

Reactiedocument naar aanleiding van schriftelijke vragen raadsfracties over de Reclamenota:

Algemeen:

Bij het opstellen van beleidsregels is het van belang dat er een goede balans is tussen enerzijds de rechtszekerheid voor de burger en anderzijds de flexibiliteit bij de toepassing ervan. Een groot deel van de vragen uit de raad had hier betrekking op. De betrokken BIB-werkgroepen (Retail en Bedrijventerreinen) hebben aangegeven dat zij niet te veel regels willen en dat de Reclamenota een voortzetting moet zijn van de compacte opzet van de Welstandsnota (die indertijd samen met de raad is opgesteld). Om te voorkomen dat alles “dichtgetimmerd” wordt met een grote hoeveelheid regels is ervoor gekozen om een beperkt aantal (spel)regels te formuleren met daarbij afwijkingsmogelijkheden/maatwerk, waardoor aan de ondernemer meer ruimte wordt geboden.

Vragen lijst Borger:

- Bij zonnescerm/luifel de ondernemer de mogelijkheid bieden om bij sponsoring meerdere sponsoren te hanteren op zonnescerm/luifel.

Reactie: Combinaties van reclamesoorten zijn mogelijk; zie A7. Naast de luifel zijn er ook mogelijkheden in de pui etc. Meerdere soorten reclame uitingen op de rand van de luifel veroorzaken een onrustig beeld dat niet gewenst is.

- Nieuwe ondernemers ondersteunen voor wat wel en niet mag.

Reactie: Dit beleid is bedoeld als sturend en stimulerend hulpmiddel. De nota biedt spelregels die ondernemers houvast bieden bij het kiezen van reclame-uitingen. Er kan altijd samen met de stadsbouwmeester overleg plaatsvinden wat wel en niet mag.

- Voorafgaande aan deze nota ondernemers die niet voldoen aan reclame nota nu confronteren met de bestaande regels en niet achteraf ondernemers aanpakken met nieuwe reclamenota. Gemeente heeft immers niet gehandhaafd en is dus in onze ogen niet de fout van ondernemers.

Hier zouden wij dan ook zien dat de portefeuillehouder de garantie geeft dat dit niet gaat gebeuren.

Reactie: De intentie van de nota is met name om de ondernemers wegwijs te maken, te ontzorgen en te enthousiasmeren bij het zoeken naar de juiste reclamevorm. Het is zeker niet de intentie om de ondernemers “achteraf aan te pakken”. De nieuwe regels zijn opgesteld samen met een vertegenwoordiging van de ondernemers, die ook aangaven dat er meer duidelijkheid moet komen ten aanzien van handhavingsregels.

Aan de raad zal een concreet handhavingsvoorstel worden voorgelegd, zoals dat ook is gebeurd bij het beleid voor zonnepanelen.

Vragen BCD:

Wij hadden best wat op en aanmerkingen. Vooral omdat ik zelf ondernemer ben, kan ik mij goed inleven in dit stuk. Ik wil wel voorop stellen dat ik het een duidelijk en breed stuk vond, goed leesbaar

en een mooie aanzet. Dat het fijn is om op dit gebied duidelijkheid te hebben en ik vond dat jullie erg je best hebben gedaan om zo objectief mogelijk te zijn. Al is dit vaak lastig bij dit onderwerp.

Ik had een vraag gesteld wanneer reclame het verkeer in gevaar brengt. Wellicht kan hier nog iets duidelijker op in gegaan worden in het stuk met punten zoals zover van een rotonde af of kruising af. (Nu wordt dit alleen bij wegborden gedaan) en over wanneer een verkeersdeskundige wordt geraadpleegd.

Reactie: Ten aanzien van verkeersveiligheid is de gebruikelijke regelgeving van toepassing (o.a. Wegverkeerswet). Bij de toets Omgevingsvergunning wordt, als dat van toepassing is, altijd advies gevraagd aan de verkeerskundige, zoals er ook getoetst wordt aan het Bouwbesluit, brandveiligheid etc. Het voert te ver om dit op te nemen in de Reclamenota.

Ik vond het te streng dat banners in een bouwwerk niet mogen. Er wordt ook geen onderscheid gemaakt tussen winkelstraten, centrum en een buitengebied. Dit soort banners staan namelijk bij het Schutterspark (ook BloteVoetenPark en Klimpark) en ik zie geen bezwaren om dit gewoon toe te staan in een buitengebied, industrieterrein of bijvoorbeeld langs de buitenring.

Reactie: Bij bedrijven zijn doeken in buizenframes toegestaan zie B1. In winkelgebieden niet. Er zal een tekstuele verduidelijking in de nota worden opgenomen wat wordt verstaan onder de term "Bedrijven". Ook recreatiebedrijven vallen hier onder.

Ook de maximale formaten van een reclame zuil vond ik erg klein. Als je een brede merknaam hebt zoals de voorbeelden van Volvo of van Sportlife dan zou je geen zuil kunnen plaatsen. Nu wordt wel gezegd dat de gemeente een afwijkend besluit kan nemen, maar als een concurrent bezwaar maakt trek je toch aan het kortste eind. Voor de ontwikkeling van de Oostflank denk ik dat we voor een buitengebied of industrieterrein de eisen van een zuil wat mogen verruimen.

Reactie: De aangegeven maatvoering in de nota is als richtlijn opgenomen. Afhankelijk van de locatie is aangepaste maatvoering mogelijk in overleg met de stadsbouwmeester. Wanneer een omgevingsvergunning is verleend die aan de nieuwe beleidsregels voldoet of in overleg met de stadsbouwmeester tot stand is gekomen, is de ondernemer juist beter beschermd.

Ik zie niet in waarom "voorkeur voor losse letters" genoemd moet worden. Aangezien dit eigenlijk nietszeggend is.

Reactie: deze voorkeur werd uitgesproken door de BIB-groepen. Grote bakken met daarop letters werd als minder aantrekkelijk beoordeeld. In overleg met de stadsbouwmeester zijn altijd tussenvormen mogelijk.

1 vlag per pand met een mindere breedte van 50 meter vind ik te streng. Je zou maar een vlag willen plaatsen aan weerskanten van je entree. Kan dit niet verhoogd worden naar twee vlaggen per ondernemers met een pand kleiner dan 50 meter breed? En wellicht 5 vlaggen voor een groter pand.

Reactie: Bij vlaggen wordt een lengtemaat van 20 m. aangegeven in de nota. Is de gevelbreedte meer dan 20 m. dan zijn maximaal 3 vlaggen toegestaan op maximaal 3.00 m. van elkaar.

Ook op een luifel mag maar maximaal 1 merknaam. Kunnen we dit niet loslaten? Je wil sowieso altijd al je eigen naam, merk of dergelijke op de luifel, maar soms heb je ook sponsors of een biermerk wat er op moet. Dus sowieso twee namen moet mogelijk zijn. Wellicht ook maximaal drie? Ik neem aan dat een ondernemer altijd wil dat dit er mooi uitziet en dat een merkbedrukking op een luifel niet

een groot risico is op dat een straat er slordig uit gaat zien. Slordigheid of onrust zal eerder zitten in het soort luifels, de kleuren en de manier hoe het ophangt (als dat veel verschillend is van elkaar).

Reactie: zie reactie Lijst Borger: Combinaties van reclamesoorten zijn mogelijk; zie A7 in de nota. Naast de luifel zijn er ook mogelijkheden in de pui etc. Meerdere soorten reclame-uitingen op de rand van de luifel veroorzaken een onrustig beeld dat niet gewenst is. Dit werd door de ondernemersgroepen (BIB) aangegeven.

De driehoeksborden langs de weg zorgen best voor wat verloedering op het moment. De meeste plekken zijn door 2 bedrijven opgekocht. Er staat in het stuk dat de posters maar 2 weken mogen blijven hangen. Momenteel hangen er posters van december (woetsjtock). Zou het niet beter zijn als al die plekken juist worden uitgegeven door een bedrijf zoals hoffman dat doet in Heerlen en afspraken te maken over hoe dat er uit mag zien en hoe lang een zelfde poster mag blijven hangen.

In het stuk van de driehoeksborden staat 14 dagen, maar later in de nota staat voor evenementen 6 weken genoemd. Is het niet beter deze tijdspan gelijk te trekken? Beide naar max 6 weken bijvoorbeeld? Nu vind ik het vrij verwarrend. Ook doordat twee bedrijven, woetstock en Hellebrand bijna alle plekken hebben opgekocht is er op die manier van reclame maken een soort van monopolie. Het zou mooier zijn als deze plekken voor iedere ondernemer in Brunssum beschikbaar zijn.

Reactie: Deze regels zijn gebaseerd op bestaand beleid en deze zijn ter completering in de nota opgenomen. De korte termijn van 14 dagen is indertijd bepaald om zoveel mogelijk ondernemers de kans te bieden om hier gebruik van te kunnen maken.

Vragen P.v.d.A:

Algemene vraag: Hoe gaan we om met de bestaande situatie? Vindt er (zoals bij het zonnepanelenbeleid) een nulmeting plaats?

Reactie: er is geen nulmeting geweest. Wel hebben we de beschikking over jaarlijks geactualiseerde gevelfoto's en vogelvluchtfoto's.

Zie reactie Lijst Borger: De nieuwe regels zijn opgesteld samen met een vertegenwoordiging van de ondernemers, die ook aangaven dat er meer duidelijkheid moet komen ten aanzien van handhavingsregels.

Aan de raad zal een concreet handhavingsvoorstel worden voorgelegd, zoals dat ook is gebeurd bij het beleid voor zonnepanelen.

Algemene vraag: Als we dan al sommige reclame-uitingen beschrijven tot op de centimeter nauwkeurig, dan missen wij (voornamelijk in het Retail-gedeelte) spelregels inzake de helderheid van verlichting en/of de hoeveelheid licht. Daar zien wij geen regels voor opgenomen, is dat bewust?

Reactie: de intentie van de nota is om het aantal regels zo veel mogelijk te beperken (ook op verzoek van de ondernemers). Vandaar dat er geen regels opgenomen zijn voor verlichtingssterkte (lumen). Wel is fluctuerend licht niet toegestaan. De lichtsterkte is minder van belang dan de grootte van de letters; kleine verlichte letters zijn minder in het oog springend dan grote verlichte letters.

"Deze reclameregels gelden dus zowel voor vergunningplichtige als niet-vergunningplichtige reclame-uitingen. Alle reclame-uitingen binnen de gemeente moeten voldoen aan deze regels."

Alhoewel afgelopen week werd aangegeven dat het een sneltoetskader is en dat er eventueel maatwerk geleverd kan worden, lijkt ons dit toch een harde eis aangezien er gebruik gemaakt wordt van het werkwoord "moeten".

En betekent dit dat dan dat als er iemand iets dat lijkt op reclame (wanneer is het dat?) aan zijn gevel hangt, dat de stadsbouwmeester hier iets van moet vinden?

Reactie: de regels uit de Reclamenota gelden voor vergunningplichtige en niet-vergunningplichtige reclame-uitingen (zie pagina 6 en 7 uit de Reclamenota). Een reclame-uiting is omgevingsvergunningplichtig als, kort gezegd, sprake is van een bouwwerk. Vergunningplichtige bouwwerken moeten voldoen aan allerlei eisen die de Wabo stelt. Een wettelijke eis bij de beoordeling van een aanvraag Omgevingsvergunning is de toets aan redelijke eisen van welstand (stadsbouwmeester). Reclame-uitingen die niet omgevingsvergunningplichtig zijn, omdat geen sprake is van een bouwwerk, moeten wel voldoen aan de regels uit de APV. In de APV is opgenomen dat een reclame-uiting moet voldoen aan redelijke eisen van welstand. Die eisen zijn nu vastgelegd in deze Reclamenota, die straks onderdeel gaat uitmaken van de Welstandsnota. Dat biedt meer duidelijkheid voor ondernemers die een reclame-uiting willen plaatsen. Binnen de regels zijn marges aangegeven die een bepaalde mate van flexibiliteit mogelijk maken. De stadsbouwmeester bepaalt als onafhankelijke deskundige mede de mate van de afwijkingmogelijkheid.

In de begrippenlijst staan definities voor allerlei soorten reclame.

Pagina 14

Raamstickers: Hoe om te gaan met gemeentepanden? Zie het InstaWindow.

We begrijpen dat dit in het kader van de leegstand is en dat het een tijdelijk karakter betreft, maar wat is in dit geval dan tijdelijk? Aangezien dit al vanaf december 2019 een feit is?

Reactie: Om leegstaande panden te camoufleren is dit in het verleden toegestaan. Dit betreft geen reclame-uiting en heeft tot doel om de uitstraling van het pand tijdelijk te verbeteren.

Pagina 29

"Van een exces is sprake als een reclame sterk afwijkt van en afbreuk doet aan de omgeving of aan het pand waarop de reclame is aangebracht."

Geldt deze excessenregeling nu niet ook al conform de Welstandsnota? Zo ja, dan is er nu toch al een stok achter de deur om handhavend op te treden.

Reactie: Handhaven op basis van de excessenregeling is wettelijk verankerd in de Woningwet. Ook in de Welstandsnota is een excessenregeling opgenomen. De excessenregeling in de Reclamenota is specifiek toegesneden op reclame-uitingen.

Pagina 31

"Tegen bestaande reclame-uitingen, die in het verleden zonder vergunning zijn opgericht en die duidelijk afwijken van deze reclameregels, zal na overleg met de stadsbouwmeester een handhavingprocedure worden gestart."

Betekent dit dat we alles in handen leggen van de stadsbouwmeester, is dat wenselijk? En waarom is deze nota dan per se nodig? Dit omdat tijdens de behandeling al werd aangegeven dat er in de APV en in de Welstandsnota ook regels staan om op terug te vallen.

Deze nota komt er dan nog bij met aanvullende regels (verre van compleet, soms op de centimeter in detail) en als daar dan nog geen beleid op kan worden toegepast, alsnog ter beoordeling van de stadsbouwmeester.

Reactie: Een wettelijke eis bij de beoordeling van een aanvraag Omgevingsvergunning is o.a. de toets aan redelijke eisen van welstand (stadsbouwmeester). In de APV wordt hier ook naar verwezen voor reclame-uitingen die niet vergunningplichtig zijn. Voor reclame-uitingen zijn de door de raad geformuleerde en vastgestelde (spel)regels in de nota van toepassing. Deze ontbreken momenteel in de Welstandsnota. Binnen de geformuleerde regels zijn flexibiliteitsmarges aangegeven. Dit biedt extra ruimte (maatwerk) aan de ondernemers. De stadsbouwmeester toetst de aanvraag voor het plaatsen van een reclame-uiting aan de door de raad vastgestelde reclameregels en adviseert aan het college van B&W.

Is er überhaupt al geïnventariseerd hoeveel bestaande reclame-uitingen in het verleden zonder vergunning zijn opgericht en afwijken? Is het uitvoerbaar?

Reactie: In het verleden heeft er wel een dergelijke inventarisatie plaatsgevonden ten aanzien van “banners”. Zonder regels ontstaat er een wildgroei en kunnen we juridisch niet handhaven. Aan de raad zal een concreet handhavingsvoorstel worden voorgelegd, zoals dat ook is gebeurd bij het beleid voor zonnepanelen.

BBB lijst Palmen:

De term ‘schreeuwende’ kleuren is te verwarrend. Dat de ‘meerderheid’ dit vind kan al helemaal niet. Wie wat schreeuwend vind is toch echt een persoonlijke kwestie van smaak. Mijn advies is om een 20-tal kleurcodes te nemen, waaraan elk bord moet voldoen. Verder een codecommissie instellen in het geval dat de bouwmeester en de ondernemer/evenementhouder er niet uitkomen. Bij voorkeur divers van samenstelling met een oneven aantal onafhankelijke deelnemers. Verder zou ik het advies willen geven dat enkel natuurlijk afbreekbare materialen gebruikt worden en/of de eis te stellen dat het volledig recyclebaar is.

Reactie: “schreeuwende” kleuren zijn met name kleuren die sterk contrasteren met de directe omgeving. De term “schreeuwend” werd door de ondernemers geïntroduceerd, maar om discussie te voorkomen zal de term worden vervangen door een duidelijke omschrijving (tekstuele aanpassing in de nota). Kleurcodes zullen geen oplossing bieden en hierdoor neemt het aantal regels weer toe. Bij een geringe afwijking van de kleurcode blijft er discussie. Door het instellen van een onafhankelijke codecommissie wordt de beoordeling van de onafhankelijk ingehuurde deskundige (stadsbouwmeester) in feite weer overgedaan. Hiervoor is al een juridisch instrumentarium aanwezig: wanneer ondernemers het niet eens zijn met de stadsbouwmeester kunnen zij tegen de weigering van de Omgevingsvergunning bezwaar maken. Dan wordt dit opnieuw beoordeeld door de onafhankelijke commissie voor bezwaarschriften.

Gebruik van recyclebare materialen kunnen we niet afdwingen. Hiervoor is apart beleid in voorbereiding.