteraard wel toegestaan. Soms constateren we ook reclameobjecten, vaak langs de weg op agrarische grond, voor bedrijven of evenementen die geen relatie hebben met die locatie. Deze reclame-uitingen maken inbreuk op de beeldkwaliteit van de omgeving. Hiertegen wordt opgetreden wegens strijd met de bestemming.  
(zie fotoserie 11)

### **11. Toezicht en Handhaving**

Toezicht op een goede uitvoering van de regeling is van groot belang. In het handhavingprogramma 2019 is dit thema opgenomen als één van de speerpunten. Als wordt geconstateerd dat de betreffende reclame-uiting in strijd is met de inhoud van deze notitie, wordt de eigenaar daarop schriftelijk gewezen.

De periode tot juli 2020 wordt beschouwd als overgangsjaar. Organisaties die veel reclame plaatsen die onder het nieuwe regiem niet meer is toegestaan, worden in tot die tijd actief geïnformeerd. Dat is beter dan vanaf juli 2020 corrigerend op te moeten treden.

Vanaf 1 juli 2020 wordt er bij het constateren van een overtreding overgegaan tot bestuursrechtelijk- en of strafrechtelijk optreden.

Om snel en accuraat op te kunnen treden is er in sommige gevallen (gevaar / ernstige hinder) de mogelijkheid om een bestuurlijke strafbeschikking (boete) op te leggen.

Ook op onze website en via de SA! worden de nieuwe voorwaarden bekend gemaakt.



## Bijlage 1 Winkelstraten



**Solide constructie op goede afstand tot de weg en voldoende ruimte op het trottoir**



**Idem**



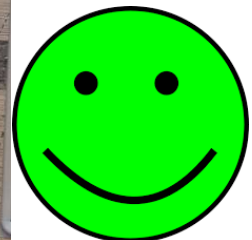
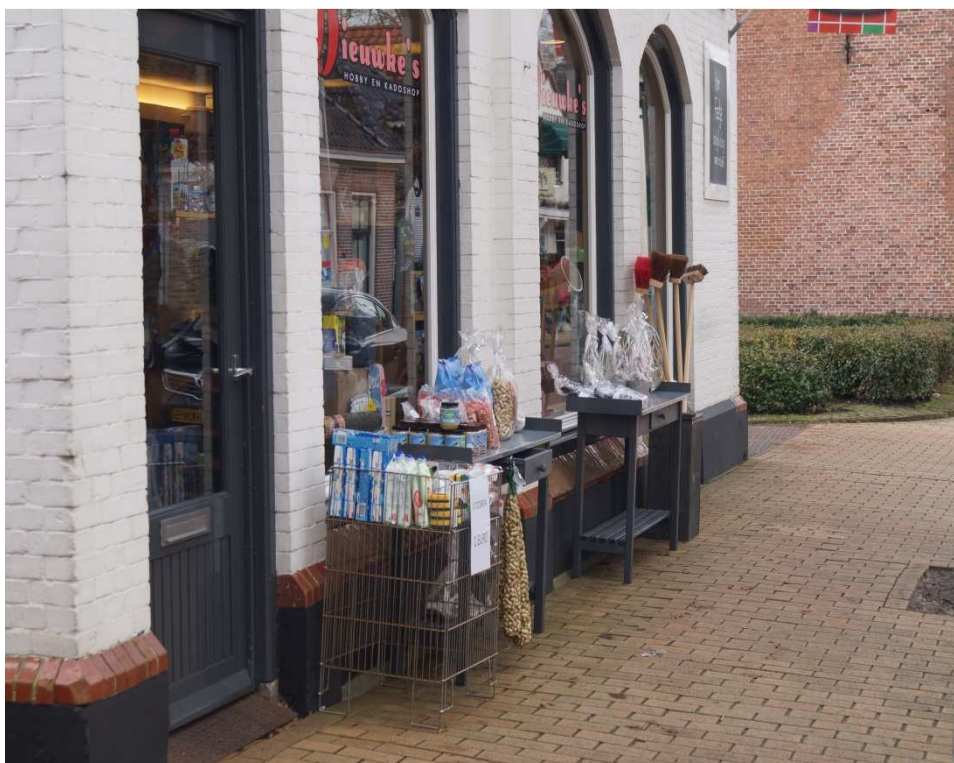


**Banieren zijn niet meer toegestaan.**

## Bijlage 2 Uitstalling artikelen winkelstraten



Door de combinatie van meerdere reclame-uitingen en uitstalling van artikelen (en het plaatsen van fietsen) wordt de doorgang op het trottoir te krap



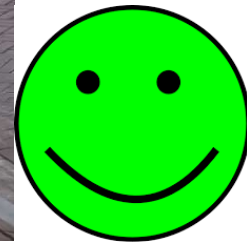
Prima zo



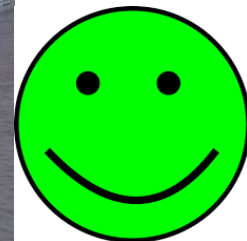
**Banieren zijn niet meer toegestaan. In combinatie met diverse uitgestalde artikelen ontstaat ook een rommelig beeld.**



### Bijlage 3 Schermen bij terrassen



Plaatsing op trottoir en langs de weg is prima



Idem. Doorgang moet wel vrij blijven.



Idem

## Bijlage 4 Verwijsborden bedrijventerreinen



## Gebruik maken van officiële verwijsborden



Idem



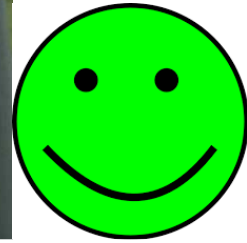
## Bijlage 5 Verwijsborden horeca / toerisme



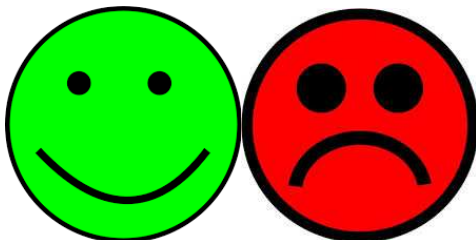
**Handelsreclame voor makelaardij niet toegestaan  
Plaatsing van bordjes naar recreatieve accommodatie vindt plaats door de gemeente**



**Officieel bord fietsknooppunt**



Officieel bord, geplaatst met toestemming van gemeente



Bord fietsknooppunt is akkoord  
Handelsreclames zijn niet toegestaan



**Vormgeving strookt niet met gemeentelijke uitgangspunten. Niet in overleg met gemeente geplaatst.**



## Bijlage 6 Handelsreclame



Handelsreclame in de berm is niet toegestaan



Handelsreclame in de berm is niet toegestaan

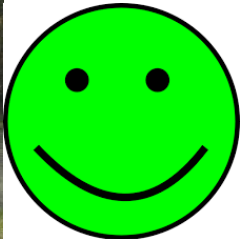


**Handelsreclame in de berm is niet toegestaan**



**Handelsreclame in de berm is niet toegestaan**





Non profit



Handelsreclame in de berm is niet toegestaan





Handelsreclame in de berm is niet toegestaan.



Handelsreclame op de stoep is niet toegestaan (niet locatie gebonden)



**Handelsreclame was tijdelijk toegestaan ivm. bouwwerkzaamheden.  
Project is afgerond. Nu niet meer toegestaan**

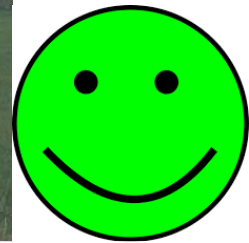


**Handelsreclame in de berm is niet toegestaan**



Bijlage 7 Welkomstborden bij dorpen





**Samen met Plaatselijke belangen / ondernemersverenigingen die digitale  
welkomstborden bij invalswegen willen plaatsen worden de mogelijkheden  
verkend.**



Bijlage 8 Abri's / mupi's







## Bijlage 9 Evenementen



Reclame voor een commercieel evenement in een buurgemeente is niet langer toegestaan

## Bijlage 10 Non profit: culturele instellingen/evenementen en scholen



Reclame voor een cultureel evenement (in eigen gemeenten of een buurgemeente) is mogelijk. Geen stabiele/professionele constructie; niet met tape bevestigen aan lantaarnpaal maar op sandwich- of driehoeksborden.



Reclame-uiting voor een non-profit evenement in een buurgemeente (Lawei / Drachten) is ook toegestaan



## Bijlage 11

### Borden in het weiland



In strijd met agrarische bestemming. Evenement heeft geen “binding” met de locatie.



In strijd met agrarische bestemming. Evenement heeft geen “binding” met de locatie.

