



Onderwerp:

Wob-verzoek buitenreclame Hoek van Holland

Ontvangstbevestiging

Verdaging beslistermijn

Postadres:

Postbus 6575

3002 AN Rotterdam

Internet: rotterdam.nl

PER GEWONE EN AANGETEKENDE POST

ExterionMedia (Netherlands) B.V.

Postbus 22041

1100 CA AMSTERDAM Z-O

Ons kenmerk:

Casennr: AS15/17882

Briefnr: 15/49324

Datum: 28 augustus 2015

Geachte heer,

Ontvangstbevestiging wob-verzoek Hoek van Holland

Op 16 juli 2015 ontvingen wij in het kader van de Wet openbaarheid van bestuur (Wob) uw navolgende aanvraag (door u gedateerd 9 juli 2015):

Wij hebben mogelijk interesse in de exploitatie van reclameobjecten in de buitenruimte binnen uw gemeente. Om deze reden verzoeken wij u hierbij om kopieën van alle overeenkomsten tussen uw Gemeente en reclame exploitanten met betrekking tot de reclame exploitatie in de buitenruimte. Daarnaast ontvangen wij graag een kopie van uw reclamebeleid of een beschrijving van dat beleid.

Uw verzoek hebben wij aangemerkt als een verzoek in het kader van de Wet openbaarheid van bestuur (Wob).

Verdaging

Op grond van art. 6, lid 2 Wob is de beschikkingstermijn bij brief van 27 juli 2015 met maximaal 4 weken verdaagd (kenmerk AS15/17882; 15/46840).

Algemene toelichting

Uw verzoek is gericht aan gemeente Hoek van Holland. Hoek van Holland is op 18 maart 2010 opgegaan in gemeente Rotterdam. Derhalve is het college van Burgemeester en Wethouders van de gemeente Rotterdam bevoegd uw aanvraag in deze af te doen.

Wij zijn er bij de behandeling van uw aanvraag van uit gegaan dat u geïnteresseerd bent in documenten die zien op het gebied van de voormalige deelgemeente Hoek van Holland. In dit gebied is het reclamebeleid van de gemeente Rotterdam van toepassing.

Bestuurlijke aangelegenheid

Artikel 3 lid 1 Wob bepaalt dat ieder een verzoek om informatie neergelegd in documenten over een bestuurlijke aangelegenheid tot een bestuursorgaan kan richten. Het begrip "bestuurlijke aangelegenheid" wordt in artikel 1 onder b Wob gedefinieerd als "een



aangelegenheid die betrekking heeft op beleid van een bestuursorgaan, daaronder begrepen de uitvoering en voorbereiding ervan".

Uw verzoek kan als zodanig als bestuurlijke aangelegenheid aangemerkt worden.

Inventarisatie

Op basis van uw aanvraag hebben wij de navolgende documenten geselecteerd:

1. Exploitatieovereenkomst Centercom, 1 december 2012
2. Exploitatieovereenkomst City Outdoor Media, 1 januari 2008
3. Addendum op Exploitatieovereenkomst City Outdoor Media, 1 januari 2013

4. Het reclamebeleid van de gemeente Rotterdam is reeds openbaar, u kunt die nalezen op internet:

<http://www.rotterdam.nl/reclame>

5. Verder is relevant de Nota Buitenreclame in Rotterdam. Ook dit document is reeds openbaar. Voor uw gemak zenden wij u een kopie daarvan bij dit besluit toe.

Beoordeling

Eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer (art. 10, tweede lid, onder e Wob)

Op grond van artikel 10, tweede lid, onder e Wob blijft verstrekking van informatie achterwege voor zover het belang daarvan niet opweegt tegen het belang dat de persoonlijke levenssfeer wordt geëerbiedigd. In de geïnventariseerde documenten staan persoonsgegevens, zoals namen, emailadressen en telefoongegevens. Wij zijn van mening dat ten aanzien van deze gegevens het belang dat de persoonlijke levenssfeer wordt geëerbiedigd, zwaarder moet wegen dan het belang van openbaarheid. In casu is hierbij mede van belang dat het niet gaat om het opgeven van een naam aan een individuele burger die met een ambtenaar in contact treedt, maar om openbaarmaking in de zin van de Wob. Wij betrekken daarbij ook dat het niet openbaar maken van de persoonlijke gegevens niets af doet aan de mate waarin informatie openbaar wordt gemaakt over de bestuurlijke aangelegenheid. Voor zover het de persoonsgegevens van ambtenaren betreft is hierbij het volgende van belang. Weliswaar kan, waar het gaat om beroepshalve functioneren van ambtenaren, slechts in beperkte mate een beroep worden gedaan op het belang van eerbiediging van hun persoonlijke levenssfeer, maar dit ligt anders indien het betreft het openbaar maken van namen en telefoonnummers van ambtenaren. Dit zijn immers persoonsgegevens en het belang van eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer kan zich tegen het openbaar maken daarvan verzetten. Daarbij is van belang dat het hier niet gaat om het opgeven van een naam en telefoonnummer aan een individuele burger die met een ambtenaar in contact treedt, maar om openbaarmaking in de zin van de Wob en dus aan een ieder. Bovendien betreft het hier geen ambtenaren die zichzelf uit hoofde van hun functie in de openbaarheid presenteren. Het belang van eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer weegt bij deze documenten, gelet op het bovenstaande, zwaarder dan het belang van openbaarheid.



Gelet op het voorgaande zijn in de (deels) openbaar te maken documenten alle tot de persoon herleidbare informatie zoals namen (en afkortingen daarvan), persoonlijke identificatienummers zoals opgenomen op identiteitskaarten, doorkiesnummers en e-mailadressen van de betrokkenen, zoals ambtenaren en externe adviseurs en burgers, onleesbaar gemaakt.

Economische of financiële belangen (art. 10, tweede lid, onder b Wob)

Op grond van artikel 10, tweede lid, onder b, Wob blijft verstrekking van informatie achterwege voor zover het belang daarvan niet opweegt tegen de economische of financiële belangen van de gemeente.

Deze uitzonderingsgrond is onder meer aan de orde in gevallen waarin er sprake is van een privaatrechtelijke relatie tussen de overheid en een derde dan wel waarin de overheid voornemens is een privaatrechtelijke relatie aan te gaan.

De documenten of delen van de documenten die wij niet openbaar maken, zien op de financiële/economische belangen van de gemeente en derden. Het betreft onder meer financiële gegevens.

Gelet op het bovenstaande menen wij dat in de hier bedoelde gevallen de economische en financiële belangen van de gemeente zwaarder wegen dan het belang van openbaarheid.

Voor het overige zien wij geen gronden om openbaarmaking van de informatie op grond van de Wob te weigeren.

BESLUIT

Met inachtneming van het voorgaande

Tot openbaarmaking van de documenten 1, 2 en 3

Ten overvloede

Met verwijzing naar het openbare reclamebeleid van de gemeente Rotterdam:

<http://www.rotterdam.nl/reclame>

De Nota buitenreclame in Rotterdam is reeds openbaar. Een afschrift is bijgevoegd.

Overige informatie

Voor overige, reeds openbare informatie, verwijs ik u naar openbare bronnen zoals www.rotterdam.nl waar openbare documenten integraal en eenvoudig opvraagbaar zijn

Ik ga er van uit dat u hiermee voldoende bent geïnformeerd.



Hoogachtend,

het college van Burgemeester en Wethouders,
namens deze

Hoofd Vastgoed
Cluster Stadsontwikkeling



CONCESSIEVEREENKOMST VOOR DE EXPLOITATIE VAN TWEE- EN DRIEVLAKSBORDEN AAN LICHT- EN SPANMASTEN.

DE PARTIJEN:

1. De gemeente Rotterdam, ten deze rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer ir. R.A.W. Voskuilen, clusterdirecteur Stadsontwikkeling, daartoe aangewezen door de burgemeester van die gemeente en als zodanig handelende namens burgemeester en wethouders der gemeente, in deze kantoorhoudend te 3029 AD Rotterdam aan de Galvanistraat 15, en in deze vertegenwoordigd door mevrouw mr. P. Verspui sectordirecteur vastgoed Stadsontwikkeling",

en
2. Centercom Buitenreclame bv, gevestigd op De Spinnerij 21 te Amsterdam, ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder nummer 34105617 te dezen rechtsgeldig vertegenwoordigd door haar [REDACTED], hierna te noemen 'de exploitant'.

OVERWEGENDE DAT

- I. De gemeente de exploitant in november 2011 heeft uitgenodigd een inschrijving te doen voor het Exploitatieright van twee- en drievlaksborden aan licht- en spanmasten in de gemeente Rotterdam, door middel van een tot de aanbestedingsstukken behorend inschrijvingsformulier en exploitant in het kader van die procedure het Exploitatieright van de gemeente gegund heeft gekregen;
- II. de gemeente aangaande het gebruik van twee- en drievlaksborden aan licht- en spanmasten door derden voor evenement en gemeentelijk gerelateerde doeleinden, waaruit zij inkomsten verkrijgt, een contract wenst aan te gaan met de exploitant, waarbij de exploitant als enige gerechtigd wordt om krachtens overeenkomsten met derden voor die doeleinden, uitingen te verzorgen door middel van aan span- en lichtmasten bevestigde/te bevestigen twee- en drievlaksborden in overeenstemming wordt gebracht met het gemeentelijk reclamebeleid;
- III. de exploitant bereid is zorg te dragen voor de contractvorming en het contractbeheer met derden inzake de plaatsing en instandhouding van de betreffende twee- en drievlaksborden, zulks onder nader bij deze overeenkomst overeen te komen voorwaarden.

VERKLAREN TE ZIJN OVEREENGEKOMEN ALS VOLGT:

ARTIKEL 1 EXPLOITATIE VAN LICHT- EN SPANMASTEN IN ROTTERDAM VOOR RECLAMEDOELEINDEN

1. De gemeente verleent aan de exploitant, hetgeen de exploitant aanvaardt, het exclusieve recht om in eigen naam en voor haar rekening en risico twee- en drievlaksborden aan licht- en spanmasten in Rotterdam met uitzondering van het Havengebied en de gemeente Rozenburg te (doen) exploiteren voor reclamedoeleinden, met in acht name van:
 - a. Wegenverkeerswetgeving en het BABW;
 - b. gemeentelijke regelgeving in casu de Algemene Plaatselijk Verordening;





- c. de nota Buitenreclame in Rotterdam, vastgesteld op 2 maart 2006;
 - d. reclamebrochure "Het reclamebeleid van de gemeente Rotterdam", december 2007;
 - e. Koepelnota Welstand;
 - f. Rotterdamse Stijl;
 - g. het maximum aantal geplaatste drie- en tweevlaksborden 600 zal bedragen;
 - h. Spoorwetgeving en alle daarop gebaseerde Wet- en regelgeving voor de (snel)tram.
2. De exploitatieactiviteiten van de exploitant omvatten onder meer:
- a. het onderhouden van contacten met cliënten en potentiële cliënten;
 - b. de verzorging van de administratie, facturering, incasso, algemene voorwaarden en contracten in relatie tot cliënten inzake twee- en drievlaksborden;
 - c. de behandeling van klachten en schades;
 - d. het uitbrengen van advies aan de gemeente over het gemeentelijk reclamebeleid;
 - e. het uitvoeren van technische werkzaamheden, zoals het aanbrengen van twee- en drievlaksborden;
 - f. het tijdelijk verwijderen en terugplaatsen van twee- en drievlaksborden;
 - g. het onderhouden, schoonmaken en schoonhouden van de twee- en drievlaksborden en eventueel toebehoren;
 - h. het verwijderen van zwerfafval afkomstig van posters in een straal van 10 meter rondom de drie- en tweevlaksborden.
 - i. het binnen 24 uur na constatering van de schade, herstellen van schades. Indien naar het oordeel van de gemeente of de RET als gevolg van voornoemde schade sprake is van gevaar of hinder voor het verkeer of de tramdienst dient deze onmiddellijk doch uiterlijk binnen 8 uur te worden hersteld. De gemeente heeft het recht om conform artikel 9.2 van deze overeenkomst twee- of drievlaksborden te verwijderen.
 - j. het op regelmatige basis, en indien gewenst door de gemeente wekelijks, terugkoppelen van het correct toepassen van de voorrangregel zoals beschreven in artikel 5.1, het eenmaal per jaar verzorgen van managementsrapportages aan de gemeente inzake de exploitatie van twee- en drievlaksborden aan licht- en spanmasten. Op verzoek van de gemeente dient tussentijds eveneens (deel)rapportage door de de exploitant plaats te vinden.

ARTIKEL 2 UITVOERINGSBEPALINGEN

1. Bij de uitvoering van de exploitatie neemt de exploitant de volgende voorwaarden in acht:
 - a. er mogen geen reclame-uitingen (doen/laten) worden aangebracht die in strijd zijn met de wet dan wel in strijd zijn met de openbare orde, de goede zeden of de Nederlandse Reclamecode;
 - b. er mogen geen twee- en drievlaksborden worden aangebracht in strijd met het gemeentelijke Reclamebeleid, de Koepelnota Welstand en de Rotterdamse Stijl;
 - c. de exploitant dient bij het aanbrengen en verwijderen van twee- en drievlaksborden de aanwijzingen en de voorschriften van de beheerder van de openbare verlichtingsmasten en de RET als eigenaar van de spanmasten op te volgen en zodanige zorgvuldigheid in acht te nemen dat geen schade of hinder wordt veroorzaakt cq de veiligheid niet in het geding komt. Indien er wel schade ontstaat is de exploitant hiervoor aansprakelijk.
2. De beheerder en/of de RET is bij acuut gevaar of hinder door de twee- en drievlaksborden voor het (tram)verkeer of bij het in gebreke blijven van de exploitant van het wegnemen van gevaar of hinder gerechtigd om voor rekening en risico van de exploitant maatregelen te treffen om het gevaar of hinder weg te nemen.
3. Bij het plaatsen, verwijderen en onderhouden van twee- en drievlaksborden dient te worden gewerkt volgens de meest recente CROW-richtlijnen.

ARTIKEL 3 DOOR DE EXPLOITANT TE BETALEN VERGOEDING

1. Als vergoeding voor het exclusieve recht zal de exploitant aan de gemeente jaarlijks een vergoeding betalen van [REDACTED] exclusief BTW en exclusief reclamebelasting. De vergoeding is gebaseerd op prijspeil 2012 en zal jaarlijks met de Consumentenprijsindex worden geïndexeerd. Herziening van de vergoeding op basis van wijziging van het Consumentenprijsindexcijfer zal voor het eerst per 1 januari 2013 plaatsvinden.
2. Indien uitbreiding van het aantal twee- en drievlaksborden mogelijk is en de gemeente instemt met deze uitbreiding dan wel deze initieert, dan zal met de exploitant worden overlegd over de commerciële haalbaarheid van de extra te plaatsen twee- en drievlaksborden. Bij overeenstemming wordt de exploitant de mogelijkheid geboden om ook deze extra twee- en drievlaksborden te exploiteren tegen het gelijke tarief zoals voor het desbetreffende kalenderjaar geldt en welke op basis van deze offerteaanvraag tussen gemeente en de exploitant tot stand komt. De jaarlijks reeds doorgevoerde Consumentenprijsindexatie voor de twee- en drievlaksborden zal dan eveneens voor deze extra twee- en drievlaksborden van toepassing zijn.

ARTIKEL 4 AFDRACHT EN AFREKENING

1. De betaling van de overeengekomen jaarlijkse afdracht dient per maand voorafgaand per aanvang de kalendermaand plaats te vinden op basis van een door de opdrachtgever te verzenden factuur. De exploitant dient zorg te dragen dat betaling plaatsvindt binnen 15 dagen na ontvangst van de factuur.
2. Ter garantie / waarborg dient op de dag van ondertekening van de concessieovereenkomst een bedrag ter grootte van één (1) maandvergoeding als borg overgemaakt te worden ten gunste van de opdrachtgever. De verrekening van deze borg zal plaatsvinden met de laatste te betalen termijnnota van de concessieovereenkomst.
3. Bij niet tijdige voldoening van enige betaling van een opeisbaar bedrag is de exploitant over het achterstallige bedrag naar rato het dan geldende wettelijke rentepercentage per maand voor consumententransacties (artikel 6:119 BW) verschuldigd wegens rente te rekenen vanaf de dag waarop de exploitant in gebreke is tot en met de dag van betaling.

ARTIKEL 5 TOEPASSINGSGEBIED, TARIEFSTELLING

1. De twee- en drievlaksborden zijn bedoeld voor toeristische, culturele en sportieve evenementen. Deze mogen een commercieel karakter hebben.
2. Het tarief voor uitingen mag maximaal € 9,- per locatie per dag zijn (= totaalbedrag per twee- of drievlaksbord). De gemeente wordt jaarlijks in de 2^e week van een kalenderjaar schriftelijk geïnformeerd over de te voeren tariefstelling. Jaarlijks mogen de tarieven worden geïndexeerd op basis van het Consumentenprijsindexcijfer.
3. De gemeente wenst verder het recht te hebben om ten behoeve van door de gemeente te bepalen lokale evenementen of charitatieve instellingen bij de exploitant uiterlijk 10 weken voor aanvang van een te voeren reclamecampagne twee- en drievlaksborden in te kunnen kopen op A1-zichtlocaties. De gemeente zal zelf zorg dragen voor het aanleveren van reclameposters.
4. De verhuurperiode per campagne is gesteld op 14 dagen.
5. Het is de exploitant en alle aan de exploitant gelieerde bedrijven niet toegestaan om de in de gemeente Rotterdam geplaatste twee- of drievlaksborden te combineren met andere door de exploitant gevoerde vormen van buitenstraatmeubilair.



ARTIKEL 6 DUUR VAN DE OVEREENKOMST

1. Deze overeenkomst gaat in op 1 december 2012 en geldt voor een periode van 5 jaar. Na het verstrijken van de duur van 5 jaar wordt de concessieovereenkomst niet verlengd en zal door de gemeente voordien een nieuwe aanbestedingsprocedure worden opgestart.
2. De gemeente zal uiterlijk zes (6) maanden voor de einddatum van de concessieovereenkomst de exploitant informeren of zij gebruik wil maken van haar recht op overname van de dan geplaatste twee- en drievlaksborden. De gemeente zal alsdan een bedrag betalen van € 1,- (excl. Btw.) per twee- of drievlaksbord. Indien de gemeente geen gebruik maakt van dit recht dan zal de exploitant verplicht zijn om uiterlijk op de laatste dag van de concessieovereenkomst alle twee- en drievlaksborden op haar kosten te (hebben laten) verwijderen.
3. In afwijking van het 1^o lid kan de gemeente de overeenkomst onmiddellijk doen eindigen door schriftelijke opzegging zonder opzegtermijn:
 - a. in geval van faillissement of surseance van betaling van de exploitant;
 - b. in geval van een ernstige toerekenbare tekortkoming in de nakoming van deze overeenkomst door de exploitant;
 - c. in geval de exploitant ten gevolge van een niet toerekenbare tekortkoming, langer dan drie maanden niet aan haar verplichtingen voldoet.
4. Indien tijdens de looptijd van de overeenkomst direct of indirect, middellijk dan wel onmiddellijk een persoon bij de, al dan niet tot een combinatie behorende, opdrachtnemende partij betrokken blijkt te zijn dan wel raakt, welke persoon direct of indirect, middellijk dan wel onmiddellijk betrokken is of was bij een persoon die bij de opdrachtgever ten tijde van de inschrijving openstaande rekeningen heeft van langer dan 90 kalenderdagen dan wel een juridisch conflict heeft met de opdrachtgever, is de opdrachtgever gerechtigd de overeenkomst met onmiddellijke ingang te beëindigen zonder dat enige (schade)vergoeding is verschuldigd.
5. In alle gevallen van ontbinding, anders dan reguliere beëindiging van de concessieovereenkomst en behoudens bij faillissement, zal naar keuze van de gemeente de exploitant de reclamevoorzieningen verwijderen en de grond in de oorspronkelijke staat terugbrengen, dan wel de reclamevoorzieningen handhaven ten bate van de gemeente, die hiervan om niet eigenaar zal worden.
6. Gederfde winst noch overige kosten zullen bij beëindiging van de concessieovereenkomst op grond van dit artikel dan wel anderszins voor vergoeding in aanmerking komen.
7. De exploitant zal de licht- en spanmasten aan het einde van de contractperiode leeg en vrij van rechten en plichten uit welke hoofde dan ook, behoudens indien door de gemeente gebruik wordt gemaakt van het recht zoals onder artikel 5.2 beschreven, overdragen aan de gemeente.

ARTIKEL 7 OVERDRACHT VAN RECHTEN EN PLICHTEN

Indien de exploitant overgaat in een andere rechtsvorm zullen de rechten en verplichtingen uit deze overeenkomst onverminderd van kracht blijven voor de rechtsopvolger. Van een overgang, als bedoeld in dit artikel, zal de gemeente schriftelijk in kennis worden gesteld.

Indien de exploitant haar rechten en verplichtingen uit deze overeenkomst aan een derde dient of wenst over te dragen, dient de gemeente hiervoor vooraf schriftelijk toestemming te geven. De overdracht kan eerst plaatsvinden nadat de gemeente hiervoor schriftelijk toestemming heeft verleend. Aan deze toestemming kunnen financiële voorwaarden worden verbonden.

ARTIKEL 8 VRIJWARING

1. De gemeente vrijwaart de exploitant voor vorderingen van derden voortvloeiend uit de door de gemeente goedgekeurde locatiekeuzen. De gemeente behoudt zich het recht voor, indien het volgens haar wenselijk of noodzakelijk is, te bepalen dat eerder aangewezen locaties niet langer



gebruikt kunnen worden.

2. De exploitant is ten opzichte van de gemeente aansprakelijk voor alle toerekenbare (in)directe schade voortvloeiende uit (de uitvoering van) deze concessieovereenkomst en dient hiervoor afdoende verzekerd te zijn. De exploitant vrijwaart de gemeente tegen vorderingen van derden voortvloeiende uit of verband houdende met (de uitvoering van) deze concessieovereenkomst.
3. De exploitant dient een toereikende beroeps- en wettelijke aansprakelijkheidsverzekering te hebben afgesloten en deze vervolgens in stand te houden. De polis dient een dekking te leveren van minimaal de opdrachtwaarde op jaarbasis c.q. gebeurtenis of samenhangende gebeurtenissen. De polis moet worden afgesloten bij een verzekeringsmaatschappij die haar zetel in Nederland heeft. De verzekering dient alle risico's te dekken die mogelijk de belangen van burgers, bedrijven, overigen of de gemeente kunnen schaden inclusief mogelijke schade die ontstaat aan twee- en drievlaksborden aan licht- en spanmasten als gevolg van aanrijding, vandalisme, etc.

ARTIKEL 9 OVERIGE BEPALINGEN

1. De exploitant maakt jegens de gemeente geen aanspraak op enige vergoeding hoe ook genaamd, in geval van:
 - a. beschadiging of verwijdering van twee- en drievlaksborden door derden;
 - b. schade, veroorzaakt door de toestand waarin de licht- en spanmast verkeert;
 - c. schade aan derden, veroorzaakt door de twee- en drievlaksborden of het aanbrengen van de twee- en drievlaksborden.
2. De gemeente is te allen tijde bevoegd de twee- en drievlaksborden, dan wel masten waaraan twee- en drievlaksborden zijn aangebracht tijdelijk te verwijderen indien haar zulks in het belang van openbare werken noodzakelijk voorkomt. Deze bevoegdheid omvat mede verwijdering van twee- en drievlaksborden die overlast veroorzaken of die in strijd met wet- en regelgeving, de Nota Buitenreclame, Koepelnota Welstand of Rotterdamse stijl zijn opgehangen.
3. Van een verzochte verwijdering stelt de gemeente de exploitant schriftelijk minimaal 1 week tevoren in kennis, tenzij omwille van dringende redenen van verkeersveiligheid onmiddellijke verwijdering noodzakelijk is.
4. De verwijdering is voor rekening van de exploitant. Indien de verwijdering niet plaatsvindt binnen de afgesproken termijn kan de gemeente het bord laten verwijderen door een willekeurige aannemer en de kosten in rekening brengen bij de exploitant.
5. Illegaal geplaatste posters welke geplakt zijn op de twee- of drievlaksborden dienen direct door de exploitant verwijderd te worden.
6. Alle inschrijvingsbescheiden, waaronder een Plan van Aanpak, die als bijlage zijn ingediend bij de aanbesteding maken integraal deel uit van deze overeenkomst, voor zover daarvan in deze overeenkomst niet is afgeweken.

ARTIKEL 10 GEHEIMHOUDING EN PRIVACY

1. De exploitant, de gemeente en/of adviseurs dragen er zorg voor dat, zowel gedurende de looptijd van deze concessieovereenkomst als ook daarna, de informatie die exploitant van de gemeente of andere betrokken partijen van de gemeente heeft ontvangen of vice versa, onverschillig of deze van mondelinge of schriftelijke aard is, vertrouwelijk blijft en niet zonder voorafgaande wederzijdse schriftelijke toestemming van de partijen aan derden wordt onthuld, tenzij partijen op grond van wetgeving gehouden zijn bepaalde informatie aan een derde te verstrekken. De partijen zullen vertrouwelijke informatie slechts bekend maken aan personen die bij haar organisatie werkzaam zijn, voor zover dit noodzakelijk is voor de uitvoering van deze concessieovereenkomst.

- 
2. De partijen zijn bij de uitvoering van de concessieovereenkomst tevens gehouden de wettelijke gehanteerde privacyregels in acht te nemen.
 3. Partijen zullen in publicaties of reclame-uitingen geen mededelingen doen over de inhoud van de onderhavige concessieovereenkomst, tenzij partijen op grond van geldende wet- en regelgeving verplicht zijn tot het doen van bepaalde mededelingen. Behoudens publicaties in algemene zin omtrent de samenwerking tussen de gemeente Rotterdam en de exploitant ter zake de exploitatie van de twee- en drievlaksborden aan licht- en spanmasten.

Artikel 11 TOEPASSELIJK RECHT

1. Op deze concessieovereenkomst is het Nederlands Recht van Toepassing. Ieder geschil tussen de gemeente en de exploitant voortvloeiende uit de concessieovereenkomst zal bij uitsluiting worden voorgelegd aan de daartoe bevoegde rechter in het arrondissement Rotterdam, tenzij partijen alsnog een andere vorm van geschillenbeslechting overeenkomen.

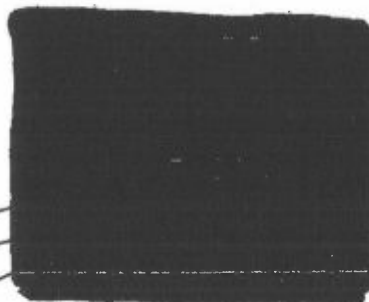
Aldus in tweevoud opgemaakt en getekend, te Rotterdam,

Namens de gemeente

Namens de exploitant

De heer ir. R.A.W. Voskuilen,
Clusterdirecteur Stadsontwikkeling

Mevrouw mr. P. Verspui
sectordirecteur vastgoed Stadsontwikkeling





Overeenkomst voor de exploitatie van lichtbakken aan licht- en spanmasten

DE PARTIJEN:

1. CityTec B.V. , hierna te noemen de exploitant,

en
2. De Gemeente Rotterdam, hierna te noemen de gemeente,

OVERWEGENDE DAT

- I. De gemeente exploitant in december 2006 heeft uitgenodigd een inschrijving te doen voor het Exploitatieright Licht- en Spanmastreclame in de gemeente Rotterdam, door middel van een tot de aanbestedingsstukken behorend inschrijvingsformulier en exploitant in het kader van die procedure het Exploitatieright van de gemeente gegund heeft gekregen;
- II. de gemeente aangaande het gebruik van lichtbakken aan lichtmasten door derden voor primaire verwijsfuncties, waaruit zij inkomsten verkrijgt, een contract wenst aan te gaan met de exploitant, waarbij de exploitant als enige gerechtigd wordt om krachtens overeenkomsten met derden voor die derden verwijsfuncties te verzorgen door middel van aan licht- en spanmasten bevestigde/te bevestigen lichtbakken en waarbij de plaatsing daarvan in overeenstemming met het gemeentelijk reclamebeleid zullen worden geplaatst;
- III. de exploitant bereid is zorg te dragen voor de contractvorming en het contractbeheer met derden inzake de plaatsing en instandhouding van de betreffende lichtbakken, zulks onder nader bij deze overeenkomst overeen te komen voorwaarden.

VERKLAREN TE ZIJN OVEREENGEKOMEN ALS VOLGT:

ARTIKEL 1 EXPLOITATIE VAN LICHTBAKKEN AAN LICHT- EN SPANMASTEN IN ROTTERDAM VOOR RECLAMEDOELEINDEN

1. De gemeente verleent aan de exploitant, hetgeen de exploitant aanvaardt, het recht om van 1 januari 2008 tot en met 31 december 2012 in eigen naam en voor haar rekening en risico lichtbakken aan licht- en spanmasten in Rotterdam te (doen) exploiteren voor reclamedoeleinden, met in acht name van;
 - a. Wegenverkeerswetgeving en het BABW;
 - b. gemeentelijke regelgeving in met name de Algemene Plaatselijk Verordening;
 - c. de beleidsnota Buitenreclame in Rotterdam;
 - d. het maximum aantal lichtbakken 1200 zal bedragen;
 - e. Spoorwegwetgeving en alle daarop gebaseerde wet- en regelgeving voor de (snel)tram.
2. De exploitatieactiviteiten van de exploitant omvatten onder meer:
 - a. het onderhouden van contacten met cliënten en potentiële cliënten;
 - b. de verzorging van de administratie, facturering, incasso, algemene voorwaarden en contracten in relatie tot cliënten inzake lichtmastreclame;



- c. de behandeling van klachten en schades;
- d. de beoordeling van de door een cliënt gewenste locatie van een lichtbak aan de hand van gemeentelijke regelgeving;
- e. het uitbrengen van advies aan de gemeente over het gemeentelijk reclamebeleid;
- f. het (doen) uitvoeren van technische werkzaamheden, zoals het aanbrengen van lichtbakken en de aansluiting op het elektriciteitsnet;
- g. het tijdelijk verwijderen en terugplaatsen van lichtbakken;
- h. het onderhouden, schoonmaken en schoonhouden van de lichtbakken en eventueel toebehoren;
- i. het binnen 2 weken na constatering van de schade, herstellen van schades. Indien naar het oordeel van de gemeente of de RET als gevolg van de voornoemde schade sprake is van gevaar of hinder voor het verkeer of de tramdienst, dan dient de schade onmiddellijk doch uiterlijk binnen 24 uur te worden hersteld;
- j. het verzorgen van rapportages aan de gemeente inzake de exploitatie van lichtbakken aan licht- en spanmasten. Tevens krijgt de gemeente eenmaal per kwartaal een actueel overzicht van de op dat moment in de gemeente Rotterdam aanwezige lichtbakken;
- k. het op eigen kosten (laten) verzwaren en verankeren van de licht- en spanmasten ten behoeve van het aanbrengen van lichtbakken.

ARTIKEL 2 UITVOERINGSBEPALINGEN

1. Bij de uitvoering van de exploitatie neemt de exploitant de volgende voorwaarden in acht:
 - a. er mogen geen reclame-uitingen (doen/laten) worden aangebracht die in strijd zijn met de wet dan wel in strijd zijn met de openbare orde, de goede zeden of de Nederlandse Reclamecode;
 - b. de aan te brengen lichtbakken worden door de exploitant getoetst aan de voorschriften van:
 - i. Wegenverkeerswetgeving en het BABW,
 - ii. gemeentelijke regelgeving in casu de Algemene Plaatselijk Verordening,
 - iii. de beleidsnota Buitenreclame in Rotterdam;
 - c. de exploitant dient bij het aanbrengen en verwijderen van lichtbakken de aanwijzingen en voorschriften van de beheerder van de openbare verlichtingsmasten of spanmasten en/of RET op te volgen en zodanige zorgvuldigheid in acht te nemen dat geen schade of hinder wordt veroorzaakt;
 - d. in- en uitschakeling van de verlichting van de lichtbakken vindt plaats op hetzelfde moment als de nachtverlichting van de openbare verlichting.
2. De beheerder en/of RET is bij acuut gevaar of hinder door de lichtbakken voor het (tram)verkeer of bij het in gebreke blijven van de exploitant van het wegnemen van het gevaar of hinder, gerechtigd om voor rekening en risico van de exploitant maatregelen te treffen om het gevaar of hinder weg te nemen.

ARTIKEL 3 DOOR DE EXPLOITANT TE BETALEN VERGOEDING

1. Als vergoeding voor het exclusieve recht zal de exploitant aan de gemeente een vergoeding betalen van [REDACTED] per jaar. Dit bedrag is exclusief de levering van elektrische energie en gebaseerd op een onbelemmerde beschikbaarheid van elektrische voeding en onbelemmerde beschikbaarheid van de desbetreffende licht- en spanmasten, exclusief BTW en exclusief reclamebelasting. Het bedrag is gebaseerd op prijspeil 1-1-2008 en zal jaarlijks worden geïndexeerd aan de hand van de Consumentenprijsindex.
2. Indien op enig moment meer dan het in artikel 1 lid 1 genoemde maximale aantal lichtbakken is



geplaatst, wordt in aanvulling op de in lid 1 genoemde vergoeding door de exploitant voor ieder extra bord jaarlijks een vergoeding van 1,5 maal de jaarvergoeding gedeeld door 1200 worden betaald aan de gemeente.

3. De kosten van de verbruikte hoeveelheid elektrische energie worden door de exploitant rechtstreeks verrekend met de leverancier van elektriciteit. De exploitant draagt ervoor zorg dat de gemeente door de energieleverancier niet belast zal worden voor het elektriciteitsverbruik van de lichtbakken. Hiertoe verstrekt de exploitant jaarlijks, in de tweede week van de maand januari, aan de energieleverancier een opgave van de door de lichtbakken in het afgelopen jaar verbruikte hoeveelheid elektrische energie.

ARTIKEL 4 AFDRACHT EN AFREKENING

1. De exploitant brengt jaarlijks in de maand januari aan de gemeente schriftelijk verslag uit over de ontwikkeling van de exploitatie van lichtbakken aan licht- en spanmasten.
2. De exploitant zal de in artikel 3 genoemde vergoeding over maken in twee gelijke delen. Het eerste deel wordt overgemaakt in de eerste week van de maand juli van het betreffende jaar. Het tweede deel van de vergoeding wordt uiterlijk betaald in de eerste week van de maand januari van het jaar, volgend op het jaar waarop de vergoeding betrekking heeft. De exploitant zal de vergoeding uit eigen beweging bijschrijven op de rekening van de gemeente. De gemeente (OntwikkelingsBedrijf Rotterdam) zal tenminste een maand van tevoren, ter herinnering en service, een factuur versturen met betrekking tot het bovenstaande.

ARTIKEL 5 DUUR VAN DE OVEREENKOMST

1. Deze overeenkomst gaat in op 1 januari 2008 en geldt voor een periode van 5 jaar.
2. In het vierde jaar wordt de overeenkomst geëvalueerd en indien beide partijen tevreden zijn, kan deze met vijf jaar worden verlengd. De exploitant zal de licht- en spanmasten aan het einde van de contractperiode leeg en vrij van rechten en plichten uit welke hoofde dan ook overdragen aan de gemeente.
3. In afwijking van het 1^e lid kan de gemeente de overeenkomst onmiddellijk doen eindigen door schriftelijke opzegging zonder opzegtermijn:
 - a. in geval van faillissement of surseance van betaling van de exploitant;
 - b. in geval van een ernstige toerekenbare tekortkoming in de nakoming van deze overeenkomst door de exploitant;
 - c. in geval de exploitant ten gevolge van een niet toerekenbare tekortkoming, langer dan drie maanden niet aan haar verplichtingen voldoet.

ARTIKEL 6 OVERDRACHT VAN RECHTEN EN PLICHTEN

1. Indien de exploitant overgaat in een andere rechtsvorm zullen de rechten en verplichtingen uit deze overeenkomst onverminderd van kracht blijven voor de rechtsopvolger. Van een overgang, als bedoeld in dit artikel, zal de gemeente schriftelijk in kennis worden gesteld.
2. Voor het geval de exploitant haar rechten en verplichtingen uit deze overeenkomst aan een derde dient of wenst over te dragen, zal zij aan de gemeente hiervoor vooraf schriftelijk toestemming vragen. De overdracht kan eerst plaatsvinden nadat de gemeente hiervoor schriftelijk toestemming heeft verleend. Aan deze toestemming kunnen financiële voorwaarden worden verbonden.



ARTIKEL 7 VRIJWARING

De exploitant vrijwaart de gemeente tegen alle aanspraken van derden tot vergoeding van schade als gevolg van het aanbrengen, hebben, onderhouden, verplaatsen of verwijderen van lichtbakken aan licht- en spanmasten.

ARTIKEL 8 OVERIGE BEPALINGEN

1. De exploitant maakt jegens de gemeente geen aanspraak op enige vergoeding hoe ook genaamd, in geval van:
 - a. beschadiging of verwijdering van lichtbakken door derden;
 - b. schade, veroorzaakt door de toestand waarin de licht- en spanmast verkeert;
 - c. schade aan derden, veroorzaakt door de lichtbakken of het aanbrengen van de lichtbakken.
2. De gemeente is te allen tijde bevoegd van de exploitant te verlangen de lichtbakken te verwijderen indien haar zulks in het belang van openbare werken noodzakelijk voorkomt. Deze bevoegdheid omvat mede verwijdering van lichtbakken die overlast veroorzaken of die in strijd met wet- en regelgeving en de Nota Buitenreclame zijn opgehangen.
3. Van een verzochte verwijdering stelt de gemeente de exploitant schriftelijk 3 weken van te voren in kennis.
4. De verwijdering is voor rekening van de exploitant. Indien de verwijdering niet plaats vindt binnen de afgesproken termijn kan de gemeente de lichtbak laten verwijderen door een willekeurige aannemer en de kosten in rekening brengen bij de exploitant

ARTIKEL 9 GESCHILLEN

1. Geschillen welke mochten ontstaan naar aanleiding van deze overeenkomst zullen worden voorgelegd aan de rechtbank te Rotterdam.
2. Een geschil wordt geacht aanwezig te zijn, zodra een der partijen dit schriftelijk jegens de ander verklaart.

Aldus in tweevoud opgemaakt en getekend, te Rotterdam,

Namens de gemeente

Drs. A.L.H. Visser

Algemeen Directeur Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam

Ing. H.H. Rotgans

Directeur Vastgoed Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam





ADDENDUM BIJ DE OVEREENKOMST VOOR DE EXPLOITATIE VAN LICHTBAKKEN AAN LICHT- EN SPANMASTEN

DE ONDERGETEKENDEN:

1. de **Gemeente Rotterdam**, Galvanistraat 15, 3029 AD Rotterdam (de "**Gemeente**");
2. **B.V. Nationaal Publiciteitsbureau v/h J. Lanting**, een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid, statutair gevestigd te Haarlem, kantoorhoudende Kenastraat 3, 2011 MV Haarlem, handelsregisternummer 34040125, vertegenwoordigd door haar zelfstandig bevoegde bestuurder [REDACTED] ("**NPB**");

partijen 1 en 2 worden hierna gezamenlijk aangeduid als "**Partijen**" en afzonderlijk als een "**Partij**";

OVERWEGENDE:

- (A) dit Addendum behoort bij de door de Gemeente en CityTec B.V. ("**CityTec**") gesloten overeenkomst voor de exploitatie van lichtbakken aan licht- en spanmasten, waarvan de oorspronkelijke looptijd liep van 1 januari 2008 tot en met 31 december 2012 (de "**Overeenkomst**");
- (B) op 1 september 2011 zijn CityTec en City Outdoor Media B.V. ("**COM**"), een dochtermaatschappij van NPB, een overeenkomst aangegaan op grond waarvan COM bepaalde activiteiten, waaronder de exploitatie van lichtbakken, van CityTec heeft overgenomen;
- (C) in verband met het bepaalde onder (B) is met de Gemeente onder andere afgesproken dat niet COM, maar NPB per 1 september 2011 de Overeenkomst van CityTec heeft overgenomen op de voet van artikel 6:159 BW;
- (D) in dit Addendum wensen Partijen de gemaakte afspraken te bevestigen en nader vast te leggen;

VERKLAREN TE ZIJN OVEREENGEKOMEN ALS VOLGT:

1. NPB heeft, met medewerking van de Gemeente, per 1 september 2011 de Overeenkomst van CityTec overgenomen op de voet van artikel 6:159 BW, zodat voortaan overal waar in de Overeenkomst "exploitant" staat vermeld, "NPB" moet worden gelezen en derhalve NPB als de contractuele wederpartij van de Gemeente heeft te gelden.
2. De Gemeente heeft aan NPB toestemming verleend om bij de uitvoering van de Overeenkomst COM als haar onderaannemer in te schakelen. Zojuist bedoelde toestemming laat onverlet dat NPB jegens de Gemeente volledig verantwoordelijk is en blijft voor de deugdelijke nakoming van de Overeenkomst.



3. De oorspronkelijke looptijd van de Overeenkomst (dat wil zeggen: van 1 januari 2008 tot en met 31 december 2012) is met wederzijds goedvinden verlengd met een periode van nog eens vijf jaar, zodat de Overeenkomst thans geldt voor de periode tot en met 31 december 2017.
4. Er wordt zo spoedig mogelijk na ondertekening een begin gemaakt met het plaatsen van de in totaal 75 stadsklokken conform een door of namens NBP op te stellen planning, die er in resulteert dat uiterlijk op 31 maart 2012 alle klokken zijn geplaatst.

1.

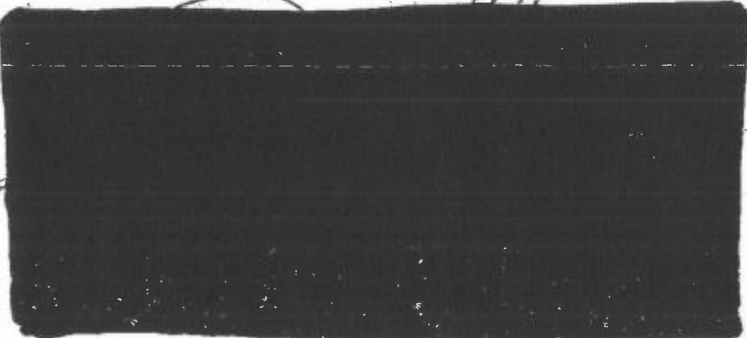
Stadsontwikkeling
Algemeen directeur
Ir. R.A.W. Voskuilen

Stadsontwikkeling
directeur Vastgoed
mevrouw mr. P. Verspui

2.



3.



Buitenreclame in Rotterdam

Vastgesteld door de Gemeenteraad van Rotterdam
op 2 maart 2006

Samenvatting

In Rotterdam zijn naar schatting 55.000 reclameobjecten in de openbare ruimte. Vooral in het centrum is de reclamedruk groot. Buitenreclame hoort bij de dynamiek van de stad, maar er zijn spelregels nodig om te voorkomen dat buitenreclame een ratjetoe wordt en afbreuk doet aan de kwaliteit van de stad.

Van een pro-actief reclamebeleid is in Rotterdam tot nu toe nooit sprake geweest. Er is alleen repressief opgetreden bij misstanden. Het gevolg is dat ondernemers soms niet weten waar ze aan toe zijn, dat de gemeente inkomsten uit reclame misloopt en dat buitenreclame soms afbreuk doet aan de kwaliteit van de buitenruimte.

De gemeente wil nu het reclamebeleid veranderen in een pro-actieve aanpak. Hiermee worden drie doelstellingen nagestreefd:

- Het vergroten van de bijdrage die reclame kan leveren aan de kwaliteit van de openbare buitenruimte.
- Het vereenvoudigen van de regelgeving waardoor ondernemers gemakkelijker in staat worden gesteld om hun naam, producten en diensten onder de aandacht van de consument te brengen.
- Het verhogen van de gemeentelijke opbrengsten uit reclame.

De eerste doelstelling wordt nagestreefd door een beperkte set heldere en goed te handhaven spelregels af te spreken. In deze nota zijn die spelregels uitgewerkt. De regels leiden er toe dat voor circa negentig procent van de reclame-uitingen in de buitenruimte geen of een lichte bouwvergunning nodig is. Voor een klein, afgebakend deel van de reclame-uitingen in de stad worden reguliere vergunningen afgegeven. Voor de beoordeling van die vergunningen worden in deze nota verschillende criteria genoemd.

De tweede doelstelling wordt nagestreefd door vergunningverlening, toezicht en handhaving beter te coördineren. Hiervoor wordt een Loket Vergunningen opgezet en ondergebracht bij de dienst Stedenbouw en Volkshuisvesting (dS+V). Dit loket wordt het gemeentelijke aanspreekpunt op het gebied van buitenreclame. Ondernemers kunnen hier terecht met vragen en voor het aanvragen van vergunningen. Ook de handhaving wordt beter georganiseerd. Het loket Vergunningen onderhoudt contact met Gemeentebelastingen Rotterdam.

Gemeentelijke inkomsten uit reclame worden verhoogd door het afsluiten van contracten met reclame-exploitanten te centraliseren in één gemeentelijk reclamebureau. Daarmee kan maximaal van de schaalgrootte van Rotterdam worden geprofiteerd. Dit bureau wordt ondergebracht bij het Ontwikkelingsbedrijf (OBR).

Buitenreclame in Rotterdam

Projectcode

Versie
definitief

Datum
02.02.2006

Pagina
4 van 75

Inhoud

Deel 1 Visie en spelregels

1.	Inleiding	11
1.1	Waar hebben we het over?	11
1.2	Positieve en negatieve effecten	11
1.3	Streng beleid en gebrek aan handhaving	11
1.4	Behoeftte aan nieuw beleid	12
2.	Verhogen van de kwaliteit van de buitenruimte	15
2.1	Reclamezones	15
2.1.1	Hoofd- en verzamelwegen	15
2.1.2	Bedrijventerreinen	15
2.1.3	Horeca- en winkelgebieden	15
2.2	Reclamearme zones	16
2.2.1	Woongebieden	16
2.2.2	Beschermde stadsgezichten	16
2.2.3	Singels, historische linten en kernen	16
2.2.4	Monumenten	16
2.2.5	Groengebieden en recreatiegebieden	17
2.3	Uitvoeringseisen	17
2.3.1	Algemene kwaliteitseisen	17
2.3.2	Geen opeenstapeling	17
2.3.3	Toegestane objecten	18
2.4	Bijzondere uitvoeringseisen	18
2.4.1	Ruimte voor creativiteit	18
2.4.2	Tijdelijke reclames op of aan gebouwen bij grote evenementen	18
2.4.3	Uitverkoop en bijzondere campagnes (Sinterklaas, Kerst, Vuurwerk)	19
3.	Eenvoudige regelgeving	21
3.1	Spelregels voor ondernemers: Model Rotterdam	21
3.1.1	Geen vergunning, geen reclamebelasting (de zogenoemde peanut-regeling)	22
3.1.2	Geen vergunning, belasting volgens vast basistarief	22
3.1.3	Wel een vergunning, belasting afhankelijk van de omvang	22
3.2	Spelregels voor reclame-exploitanten	23
3.2.1	Toegestane reclameobjecten	23
3.2.2	Kwaliteitseisen	23
4.	Inkomsten uit reclame	25
4.1	Inkomsten uit reclamecontracten	25
4.1.1	Billboards en singuliere vitrines	25
4.1.2	Openbaar vervoer	25
4.1.3	Lichtmastreclame	25
4.1.4	Reclame op, aan en in gemeentelijke objecten	25

42	Inkomsten uit reclamebelasting	26
43	Reclame-inkomsten	26
5.	Organisatie	27
5.1	Loket Vergunningen	27
5.2	Reclamebureau	27
5.3	Toezicht en Handhaving	28
5.3.1	Organisatie	28
5.3.2	Prioriteiten ten aanzien van toezicht en handhaving	28
5.3.3	Handhavinginstrumenten	29
6.	Invoering	31
6.1	Juridische consequenties	31
6.2	Bestuurlijke consequenties	31
6.3	Personele consequenties	31
6.4	Communicatie	32
6.5	Overgangstermijn en aanpak excessen:	32
6.5.1	Excessen	33
6.6	Pilots	33
6.7	Evaluatie	33
Deel 2 Uitvoeringsregels		
37	Algemene uitvoeringsregels voor buitenreclame	37
37	Uitvoeringsregels gevelreclame	37
37	Uitvoeringsregels voor vergunningvrije reclameobjecten, vrijgesteld van reclamebelasting	37
37	Uitvoeringsregels voor gevelreclameobjecten, binnen het belastingforfait	37
37	A. Vergunningsvrij ("verandering van het bouwwerk van niet-ingrijpende aard")	37
37	B. Lichtvergunningplichtig	37
38	C. Regulier vergunningplichtig:	38
38	Aanvullende uitvoeringsregels	38
38	Losse tweezijdige reclameborden in de uitstallingszone	38
42	Uitvoeringsregels Billboards en europanelis	42
42	Uitvoeringsregels lichtmastreclame	42
44	Verkeersbelang	44
45	Criteria voor vergunningverlening voor overige reclameobjecten	45

Bijlage 1 Verklarende woordenlijst

Bijlage 2 Overzicht aantallen reclameobjecten

Bijlage 3 Relevante APV-artikelen

Artikel 2.1.9 Voorwerpen of stoffen op, aan, in of boven de weg

Artikel 2.4.2 Plakken en kladden

Artikel 2.4.3 Vervoer plakgereedschap en dergelijke

Artikel 4.5.2 Ontsierende, hinderlijke of gevaarlijke reclames en dergelijke

Artikel 5.1.7 Parkeren van reclamevoertuigen

Bijlage 4 Zoneringskaart

Bijlage 5 Relevante artikelen uit bouwverordening

Bijlage 6 Organisatieschema

Colofon

Het Projectteam bestond uit:

Rudy Schoorveld (OBR), projectleider

Andre Kegge (OBR)

You Vay Mok (OBR)

Pieter Bruins Slot (JAR)

John Cardinaal (GBR).

Guus Enning (dS+V)

Jaap voor in 't Holt (dS+V).

Verder zijn bijdragen geleverd door tal van medewerkers van de volgende diensten: OBR, dS+V, GW, GBR, RET, STZ en Bestuursdienst.

Buitenreclame in Rotterdam

Deel 1

Visie en spelregels

1. Inleiding

Billboards, abri's, vlaggen en spandoeken, lichtreclame op of aan gebouwen, uithangborden, reclame op gevels en rijdende reclame. Het zijn allemaal uitingen die vallen onder de verzamelterm buitenreclame. Ook de evenementenreclame op driehoeksborden en verwijsborden aan lantaarnpalen vallen onder dit begrip. Het gaat in Rotterdam om ongeveer 55.000 objecten. Vooral in het centrum is de reclamedruk groot. Reclame in de openbare ruimte hoort bij de dynamiek van de stad, zeker in een moderne stad die Rotterdam wil zijn. Maar er zijn spelregels nodig om te voorkomen dat buitenreclame een ratjetoe wordt en afbreuk doet aan de kwaliteit van de stad.

1.1 Waar hebben we het over?

Het grote aantal reclameobjecten in de stad kan voor een goed begrip worden onderscheiden in drie, eventueel vier categorieën:

1. Objecten die op basis van een overeenkomst met de gemeente zijn geplaatst in de openbare ruimte: voornamelijk billboards, vitrines, abri-reclames en lichtmastreclames.
2. Losse, door individuele ondernemers op de stoep geplaatste uitstallingborden.
3. Verlichte en onverlichte reclame aan gevel, op dak of vrijstaand op eigen grond, maar zichtbaar vanaf de openbare weg. Deze reclame is doorgaans door een ondernemer aangebracht.
4. Binnenreclame kan gelden als vierde categorie, bijvoorbeeld een verlicht bord in een etalage. Deze categorie speelt alleen een rol in het kader van de reclamebelasting.

In totaal gaat het om circa 55.000 objecten. Daarvan zijn er circa 5.000 lichtmastreclames, abri's billboards en vitrines, ruim 30.000 gevelreclames bij 13.000 vestigingen. Een kwantitatief overzicht is opgenomen in bijlage 2.

1.2 Positieve en negatieve effecten

Buitenreclame wordt positief gewaardeerd vanwege de levendigheid en het stedelijke effect. Het geeft kleur en variëteit aan het straatbeeld. Reclame is vaak leuk en het kan herkenningpunten opleveren die de oriëntatie in de stad ondersteunen. Mits goed uitgevoerd en onderhouden, levert buitenreclame bovendien een bijdrage aan de kwaliteiten schoon, heel en veilig. Bedrijven hebben buitenreclame nodig om hun producten en diensten bekend te maken. Daarnaast levert het inkomsten op voor de gemeente Rotterdam.

Maar buitenreclame kan ook negatieve aspecten hebben. Wildplakken, illegaal geplaatste reclameborden, een veelheid van borden op één plaats en het doorkruisen van zichtlijnen in de stad dragen al snel bij tot een rommelig beeld. Cultuurhistorische objecten, waardevolle stadsgezichten en (oorlogs)monumenten verdienen bescherming. Slecht onderhoud veroorzaakt een vuil, kapot en onveilig straatbeeld. Kortom, buitenreclame is zeer welkom, mits uitwassen worden voorkomen.

1.3 Streng beleid en gebrek aan handhaving

Op grond van de Algemene Plaatselijke Verordening Rotterdam (APV), de Woningwet en de Bouwverordening zijn de meeste reclameobjecten weliswaar vergunningplichtig (zie ook de bijlage van deze nota) en moeten B&W of het dagelijks bestuur van een deelgemeente voor vrijwel alle reclame-uitingen een afzonderlijke vergunning verlenen. In de praktijk gebeurt dit niet altijd. Het huidige beleid is nogal beperkend en in het verlengde daarvan wordt zeer veel

Al in 1992 is door de ds+V geconstateerd dat het daaraan ontbreekt (zie Beleidsplan Buitenruimte Rotterdam). Deze is wel als leidraad gaan fungeren. Een volgend product van de ds+V was de uit 1997 stammende discussienota Geveelreclame, die een jaar later werd omgezet in een beleidsnota. Ook deze nota is nooit bestuurlijk vastgesteld. Ten slotte is in opdracht van het Programmapureau Schoon & Heel in 2000 de Reclamebeleidsnota voor het Centrum van Rotterdam uitgebracht. Deze nota is in opdracht van het toenmalige college gemaakt en met medewerking van alle betrokken diensten en bedrijven. De nota is echter nooit verder gekomen dan een conceptversie.

Met de voorliggende nota voegt de gemeente eerdere aanzetten samen tot een consistent beleid. Deze nota is een kaderstellende nota voor zowel de deelgemeenten als de gemeentelijke diensten. Dit nieuwe reclamebeleid spijst zich toe op drie doelstellingen:

- De kwaliteit van de openbare ruimte met buitenreclame vergroten.
- Een eenvoudige regelgeving, zodat ondernemers weten waar ze aan toe zijn. Daarbij wordt enerzijds het aantal regels sterk verminderd en worden anderzijds de regels toegespitst op een beperkte hoeveelheid reclame-uitingen.
- Optimaliseren van gemeentelijke opbrengsten uit buitenreclame.

In de hoofdstukken 2, 3 en 4 worden de doelstellingen verder uitgewerkt. In hoofdstuk 5 is beschreven welke organisatie nodig is om het reclamebeleid effectief en efficiënt uit te voeren. Tot slot is in hoofdstuk 6 beschreven welke concrete stappen gezet moeten worden om het beleid van kracht te laten worden.

De spelregels voor buitenreclame zijn meer in detail uitgewerkt in deel 2 van deze nota.

1.4 Behoeft aan nieuw beleid

Door gebrek aan handhaving en doordat het beleid nogal beperkend is, blijven kansen liggen en ontstaat hier en daar een rajetoe, weten ondernemers niet waar ze aan toe zijn en zijn procedures soms nodeeloos ingewikkeld. Er is een integraal reclamebeleid nodig om te bewerkstelligen dat reclame de sociale, economische en ruimtelijke kwaliteit van de stad ondersteunt.

Al in 1992 is door de ds+V geconstateerd dat het daaraan ontbreekt (zie Beleidsplan Buitenruimte Rotterdam). Deze is wel als leidraad gaan fungeren. Een volgend product van de ds+V was de uit 1997 stammende discussienota Geveelreclame, die een jaar later werd omgezet in een beleidsnota. Ook deze nota is nooit bestuurlijk vastgesteld. Ten slotte is in opdracht van het Programmapureau Schoon & Heel in 2000 de Reclamebeleidsnota voor het Centrum van Rotterdam uitgebracht. Deze nota is in opdracht van het toenmalige college gemaakt en met medewerking van alle betrokken diensten en bedrijven. De nota is echter nooit verder gekomen dan een conceptversie.

Met de voorliggende nota voegt de gemeente eerdere aanzetten samen tot een consistent beleid. Deze nota is een kaderstellende nota voor zowel de deelgemeenten als de gemeentelijke diensten. Dit nieuwe reclamebeleid spijst zich toe op drie doelstellingen:

- De kwaliteit van de openbare ruimte met buitenreclame vergroten.
- Een eenvoudige regelgeving, zodat ondernemers weten waar ze aan toe zijn. Daarbij wordt enerzijds het aantal regels sterk verminderd en worden anderzijds de regels toegespitst op een beperkte hoeveelheid reclame-uitingen.
- Optimaliseren van gemeentelijke opbrengsten uit buitenreclame.

In de hoofdstukken 2, 3 en 4 worden de doelstellingen verder uitgewerkt. In hoofdstuk 5 is beschreven welke organisatie nodig is om het reclamebeleid effectief en efficiënt uit te voeren. Tot slot is in hoofdstuk 6 beschreven welke concrete stappen gezet moeten worden om het beleid van kracht te laten worden.

De spelregels voor buitenreclame zijn meer in detail uitgewerkt in deel 2 van deze nota.

Uitdrukkelijk gaat het hier om een beleidskader. Indien de gemeenteraad hiermee akkoord gaat, dan zullen een aantal uitvoeringsmaatregelen ter hand worden genomen:

- Aanpassing Koepelnota Welstand, incl. beleidsregels voor het vergroten van de categorie "vergunningsvrije reclame-objecten" en een zoneringskaart.
- Aanpassing Bouwverordening
- Aanpassing Integraal Mandaat- en Volmacht besluit
- Organisatie van de uitvoering en de regie van het handhavingsbeleid.
- Aanpassing van de artikelen 2.1.10 en 4.5.2 van de APV.

Buikenreclame in Rotterdam

Projectcode

Versie
definitief

Datum

02.02.2006

Pagina

14 van 75

2. Verhogen van de kwaliteit van de buitenruimte

Op verschillende manieren kan buitenreclame de kwaliteit van de openbare ruimte vergroten. Het kan de ruimtelijke structurering versterken via bewegwijzering aan lantaarnpalen, herkenningspunten op en aan gebouwen en door het toevoegen van landmarks in de openbare ruimte. Toevoegen van extra verlichting kan de sociale veiligheid vergroten. Reclame kan worden gecombineerd met informatiedragers en stadsplattegronden. Verder vergroten vooral nieuwe vormen van reclame de levendigheid van het stadsbeeld. Om de gewenste kwaliteit te bereiken moeten excessen worden voorkomen. Teveel reclame van diverse soorten op een beperkt gebied moet worden voorkomen. Evenals te schreeuwerige, niet goed vormgegeven of onderhouden reclames, reclames die afbreuk doen aan architectuur, zichtlijnen en artistieke kunstwerken en die monumenten verstoren. Met een zonering in reclamezones en reclamearme zones maakt de gemeente duidelijk welke objecten ze op welke soort locaties toelaatbaar acht.

2.1 Reclamezones

In sommige delen van de stad past reclame goed bij de functies die er zich afspelen en ondersteunt het de kwaliteit van de buitenruimte. Daar is buitenreclame in principe toegestaan, mits voldaan wordt aan een aantal uitvoeringseisen (zie ook 2.3). De Reclamezones zijn hieronder toegelicht en vastgelegd op een kaart (zie bijlage).

2.1.1 Hoofd- en verzamelwegen

Hoofdwegen lenen zich bij uitstek voor de plaatsing van reclameobjecten. Functionaliteit en commercialiteit kunnen hand in hand gaan.

Reclame op abri's bij halteplaatsen voor het openbaar vervoer en reclame op stadsplattegronden is ook mogelijk langs wegen die niet tot de hoofdwegen behoren, zoals wijkontsluitingswegen.

2.1.2 Bedrijventerreinen

Op specifieke bedrijventerreinen kan reclame bijdragen aan een duidelijke bewegwijzering. Bovendien maakt de presentatie van bedrijven onderdeel uit van het karakter van het terrein. Maar ook hier moet worden gewaakt voor wildgroei die afbreuk zou doen aan de kwaliteit van het vestigingsmilieu. Reclame voor daar gevestigde bedrijven dient dus te worden beoordeeld in relatie tot het gebouw en de omgeving.

2.1.3 Horeca- en winkelgebieden

Reclame hoort bij winkelen en horeca. De kwaliteit van het straatbeeld is erbij gebaat als reclame-uitingen op elkaar zijn afgestemd en zo mogelijk ook op de architectuur van de omgeving. Dat komt ook de herkenbaarheid van individuele uitingen ten goede. Afspraken tussen winkeliers en gemeente over afmetingen, plaatsing en vormgeving kunnen goede resultaten opleveren. Grootschalige reclame van individuele ondernemers, die de normale reclame van andere ondernemers overschaduwet, is in principe niet aanvaardbaar. Wel zijn er mogelijkheden voor grootschalige aanduidingen die het winkelgebied in zijn geheel herkenbaar maken.

2.2 Reclamearme zones

In reclamearme zones is buitenreclame in principe strijdig met de primaire functies. Hier wordt reclame slechts in beperkte mate toegestaan.

2.2.1 Woongebieden

In woongebieden zijn alle andere functies ondergeschikt aan het wonen. Een uitzondering vormen buurtwinkels, horecagelegenheden en bedrijven in de woonomgeving zoals woningen met een praktijkruimte. Bij deze bestemmingen is een beperkte reclame mogelijk zoals:

- Naamborden van beperkte omvang op, bij of naast de deur van vrije beroepen en bedrijven
- Verkoopborden van makelaars
- Naamsaanduiding van winkels, cafés en overige bedrijven
- Losse tweezijdige reclameborden in de uitstallingzone
- Bouw- en projectborden (voor zolang zij feitelijke betekenis hebben)

2.2.2 Beschermd stadsgezichten

Bij beschermde stadsgezichten moet reclame ondergeschikt zijn aan het straatbeeld en de architectuur. Dit betekent maatwerk in omvang en vormgeving. De beoordeeling van dit maatwerk en de vormgeving is aan het bestuur, waarbij de commissie voor Welstand en Monumenten een adviserende rol heeft. Ook dient het aantal toevoegingen beperkt te blijven. De formeel aangewezen beschermde stads- en dorpsgezichten in Rotterdam zijn momenteel:

- Het Scheepvaartkwartier;
- Oud-Delfshaven
- Kralingen-midden

Nog aan te wijzen beschermde stads- en dorpsgezichten zoals Noorderreiland, Mathenesserlaan/Heemraadssingel en Blijdorp/Bergpolder zullen te zijner tijd aan dit lijstje worden toegevoegd

2.2.3 Singels, historische linten en kernen

Bij singels en historische linten en kernen die hun authentieke karakter hebben behouden, moet reclame eveneens ondergeschikt zijn aan het straatbeeld en de architectuur. Dit betekent maatwerk in omvang en vormgeving. De beoordeeling van dit maatwerk en de vormgeving is aan het bestuur, waarbij de commissie voor Welstand en Monumenten een adviserende rol heeft. Ook dient het aantal toevoegingen beperkt te blijven. Het gaat bijvoorbeeld om:

- De Westersingel, de Eendrachtsweg, het Eendrachtsplein, de Mauritsweg
- Noordsingel
- Rotterdamse Rijkweg
- Witte Huis en omgeving
- Het Grote Kerkplein
- De oude dorpskernen Overschie, Charlois en IJsselmonde.

2.2.4 Monumenten

In de buurt van monumenten, zowel gebouwen als de overige genoemde objecten, mogen geen storende reclame-uitingen worden geplaatst. Onder monumenten vallen hier kunstobjecten, oorlogsmonumenten en gebouwen die vallen onder de Monumentenwet van 1988 en de gemeentelijke Monumentenverordening van 2003. Bij bestaande gebouwen met monumentale kwaliteiten moet zeer terughoudend met reclame worden omgegaan.

Het advies van de commissie voor Welstand en Monumenten speelt bij de beoordeling van een aanvraag aan, op of in een dergelijk bouwwerk een belangrijke rol.

In het algemeen moet rekening worden gehouden met een afstand van ten minste 25 meter tussen het monument en de reclame-uiting, ook al is dat sterk afhankelijk van de situatie en van de reclame-uiting. Zo kan onder voorwaarden heel goed een uithangbord boven een winkel of horecaonderneming worden geplaatst, ook al gaat het om een monumentaal pand. Anderzijds kan voor het plaatsen van een billboard of een reclamezuil een afstand van 25 meter tot een monument te weinig zijn. Er is dus maatwerk nodig.

2.2.5 Groengebieden en recreatiegebieden

In groengebieden (zoals parken en singels) en in recreatiegebieden staan rust, natuur en ontspanning voorop. Reclame zou die functies verstoren en wordt daarom niet toegestaan. Dat geldt ook voor handelsreclame op gebouwen (van bijvoorbeeld horeca en maneges) in deze gebieden, bedoeld om van veraf te worden opgemerkt.

Voor groen dat onderdeel uitmaakt van de hoofdinfrastructuur (bermen en ander direct aanliggend groen) zijn billboards, vitrines, lichtbakken en driehoeksreclame niet toegestaan met uitzondering van de zijberm van een hoofdweg die grenst aan bebouwing. In groengebieden die zijn aangewezen als bijzonder welstandsgebied zijn billboards, vitrines, lichtbakken en driehoeksborden niet toegestaan.

2.3 Uitvoeringseisen

Wanneer buitenreclame in een gebied is toegestaan, wil dat nog niet zeggen dat alles kan. Aan de uitvoering van buitenreclame stelt de gemeente daarom nadere eisen. Deze eisen zijn meer in detail toegelicht in deel 2 van deze nota.

2.3.1 Algemene kwaliteitseisen

Waar reclameobjecten ook worden aangebracht, altijd geldt dat deze niet mogen leiden tot aantasting van architectuur, bijzondere vormgeving van straatmeubilair, zichtlijnen en het ruimtelijke beeld. De beoordeling daarvan is aan het bestuur, waarbij de commissie voor Welstand en Monumenten een adviserende rol heeft. Uiteraard mogen reclameobjecten niet leiden tot verkeersonveilige situaties. Ze mogen niet leiden tot onvoldoende zicht op verkeerslichten, bewegwijzering en verkeersborden. Daarnaast is bij kruispunten en oversteken een bepaald attentieniveau noodzakelijk en moet de hoeveelheid afleiding worden beperkt. Reclame-uitingen mogen niet in strijd zijn met goede zeden en/of aanstoot geven. Ze mogen ook geen hinder veroorzaken in de vorm van trilling, onevenredige lichthinder voor omliggende panden, geluid. Verder kan reclame alleen een positieve bijdrage aan de kwaliteit van de stad leveren als reclameobjecten zelf ook van hoge kwaliteit zijn en goed worden onderhouden. Verrommeling moet worden voorkomen.

2.3.2 Geen opeenstapeling

Soms is er sprake van een ware reclamewedloop. Dan ontstaat er een verzadiging van informatie en een chaotisch straatbeeld. De gemeente wil het aantal verschillende reclame-uitingen per gebied daarom beperken. Bovendien wil de gemeente, om opeenstapeling te voorkomen, eisen stellen aan de onderlinge afstand tussen reclameobjecten. Voor culturele affichering,abri's, billboards en vitrines, geldt in principe een onderlinge afstand van minimaal 50 meter. Ook de afstand tussen een lichtbak aan lichtmast of spanmast en een billboard moet in principe minimaal 50 meter bedragen. Per lichtmast of spanmast is in principe maar één reclameobject toegestaan, per drie lichtmasten is één lichtbak toegestaan en per drie

lichtmasten is één driehoeksbord of een tweevlaksbord toegestaan. Overigens leidt het consequent toepassen van de regels uit de wegenverkeerswetgeving al tot een aanzienlijke reductie van het huidige aantal driehoeksborden.

2.3.3 Toegestane objecten

In de reclamezones zijn de volgende reclame-uitingen in principe mogelijk:

- Naamsaanduidingen van winkels, cafés en overige bedrijven
- Gevelreclame, uithangborden en reclame op lufels
- Vrijstaande reclameobjecten op eigen grond
- Losse tweezijdige reclameborden in de uitstallingzone
- Megareclames en steigerdooeken voor een beperkte tijdsduur
- LCD-schermen en plasmaschermen aan gevels
- Reclamezuilen langs wegen
- Lichtmastreclame (lichtbakken) en reclame aan spanmasten (inclusief banieren en vlaggen)
- Abri's, bilboards en reclamevitines
- Bouw- en projectborden en verkoopborden van makelaars (voor zolang als zij feitelijke betekenis hebben).
- Culturele afficherings waarden op electriciteitshuisjes etc, driehoeksborden en tweevlaksborden voor culturele reclame

2.4 Bijzondere uitvoeringseisen

2.4.1 Ruimte voor creativiteit

Een aantal reclameobjecten wordt hierboven niet genoemd. Bijvoorbeeld de diverse objecten die als alternatief worden gebruikt voor de losse reclameborden: een koe bij een zuivelwinkel, Mickey Mouse bij een winkel met Disney-artikelen, een uitvergrote moorkop bij een banketwinkel e.d.

Verder zal de reclame-industrie voortdurend nieuwe objecten ontwerpen. De gemeente wil ondernemers daartoe de ruimte bieden; creativiteit past immers bij een dynamische stad. Voor de beoordeling van aanvragen voor plaatsing van eerder genoemde bijzondere reclameobjecten en nieuwe reclameobjecten is echter geen generiek kader mogelijk. Deze aanvragen worden daarom voorgelegd aan het college. Zij beslist na advisering van de commissie voor Welstand en Monumenten en de betrokken diensten. Het is de verwachting dat dit niet vaker dan een paar keer per jaar zal voorkomen.

2.4.2 Tijdelijke reclames op of aan gebouwen bij grote evenementen

Met enige regelmaat vragen adverteerders vergunning voor het aanbrengen van tijdelijke reclames op of aan gebouwen. Daarbij wordt niet alleen gerefereerd aan de reclameuitingen tijdens Euro 2000, maar ook aan de kunstuitingen die in het kader van Rotterdam Culturele Hooftstad op en aan diverse gebouwen zijn aangebracht.

Een bestuurlijk standpunt ten aanzien van dit soort evenement gebonden reclame (bijvoorbeeld de Marathon, Film Festival e.d.) is gewenst. Aan dit soort reclameuitingen dienen een aantal voorwaarden te worden gekoppeld. In ieder geval worden deze aanvragen daarom voorgelegd aan het college. Zij beslist na advisering van Welstand en de betrokken diensten. Ook de dienst Gemeentelijke Belastingen wordt hierbij betrokken in verband met de reclamebelasting.

Te denken valt verder aan:

- het maximale aantal weken voor en tijdens een evenement;
- een termijn waarbinnen de reclameuiting verdwenen moet zijn;
- aantal reclameuitingen;
- locaties
- de reclameuiting moet een relatie hebben met het evenement (was tijdens Euro 2000 niet altijd het geval);
- welstandseisen;
- tarief reclamebelasting e.d.

Dit soort grootschalige reclameuitingen kunnen een positieve bijdrage leveren aan de ambiance rond een evenement, maar dan moet dit soort uitingen wel bijzonder zijn en bijzonder blijven.

2.4.3 Uitverkoop en bijzondere campagnes (Sinterklaas, Kerst, Vuurwerk)

Uitverkoop en bijzondere campagnes (Sinterklaas, Kerst, Vuurwerk) zijn regelmatig terugkerende activiteiten, waarbij ondernemers vaak gebruik maken van speciale reclames. Het spreekt voor zich dat wanneer sprake is van een beperkte tijdsduur, dit mogelijk moet zijn. Hiervoor zullen nadere regels worden gesteld op basis van de APV.

Buitenreclame in Rotterdam

Projectcode

Versie
definitief

Datum
02.02.2006

Pagina
20 van 75

3. Eenvoudige regelgeving

Ondernemers willen de mogelijkheid hebben hun naam, producten en diensten onder de aandacht van de consument te brengen. Om buitenreclame vervolgens te kunnen realiseren, hebben ondernemers behoefte aan eenvoudige regelgeving, een gemakkelijke vergunningprocedure en billijke tarieven. De tweede doelstelling van het reclamebeleid is daarom vereenvoudiging van de regelgeving. De gemeente wil duidelijk zijn zodat het voor ondernemers gemakkelijker is buitenreclame te realiseren en daarmee tegelijk bij te dragen aan kwaliteitsdoelstellingen die in het vorige hoofdstuk zijn beschreven. Door een soepele organisatie en een beperkt aantal spelregels wil de gemeente ook de kosten voor uitvoering van het beleid zo beperkt mogelijk houden. In dit hoofdstuk worden de spelregels op hoofdlijnen besproken; details staan in deel 2 van deze nota.

3.1 Spelregels voor ondernemers: Model Rotterdam

Ondernemers moeten de gelegenheid krijgen om normale reclame-uitingen te voeren, die passen bij een onderneming en passen binnen het kwaliteitsbeeld van de stad, zonder daarbij geconfronteerd te worden met extra regels en ingewikkelde tarieven. Wel zullen regels van toepassing zijn, die gelden in het kader van de APV en het bouw- en woningtoezicht. Deze reclamenota zal leiden tot een aanvulling op de Koepelnota Welstand. Verder zijn overeenkomsten van kracht die ondernemers moeten sluiten om gemeentegrond te huren en regels in het kader van wegenverkeerswetgeving.

In het kader van de reclamebelasting zal voor normale reclame-uitingen een standaardbedrag gelden, ongeacht de feitelijke oppervlakte van het object, de vraag of de reclame al dan niet verlicht is, et cetera. In de recent door de gemeenteraad vastgestelde Verordening Precario en Reclamebelasting 2005 is dit al geconcretiseerd.

De gemeente verwacht, dat voor ca. negentig procent van de reclame-uitingen geen of een lichte vergunning nodig is. Deze vormen van reclame kunnen worden opgevat als normale reclame-uitingen.

Voor de goede orde moet worden opgemerkt, dat overal waar in de beleidsnota wordt gesproken over reclamebelasting niet de tekst van de beleidsnota bepalend is, maar de door de Gemeenteraad vastgestelde verordening.

De huidige regelgeving volgens de Woningwet, Bouwverordening en APV is beperkend voor ondernemers. Vooral de regelgeving in het kader van het bouwtoezicht (Bouwverordening, Woningwet) vraagt om een vereenvoudiging en verduidelijking. Daarbij is de gemeente enerzijds gebonden aan de wettelijke kaders van de Woningwet, maar anderzijds beschikt de gemeente –als vergunningverlener- ook over een zekere beleidsvrijheid bij de interpretatie van de Woningwet. Het aanbrengen van handelsreclames aan gebouwen valt in de Woningwet veelal onder het begrip “veranderingen van niet-ingrijpende aard”. Mits goed gemotiveerd is er een zekere beleidsvrijheid het begrip “van niet-ingrijpende aard” ruim te interpreteren en dit in zgn. beleidsregels vast te leggen. Hierdoor kunnen veelvoorkomende, kleinere reclame-als vergunningsvrij in het kader van de Woningwet worden aangemerkt. Het begrip “van niet-ingrijpende aard” is met name voor reclame-uitingen bijwinkels, bedrijven en kantoren -binnen bepaalde grenzen- goed toepasbaar omdat reclame-uitingen daar een logisch onderdeel zijn van de commerciële functie en dan niet leiden tot een ingrijpende

invloed op de omgeving of daarvoor storend zijn.¹

- 3.1.1 Geen vergunning, geen reclamebelasting (de zogenaamde peanut-regeling)**
- De volgende reclame-uitingen vallen buiten het vergunnings- en belastingstelsel. De spelregels waaraan deze uitingen moeten voldoen, zijn in deel 2 uitgewerkt.
- Naamborden van beperkte omvang (<1 m²) veelal naast de deur van ondernemers met vrije beroepen.

- 3.1.2 Geen vergunning, belasting volgens vast basistarief**
- De volgende reclame-uitingen vallen buiten het vergunningsstelsel. Mits aan nadere spelregels wordt voldaan (zie deel 2), kunnen ondernemers doen wat ze willen. Voor de belastingheffing wordt gerekend met een vast basistarief voorzover de afmetingen van die buitenreclame tezamen met de vanaf de openbare weg zichtbare binnenreclame, binnen de in de verordening vastgestelde marges blijven.
- Naamsaanduidingen van winkels, cafés en overige bedrijven, binnen bepaalde afmetingen en randvoorwaarden
 - Losse tweezijdige reclameborden in de uitstallingzone
 - de vervanging van reclame, waarvoor al eerder een lichte vergunning is verleend, mits sprake is van eenzelfde of gelijkwaardig reclameobject (qua grootte, bevestiging, kleur, lichtsterkte etc)
 - Verkoopborden van makelaars ten behoeve van woningen (ook aan of direct bij de woning op eigen terrein).²
 - Bouw- en projectborden²

- 3.1.3 Wel een vergunning, belasting afhankelijk van de omvang**
- Voor een deel van de reclame-uitingen is een vergunning nodig. De criteria voor beoordeling van een vergunningsaanvraag zijn uitgewerkt in deel 2. De belasting is afhankelijk van de omvang van de reclame.
- Overige naamsaanduidingen van winkels, cafés en bedrijven waarvoor een lichte vergunning nodig is.
 - Grote of bijzondere reclame-uitingen
 - Reclame op monumenten of binnen een beschermd stadsgezicht, vanuit de vraag of de reclame voldoende ondergeschikt is aan de karakteristieken van het monument
 - Reclame-uitingen die niet gerelateerd zijn aan het gebruik van het pand
 - Megareclames en steigerdokken voor een beperkte tijdsduur
 - LCD-schermen en plasmaschermen aan gevels
 - Vrijstaande reclameobjecten op eigen grond
 - Reclamezuilen langs wegen
 - Nieuwe, nog niet benoemde reclamevormen.

¹ In het Besluit Bouwvergunningsvrije en Lichtvergunningsplichtige Bouwwerken (VROM, 2003) wordt de term "bouwen van beperkte betekenis" gebruikt. Overigens is vergunningsvrij toch ook weer een relatief begrip. Bij vergunningsvrije bouwwerken moet men immers altijd voldoen aan de minimum-eisen op bouwtechnisch gebied (met name de constructieve eisen van het Bouwbesluit). Daarnaast is repressief welstandstoezicht mogelijk bij excessen (art. 19 Woningwet).

² Indien een bouw- of projectbord niet op eigen terrein maar in de openbare ruimte wordt geplaatst, is wel een APV vergunning noodzakelijk.

3.2 Spelregels voor reclame-exploitanten

Voor ondernemers die volgens contracten met de gemeente reclameobjecten in de openbare ruimte exploiteren gelden enkele bijzondere regels ten aanzien van de soort objecten en de kwaliteit ervan.

3.2.1 Toegestane reclameobjecten

De volgende objecten zijn in de reclamezones in principe mogelijk. Andere objecten zijn in principe niet toegestaan. De specifieke spelregels voor deze objecten zijn toegelicht in deel 2 van deze nota.

- Billboards en reclamevitрины;
- Abri-reclame, reclame op metrostations, bus- en tramreclame
- Lichtmastreclame (lichtbakken) en reclame aan spanmasten (inclusief banieren en vlaggen)
- Driehoeksborden en tweevlaksborden voor reclame voor culturele, toeristische en sportieve evenementen
- Culturele Affichering (CAR), reclame voor culturele evenementen in frames op straatmeubilair, "peperbussen" of zuiltjes en gemeentelijke muren
- Plattegronden met reclamestroken bij invalswegen (van bedrijsterreinen)

3.2.2 Kwaliteitseisen

Aan de toegestane reclameobjecten stelt de gemeente de volgende globale eisen:

- Hoogwaardige kwaliteit
- Een zekere uniformiteit in de uiterlijke verschijningsvorm
- De mogelijkheid tot een eigen gemeentelijke huisstijl qua kleur en vormgeving
- Vaste, solide constructies op vaste plaatsen
- Een adequaat beheer- en onderhoudsplan
- Van geval tot geval onderzoek naar mogelijkheden om verschillende functies te integreren en zo reclameobjecten en straatmeubilair met elkaar te combineren

Bij het aangaan van nieuwe contracten hanteert de gemeente deze eisen. Dat gebeurt ook wanneer binnen bestaande contracten reclameobjecten worden vervangen. Voor reclameobjecten die niet meer gewenst zijn maar waar nog een contract voor bestaat, wordt een uitsterfbeleid gevoerd: na beëindiging van de overeenkomst wordt deze niet verlengd.

Buitenreclame in Rotterdam

Projectcode

Versie
definitief

Datum
02.02.2006

Pagina
24 van 75

4. Inkomsten uit reclame

De derde doelstelling van het reclamebeleid is om opbrengsten uit reclame te realiseren die passen bij het internationale handelsverkeer dat Rotterdam kenmerkt.

4.1 Inkomsten uit reclamecontracten

4.1.1 Billboards en singuliere vitrines

Met het bedrijf Viacom bestaat een contract dat voorziet in het plaatsen van 95 billboards en 130 vitrines. Dit contract levert de gemeente tot 2010 jaarlijks 4,1 miljoen euro op. Na 2010 blijft het contract beperkt tot billboards en dat levert tot 2015 jaarlijks 1,9 miljoen euro op.

4.1.2 Openbaar vervoer

De RET heeft contracten voor reclame in vitrines vanabri's, reclame op metrostations, reclame op en in voertuigen en reclame op spanmasten. De reclame op deabri's geeft Viacom de verplichting om te zorgen voor beheer en onderhoud van deabri's en een afdracht in euro's per jaar. De reclamecontracten in metrostations en in en aan voertuigen geeft per jaar ook nog een opbrengst.

De reclame aan spanmasten is uitbesteed aan CityTec (onderdeel van Eneco) en levert per jaar 120.000 euro op. Deze vorm van reclame moet voldoen aan dezelfde kwaliteitscriteria als overige vormen van buitenreclame.

4.1.3 Lichtmastreclame

De gemeente Rotterdam heeft in 2005 de lichtmasten teruggekocht van ENECO. Het onderhoudscontract met CityTec is opgezegd per 1 januari 2006 en het onderhoud van lichtmasten zal thans worden aanbesteed. Met de veranderde eigendomssituatie en het opzeggen van het onderhoudscontract is tevens het recht van CityTec vervallen om reclame op lichtmasten aan te brengen.

CityTec heeft nu circa 2000 lichtbakken in diverse vormen aan lantarenpalen hangen. De inkomsten hieruit worden nu verrekend met de exploitatiekosten van de lichtmasten. Jaarlijks trekt CityTec circa 500.000 euro af van de kosten die aan gemeente en deelgemeenten in rekening worden gebracht. Met ingang van 2006 zal dit dus anders worden geregeld.

Wanneer meerdere marktpartijen via een procedure die vergelijkbaar is met een aanbesteding worden gevraagd een aanbieding te doen, dan is de schatting, dat een veel groter bedrag aan inkomsten kan worden gegenereerd. Daarbij zal het aantal lichtbakken worden gereduceerd en zal het aantal vormen worden beperkt.

Naast de lichtbakken heeft CityTec een contract met de firma van Puffelen ten aanzien van driehoeksborden. Ook dit contract zal op de markt worden gebracht. Daarbij zal tegelijk het aantal driehoeksborden fors worden gereduceerd. Bovendien zal de huidige Culturele Affichering Rotterdam (CAR) aan dit contract worden gekoppeld. Het is nu nog onduidelijk welk bedrag aan inkomsten hieruit kan worden gegenereerd.

4.1.4 Reclame op, aan en in gemeentelijke objecten

Op beperkte schaal bestaan er kleinschalige reclamecontracten voor bijvoorbeeld reclame in gemeentelijke sportaccommodaties. De inkomsten dragen bij aan de exploitatie van de betrokken objecten, maar leveren verder geen substantiële inkomsten op voor de gemeente. Ook deze kleinschalige reclamecontracten zullen op termijn centraal worden afgesloten en

zullen dan onderdeel uitmaken van een gezamenlijke aanbesteding.

4.2 Inkomsten uit reclamebelasting

Gemeentebelastingen Rotterdam heeft de verordening reclame – en precariobelasting voor 2005 volledig herzien en deze tekst is, na beoordeling door het College, conform door de Gemeenteraad in november 2004 vastgesteld. De herziening heeft ten doel de uitvoering van de heffing te vereenvoudigen. Dat verlaagt de administratieve lasten bij ondernemers en heeft de efficiëntie en kwaliteit in de uitvoering door Gemeentebelastingen Rotterdam verhoogd. Er is nu één basistarief dat voor meer dan negentig procent van de belastingplichtige ondernemers geldt. Binnen dat basistarief hebben ondernemers mogelijkheden om objecten en aankondigingen behorend bij hun vestiging bij te plaatsen of weg te halen, zonder dat dit leidt tot een wijziging van de aanslag. Voor losse reclameobjecten die niet bij een vestiging horen en voor uitingen boven een bepaalde omvang of die het totaal boven de basismeters brengen, geldt een ander tarief. De omvang van de mogelijkheden wordt begrensd door het speelveld zoals beschreven in deze reclamebeleidsnota. De uitgangspunten van de verordening en deze reclamebeleidsnota zijn op elkaar afgestemd.

Omdat reclame aan lichtmasten en de RET-spanmasten sterk zal worden gereduceerd, zullen de inkomsten uit de reclamebelasting op deze objecten ook terug gaan lopen.

4.3 Reclame-inkomsten

		2005	2006	2007
OBR	Billboards en vitines (Viacom)	1,4	4,1	4,1
RET	Diverse vormen	2,8 + pm	2,8 + pm	2,8 + pm
	Abn-reclame	2,5	2,5	2,5
	Reclame metrostations	0,2	0,2	0,2
	Reclame aan en in voertuigen	Pm	Pm	pm
	Spanmastreclame	0,1	0,1	0,1
GW/ OBR**)	Openbare verlichting	0,53	0,5 + pm	0,5 + pm
	Lichtbakken	0,5	0,5 + pm	0,5 + pm
	Drehoeksborden + CAR	0,03	pm	m
GBR	Reclamebelasting	3,0	3,0	3,0
Totaal		7,73 mln	10,4 mln + pm	10,4 mln + pm

5. Organisatie

Om het reclamebeleid efficiënt en effectief uit te kunnen voeren, is een kleine organisatie met een helder mandaat nodig. Voorgesteld wordt om twee punten in te stellen. Een gemeentelijk Reclamebureau dat de contracten met reclame-exploitanten afsluit en beheert. En een Loket Vergunningen dat contacten met ondernemers onderhoudt voor de behandeling van vergunningen en de daaraan gekoppelde belastingaangifte.

5.1 Loket Vergunningen

Binnen de afdeling Vergunningen van de dS+V wordt een gemeentelijk loket ingericht (Frontoffice). Hier worden alle bouwvergunningen behandeld voor zover die vallen binnen het vastgestelde reclamebeleid en de benodigde APV vergunningen op basis van artikel 2.1.9.. Het loket wordt het gemeentelijke aanspreekpunt voor ondernemers op het gebied van buitenreclame. Hier worden vergunningen aangevraagd, verleend en zonodig geweigerd. Voor toetsing aan mogelijkheden in de buitenruimte (kabels en leidingen, groenvoorzieningen, bestratingsmaterialen en dergelijke) en toetsing aan verkeersveiligheid zullen medewerkers van het loket overleg voeren met de betrokken buitenruimtebeheerders respectievelijk de afdeling verkeer en vervoer.

Zodra het loket een feit is, worden de databases (inclusief fotomateriaal) van Bouwtoezicht en Gemeentebelastingen Rotterdam vergeleken. Vergunningplichtige reclame-uitingen waarvoor wel belasting wordt betaald, maar geen vergunning is afgegeven, worden nader bezien. Het is niet waarschijnlijk, dat er vergunningen zijn afgegeven voor objecten die bij Gemeentebelastingen Rotterdam niet bekend zijn. In de incidentele gevallen waarbij dat wel het geval is, wordt alsnog een aanslag opgelegd. Voor nieuwe vergunningen voor objecten die ook belastingplichtig zijn, dient de vergunningaanvraag tevens als aangifteformulier voor de reclamebelasting. Het Loket verzendt dit formulier naar Gemeentebelastingen Rotterdam, Gemeentebelastingen Rotterdam legt vervolgens een aanslag op.

5.2 Reclamebureau

Voor het afsluiten en beheren van contracten voor reclame in de openbare ruimte wordt een gemeentelijk Reclamebureau ingesteld. Hier wordt het beheer van alle reclamecontracten in de stad gebundeld waardoor maximaal kan worden geprofiteerd van de wet op de grote getallen. Het Reclamebureau wordt ondergebracht bij de afdeling Economie van het OBR. Dit bureau bundelt de expertise en de werkzaamheden die te maken hebben met acquisitie en afsluiten van reclamecontracten. De medewerkers houden de ontwikkelingen op de markt bij, leggen contact met andere gemeenten en treden op als gesprekspartner voor deelgemeenten, diensten en reclame-exploitanten. Het bureau is verantwoordelijk voor onderhandelingen over reclamecontracten die door of namens de gemeente worden afgesloten en vormt het centrale aanspreekpunt voor ondernemers die in de openbare ruimte of in gemeentelijke gebouwen reclamedragers willen exploiteren. Het bureau is tevens verantwoordelijk voor de coördinatie van de beleidstaken: bijstellen en actualiseren van deze nota, reageren op nieuwe ontwikkelingen, bijstellen van bestaande regelgeving et cetera. Twee of drie keer per jaar vindt op initiatief van het Reclamebureau overleg plaats met vertegenwoordigers van afdelingen en diensten die bij reclame betrokken zijn, waaronder de sector Buitenruimte van de dienst Gemeentewerken, de Gemeentebelastingen Rotterdam, de afdeling Landschapsarchitectuur van de dS+V, de Commissie van Welstand, het loket

5.3 Toezicht en Handhaving

5.3.1 Organisatie

De toezichthouders kunnen ondernemers en winkeliers naar een reclamevergunning vragen. Binnen de gemeente zijn een aantal diensten betrokken bij de handhaving:

- Stadsinspectie ziet toe op losse reclameborden op straat en in de uitstallingszone en op winkeluittastingen.
- Gemeentewerken ziet toe op reclameborden die zijn ingegraven in gemeenteground of zijn bevestigd aan gemeentelijk straatmeubilair.
- De afdeling Handhaving van ds+V ziet toe op reclame aan en op gebouwen en op bouwsels die als reclametrager fungeren.
- Het OBR ziet toe op de naleving van de privaatrechtelijke reclametractaten.

De medewerkers van Gemeentebesturen Rotterdam kunnen op straat reclameobjecten tegenkomen die niet voorkomen op de lijst van het Loket Vergunningen. In dat geval geeft Gemeentebesturen dat door waarna de medewerkers van het Loket kunnen bepalen of een vergunning of ontheffing kan worden afgegeven.

Voorstellen voor de handhavingsorganisatie en de handhavingssamenwerking zullen na behandeling van dit beleidskader in de gemeenteraad nader uitgewerkt worden. Een en andere kan ook leiden tot een aanpassing van het Integraal Mandaat- en Volmachtenbesluit (IMV).

5.3.2 Prioriteiten ten aanzien van toezicht en handhaving

Om redenen van capaciteit en efficiëntie zullen bij handhaving van het reclamebeleid altijd prioriteiten moeten worden bepaald. Vooral nog gelden voor objecten in de buitenruimte de volgende:

- Eerste prioriteit is de veiligheid van het publiek.
- Tweede prioriteit is een zeer reële dreiging van schade aan bestrating, kabels en buizen, straatmeubilair, kunstwerken en dergelijke.
- Derde prioriteit is hinder voor (doorstroming van) het verkeer, inclusief voetgangers en invalidenwagens.
- Vierde prioriteit is de visuele kwaliteit van de straat/stad.

Voor gevelreclame en reclame op gebouwen gelden twee prioriteiten:

- de veiligheid van het publiek
- de visuele kwaliteit van de straat/stad.

Binnen het afwegingsmodel past het om op gezette tijden ook gericht aan de hand van thema's te werk te gaan. Dat kan per gebied of per bedrijfstype. De algemene werkwijze is als volgt:

- Overleg met de winkeliers- of branchevereniging
- Acties twee weken van tevoren aankondigen, zodat eigenaren van niet-legale objecten de kans krijgen deze te verwijderen of om alsnog een vergunning aan te vragen

³ Inclusief artt 2.1.9 en 4.5.2. van de APV

- Inventariseren op straat
- Vergelijken met gegevens in het vergunningenbestand
- Eventueel aanschrijven
- De situatie in overeenstemming brengen met vergunning
- Controle op naleving.

Ervaringen met wildplakken en graffiti leren, dat toezicht en handhaven het beste resultaat heeft, wanneer begonnen wordt in een beperkt gebied en dat vervolgens dit gebied langzaam wordt uitgebreid. Naast deze aanpak kan ook actiegericht worden gewerkt in straten of delen van straten waar een onaanvaardbare situatie is ontstaan. Verder is het gewenst om aan te sluiten bij andere activiteiten van de gemeente zoals het project "Veilig Ondernemen" en de economische kanszones.

De met toezicht belaste gemeentelijke diensten moeten kunnen beschikken over duidelijke spelregels, zowel ten aanzien van reclame, maar ook voor wat betreft zaken die nauw verwant zijn met reclame, zoals standplaatsen, terrassen e.d.

5.3.3 Handhavinginstrumenten

Wanneer bij een overtreding geen gehoor wordt gegeven aan een mondelinge aanzegging of een aanschrijving staan de gemeente verschillende instrumenten ter beschikking. Een combinatie van lik-op-stuk met periodieke schoonmaakacties is het meest effectief. Lik-op-stuk houdt in dat de gemeente bij het constateren van een nieuwe reclame waar geen vergunning voor kan worden verleend, onmiddellijk een aanschrijving verstuurt. Hiervoor kan alle informatie die binnen de gemeente beschikbaar is, worden gebruikt.

Als reclame zonder vergunning is aangebracht, vindt eerst overleg plaats met de overtreder.

Als dat geen effect heeft, volgt een aanschrijving tot verwijdering, tenzij de situatie alsnog kan worden gelegaliseerd. Heeft dat ook geen effect, dan volgt het toepassen van bestuursdwang. Een ander dwangmiddel is last onder dwangsom. De dwangsom is doorgaans effectief omdat de ondernemer onmiddellijk in zijn economisch belang wordt getroffen. Dat geldt ook voor het instrument van schadeverhaal: herstellen of schoonmaken voor rekening van de veroorzaker.

6. Invoering

Om het reclamebeleid in te voeren, moeten enkele stappen worden gezet. De APV moet op een paar punten worden aangepast. De besturen van deelgemeenten moeten advies geven en indien gewenst het gemeentelijk reclamebeleid opnemen in een eigen deelgemeentelijke beleidsnota. Tevens moeten medewerkers worden aangetrokken om de organisatie op te tuigen. Daarna volgt er een traject om het beleid ook in de praktijk te effectueren en draagvlak te verkrijgen.

6.1 Juridische consequenties

In de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) zijn artikelen opgenomen die direct of indirect te maken hebben met reclame. De tekst van relevante artikelen met een toelichting is de bijlage bij deze nota opgenomen. De meeste artikelen zijn niet in strijd met deze beleidsnota, maar versterken een aantal uitgangspunten. Alleen het APV-artikel 4.5.2. behoeft enige aanpassing. Enerzijds omdat het reclamebeleid soepeler is geworden dan dit artikel suggereert. Anderzijds omdat het artikel uitgaat van repressief optreden, terwijl in deze reclamenota wordt voorgesteld om juist preventief zaken te regelen in de vorm van een vergunning.

Aan de Koepelnota Welstand moet op basis van deze beleidsnota een apart hoofdstuk worden toegevoegd. Daarin worden de criteria geformuleerd voor de diverse reclame-uitingen op basis van de uitgangspunten voor de uitvoeringsregels (zie deel 2).

Daarnaast zal een actualisatie plaatsvinden van de Bouwverordening.

6.2 Bestuurlijke consequenties

Op grond van de Deelgemeenteverordening 2002 moeten de deelraden zowel over de beleidsnota als over een wijziging van de APV om advies gevraagd worden. Immers, zodra de nota als stedelijke beleidsnota is aangenomen, moeten ook de deelgemeenten bij hun vergunningverlening hiermee rekening houden. De deelgemeenten zijn ten aanzien van bouwvergunningplichtige reclameobjecten bevoegd om een bouwvergunning af te geven en zonodig een vergunning op basis van de APV en ten aanzien van niet bouwvergunningplichtige objecten zijn de deelgemeenten bevoegd om op basis van de APV een vergunning te verlenen of te weigeren.

Overigens staat het deelgemeenten vrij om binnen de kaders van deze nota eigen beleid te formuleren. Zo kunnen aan delen van de hiervoor genoemde reclamezones extra eisen worden gesteld op basis van de onder 2.2 genoemde criteria. Anderzijds kunnen in woongebieden delen worden aangewezen als plekken waar reclame wel is toegestaan. Het afsluiten van reclamecontracten, zowel ten aanzien van de pakketten (abri's, billboards, lichtmastreclame e.d.) als ten aanzien van singuliere contracten (reclamezuilen, Power Tower, blow-up's en LCD of plasmaschermen aan gemeentelijke muren e.d.) is nadrukkelijk voorbehouden aan het College van Burgemeester en Wethouders. Inkomsten uit dergelijke contracten vallen toe aan de centrale stad.

6.3 Personele consequenties

De benodigde capaciteit van het gemeentelijke Reclamebureau wordt begroot op een halve formatieplaats. Bij aanbestedingen van grote reclamecontracten moet het mogelijk zijn om gedurende een aantal maanden extra capaciteit in te huren. Binnen de afdeling Economie van het OBR wordt gezorgd voor voldoende back-up in geval van afwezigheid of in geval van

piekbelasting. De kosten van deze functionaris kunnen overigens royaal worden gedeckt uit de inkomsten uit de diverse reclamerecontracten.

De capaciteit van het loket Vergunningen van de ds+V zal in beperkte mate worden uitgebreid met een reclameloket. Daarbij wordt aangesloten bij de te vormen Stadswinkels. Voor toezicht en handhaving worden drie extra formatieplaatsen begroot. De toezichthouders van de diverse gemeentelijke diensten werken overigens niet exclusief voor het toezichthouden op reclame-uitingen, maar moeten deze toezichthoudende taak uitvoeren naast diverse andere werkzaamheden.

Samenvatting medewerkers extra medewerkers

Reclamebureau (OBR)	0 fte	0,5 fte	
Loket Vergunningen (ds+V)	90 fte	3	
Toezicht en handhaving			
ds+V Handhaving	20 fte	3	
GW (werven)	24 fte		
Stads-toezicht (incl vm DMW)	Ca 600 fte		

*) Bij Gemeentewerken zijn ca. 60 medewerkers aangewezen als formele toezichthouder. Van deze 60 toezichthouders zijn ca. 24 toezichthouders effectief op straat bezig met toezichthouden, overigens naast nog een aantal andere werkzaamheden

6.4 Communicatie

De gemeente heeft wat uit te leggen. Jarenlang trad ze uitsluitend repressief op. Het zal moeite kosten om over te stappen op een preventieve aanpak. Het is belangrijk om aan te geven waarom er vanaf nu wel gehandhaafd wordt. Nadat het beleid is vastgesteld en uitgewerkt moeten alle betrokkenen (ook de medewerkers van de betrokken diensten) op de hoogte worden gebracht van het beleid. Benadrukt moet worden, dat ten opzichte van vroeger het aantal regels wordt vermindert, dat tegen excessen wordt opgetreden en dat de inkomsten uit reclame worden verhoogd.

Door goede communicatie is het mogelijk ondernemers zonder verdere regelgeving te stimuleren hun steentje aan de kwaliteit van de buitenruimte bij te dragen. Ondernemers moeten uitgelegd dat een nieuw reclamebeleid wordt voorbereid, waar dat voor nodig is en wat de bedoeling is. Kort na bestuurlijke vaststelling gaat het erom de werking van het beleid duidelijk te maken. In het stadium van beleidsuitvoering is het belangrijk de nieuwe regelgeving zo nodig ook mondeling toe te lichten. In het voorjaar van 2006 zal een presentatie worden gegeven aan reclamebureaus, reclame-exploitanten en leveranciers van reclameobjecten.

6.5 Overgangstermijn en aanpak excessen:

Op dit moment is een zeer groot deel van de reclame-objecten in Rotterdam zonder vergunning aangebracht. Bij ongewijzigd beleid zal deze situatie de komende jaren op dezelfde voet worden voortgezet. Het nieuwe reclame-beleid wil een impuls geven aan de kwaliteit van de buitenruimte in Rotterdam, maar zonder dat dit direct nadelig is voor ondernemers. Daarom zal voor bestaande, illegale reclames een overgangstermijn van 10 jaar gaan gelden (ervan uitgaande dat een reclame gemiddeld na een periode van 10 jaar vervangen wordt). Pas daarna zal handhaving op basis van het nieuwe beleid plaatsvinden. Deze aanpak biedt het perspectief

dat over 10 jaar, dus in 2016, alle reclame in Rotterdam gelegaliseerd is. Immers, jaarlijks wordt ongeveer 10% vervangen of vernieuwd (ca. 3000 reclame-objecten per jaar). Naar schatting valt daarvan tenminste de helft in de verruimde categorie "vergunningsvrij" en valt het grootste deel van de andere helft in de categorie lichte bouwvergunningen die zo snel mogelijk afgehandeld worden.

In de eerste jaren na het inwerkingtreden van het nieuwe beleid zal er een schouw worden gehouden van alle reclames (nulmeting). Voor reclames die afwijken van het nieuwe beleid en recent zonder vergunning zijn geplaatst zal handhavend opgetreden worden (mits recent geplaatst).

6.5.1 Excessen

Ten aanzien van reclames die al vóór het nieuwe beleid geplaatst zijn, maar als duidelijke excessen beschouwd kunnen worden, geldt geen overgangstermijn. In die gevallen zal direct handhavend opgetreden kunnen worden. In het kader van het reclamebeleid wordt onder een excès verstaan een reclame die in ernstige mate in strijd is met redelijke eisen van welstand. In concrete situaties gaat het dan om een buitensporigheid in het uiterlijk en armoedig materiaalgebruik die ook voor niet-deskundigen herkenbaar en evident is. Het gaat hierbij dus om zaken waaraan een groot deel van de mensen zich ergert⁴. Voor wat betreft reclames heeft dit vaak betrekking op veel te grote reclames, op te opdringerige reclames of op de toepassing van felle of contrasterende kleuren bij reclames, waardoor een grove inbreuk gemaakt wordt op wat in de desbetreffende omgeving⁵ gebruikelijk is, en op ernstige verwaarlozing van het onderhoud van een reclame en dergelijke. Natuurlijk kan het ook gaan om reclames die een gevaar voor de verkeersveiligheid of ernstige overlast voor burens veroorzaken.

6.6 Pilots

In twee gemeentelijke projecten speelt buitenreclame een belangrijke rol: de Coolsingel (project Stadsassen/ Lichtplan Coolsingel en de Groeibriljant Hoogstraat. In beide gevallen past goed uitgevoerde en goed gedoseerde reclame prima in de omgeving en zal het de ruimtelijke kwaliteit versterken. Teveel en/of slecht uitgevoerde reclame zal de projecten schaden. De hiervoor beschreven vormen van toezicht en handhaving kunnen in deze projecten als pilot worden gehanteerd.

6.7 Evaluatie

Wij verwachten dat met het in deze nota voorgestelde beleid de beoogde doelstellingen zullen worden bereikt. Aangezien er sprake is van een veelheid van maatregelen, is het zinvol om na enige tijd te bezien of de aanpak werkt of dat bijstelling en aanpassingen nodig zijn. Daarom wordt voorgesteld om na 2 jaar een evaluatie uit te voeren.

⁴ Zie ook Koepelnota, deel 1, repressief welstandstoezicht.

⁵ Voor de beschrijving van de karakteristieken van de verschillende gebiedstypen in Rotterdam wordt verwezen naar de Koepelnota Welstand Rotterdam.

Buitenreclame in Rotterdam

Deel 2

Uitvoeringsregels

Algemene uitvoeringsregels voor buitenreclame

- Reclameobjecten moeten van hoge kwaliteit zijn en mogen niet leiden tot aantasting van architectuur, bijzondere vormgeving van straatmeubilair, zichtlijnen en het ruimtelijk beeld in het algemeen (Koepelnota Welstand, Bouwverordening, APV).
- Reclameobjecten mogen niet leiden tot verkeersonveilige situaties of hinder voor het verkeer of mogelijke verwarring van het verkeer (Artikel 2 BABW), (APV, Wegenverkeerswetgeving, art 2 BABW)
- Reclame-uitingen mogen niet in strijd zijn met goede zeden en/of aanstoot geven (APV).
- Reclame-uitingen mogen geen hinder veroorzaken in de vorm van trilling, onevenredige lichthinder voor omliggende panden en geluid (APV, Bouwverordening, Wet Milieubeheer)
- Reclameobjecten moeten goed worden onderhouden (Bouwverordening).
-

Overall waar in de uitvoeringsregels wordt gesproken over reclamebelasting is niet de tekst van de beleidsnota bepalend, maar de door de Gemeenteraad vastgestelde verordening.

Uitvoeringsregels gevelreclame

Deze uitvoeringsregels hebben betrekking op handelsreclame aan of op de gevel van een bedrijf.

Onder handelsreclame wordt verstaan elke openbare aanprijzing van diensten of goederen waarmee beoogd wordt een commercieel belang te dienen. Het gaat in dit kader alleen om reclame ten behoeve van het ter plaatse gevestigde bedrijf.

Uitvoeringsregels voor vergunningvrije reclameobjecten, vrijgesteld van reclamebelasting

- Naamborden van beperkte omvang veelal naast de deur van ondernemers met vrije beroepen

Uitvoeringsregels voor gevelreclameobjecten, binnen het belastingforfait

- A. Vergunningsvrij 6 ("verandering van het bouwwerk van niet-ingrijpende aard")
- **In de reclamearme zones:**
Op bedrijven met etalage maximaal twee vormen van reclame per vestiging, d.w.z. een bord plat tegen de gevel met een maximale grootte van 1,2 m² en een haaks bord van maximaal 0,5 m². Zie voorbeeld A 1.
 - **In de reclamezones:**
Op bedrijven met etalage maximaal twee vormen van reclame per vestiging, d.w.z. een bord plat tegen de gevel met een maximale grootte van 2 m² en een haaks bord van maximaal 0,65 m². Zie voorbeeld A 2.
- B Lichtvergunningsplichtig
- **In de reclamearme zones**
Loketcriteria:
Geen loketcriteria, maar steeds toetsing op maat.
Toetsing op maat:

⁶ Reclames in beschermde stadsgezichten en aan en bij monumenten zijn altijd vergunningplichtig en worden getoetst aan de criteria van de Koepelnota Welstand Rotterdam en/of de redengevende omschrijving van een monument.

⁷ Hierbij wordt gedacht aan specifiek daarvoor aanwezige verdiepte gevellementen

- **Losse tweezijdige reclameborden in de uitsallingszone**
 - Alleen wanneer een uitsallingsvergunning is afgegeven en uitsluitend geplaatst in de aangegeven uitsallingszone (maximaal 1 meter uit de gevel). Borden mogen maximaal 125 cm hoog en 85 cm breed zijn.
 - Wanneer in de toekomst de uitsallingsvergunning zou komen te vervallen, omdat in de Algemene Plaatselijke Verordening het betreffende artikel wordt gewijzigd, dan blijft de plaatsing ook toegestaan, mits de borden binnen 1 meter vanaf de gevel worden geplaatst en de stoep ter plaats tenminste 3,50 meter breed is en een obstakelvrije zone van 1,80 meter gegarandeerd blijft.

- **Aanvullende uitvoeringsregels**
 - Alleen reclame ten behoeve van het ter plaats gevestigde bedrijf.
 - Geen fluorescerende, of bijzonder felle kleuren toepassen
 - Geen reclame aanbrengen boven de begane grondlaag
 - In een etalagepui of kader: een lichtbak of vlakke plaat, niet voorbij het kozijn of de kaderand, maximaal pubbreedte, maximaal 40 cm hoog in reclamearme zones, dan wel 50 cm hoog in reclamezones
 - Op een gevelband: een lichtbak of losse letters, niet hoger dan de gevelband, de onderliggende pubbreedte geldt als maximale breedte
 - Op een gevelvlak: alleen losse letters, maximaal 40 cm hoog
 - Boven op een luitel: een lichtbak of losse letters, hoogte maximaal 40 cm, breedte maximaal tweederde van het pand
 - Op een luitelrand: een lichtbak, vlakke plaat, folie en of losse letters, niet hoger dan de luitelrandhoogte, gevelbreedte toegestaan, dikte maximaal 15 cm
 - Onder een luitel: haakse lichtbak, hoogte maximaal 30 cm, lengte 80 cm, hoogte boven de straat minimaal 230 cm
 - Dubbelzijdige haakse lichtreclame: bovenzijde onder de eerste verdiepingvloer, maximaal 80 cm hoog en 80 cm breed, op 10 cm van de gevel, hoogte boven de straat minimaal 230 cm

- **Regulier vergunningplichtig:**
 - Zowel in reclamearme als in reclamezones is een reguliere vergunning nodig indien de reclame een zodanig aard, omvang en constructie heeft dat, ook mede vanwege de plaatsing, niet meer sprake kan zijn van "een wijziging van niet-ingrijpende aard" maar dat het bouwwerk een zelfstandig karakter krijgt. Het gaat hier b.v. om grote reclames aan de gevel (zoals blow-ups en megareclames) of boven op het dak van een bedrijf. Zie voorbeeld C.

- **In de reclamezones:**
 - **Toetsing volgens loketcriteria:**
 - Op bedrijven met etalage maximaal twee vormen van reclame per vestiging, dwz een bord plat tegen de gevel met een maximale grootte van 3 m² en een haaks bord van maximaal 0,65 m². Zie voorbeeld B 2.
 - **Toetsing op maat:**
 - Indien een ondernemer meer dan twee vormen van reclame wil plaatsen, of anderszins gevelreclame wil maken die buiten deze criteria valt, dan wordt "op maat" getoetst aan de hand van de gebiedscriteria van de Koepelnota Welstand. Zie voorbeeld B 3.

Indien een ondernemer reclame wil plaatsen, die valt buiten de criteria "vergunningsvrij in reclame arme zones", dan wordt "op maat" getoetst aan de hand van de gebiedscriteria van de Koepelnota Welstand.

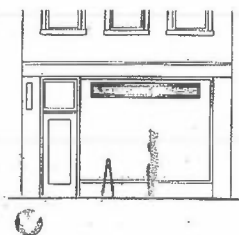
Uitvoeringsregels voor gevelreclameobjecten in beeld

A: Vergunningsvrij

A1: Vergunningsvrij in reclame-arme zones



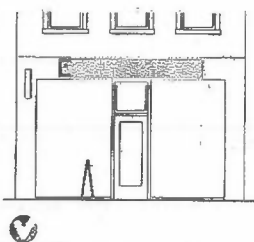
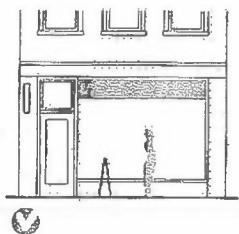
- plat op de gevel: 1 reclame max 1,2 m²
- haaks op gevel: 1 reclame max 0,5 m² (0,7x0,7m)
- overige criteria: zie aanvullende uitvoeringseisen



A2: Vergunningsvrij in reclame(rijke) zones



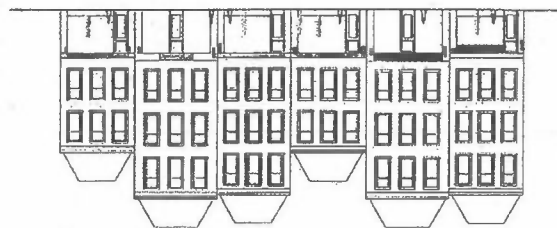
- plat op de gevel: 1 reclame max 2 m²
- haaks op gevel: 1 reclame max 0,65 m² (0,8 x 0,8m)
- overige criteria: zie aanvullende uitvoeringseisen



B: Lichte vergunning

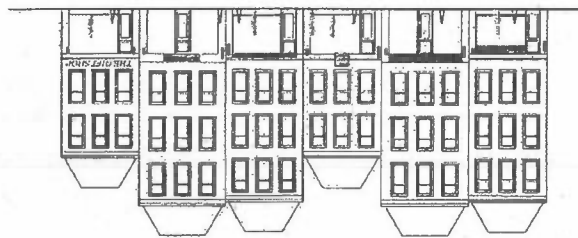
B1: Licht-vergunningplichtig in reclame-arme zones
geen loketcriteria, altijd toetsing op maat

B2: Licht-vergunningplichtig in reclame(rijke) zones
volgens loketcriteria



- plat op de gevel: 1 reclame max 3 m²
- haaks op gevel: 1 reclame max 0,65 m² (0,8 x 0,8)
- overige criteria: zie aanvullende uitvoeringseisen

B3: Licht-vergunningplichtig
niet volgens loketcriteria, dan toetsing op maat



Vb1. Gebiedstype: Niet-planmatige uitbreidingen
lufte en reclame integreren binnen de maat en schaal van
het pand als geheel; nooit boven de borstwering van de eerste
verdieping

Vb2. Gebiedstype: Stempels en stroken

reclame wordt geïntegreerd binnen structuur van pui en lufte,
en wordt niet aangebracht op gebouw zelf.

Buitenreclame in Rotterdam

Projectcode

Versie

definitief

Datum

02.02.2006

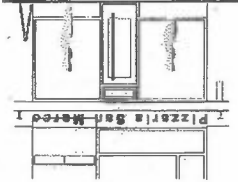
Pagina

40 van 75

Vb 2



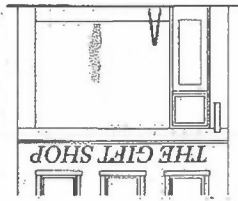
Te breed vigs loketcriteria, maar past
binnen structuur van de gevel



Vb 1



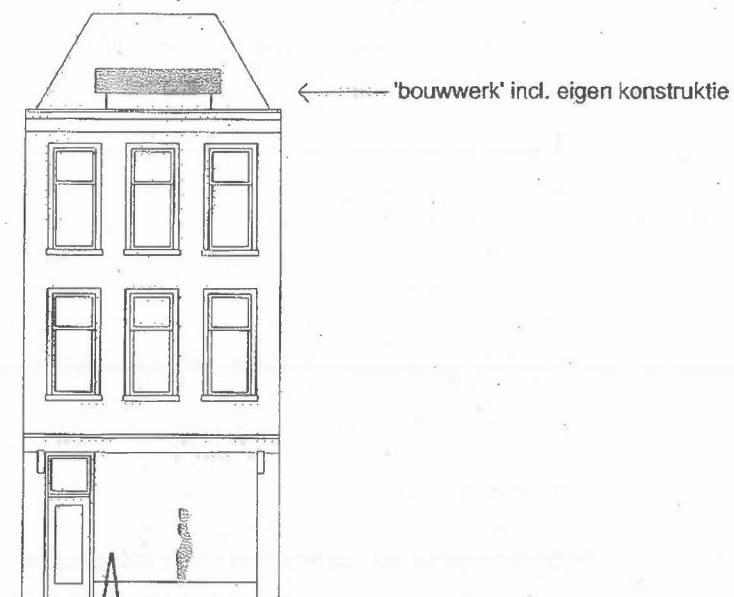
Valt buiten loketcriteria, maar past
binnen maat en schaal van de gevel



C: Reguliere vergunning



- alle reclame van ingrijpende aard en welke valt aan te merken als bouwwerk (qua omvang en konstruktie)



Uitvoeringsregels Billboards en europanels

Billboards en abri's mogen niet leiden tot verkeersonveilige situaties. Vandaar dat de volgende afstanden dienen te worden gehanteerd bij plaatsing (zie bijlage 7):

- Er dient een afstand van minimaal 50 meter te worden gehanteerd ten opzichte van kruisingsvlakken met verkeerslichten.
- Kruisingsvlakken en de eerste 25 meter daaromheen in elke rijrichting dienen volledig vrij te zijn van op zich staande billboards en europanels.

Zichtlijnen op een kruisingsvlak inclusief 5 meter van alle daaraan grenzende aanrijstroken, mogen vanaf 50 meter rijafstand voor het kruisingsvlak niet belemmerd worden door reclame objecten. De mast van een billboard wordt daarbij niet als belemmerend voor het zicht gezien.

Voor billboards geldt dat deze bij voorkeur in de middenberm van hoofdinvalswegen worden geplaatst. Bij de plaatsing van billboards wordt gestreefd naar eenduidigheid. Dat betekent dat billboards en europanels niet binnen 150 meter van elkaar worden geplaatst en dat de borden eenduidig langs een weg worden geplaatst. Geen menging van billboards en europanels langs één weg.

De schaal van de reclametrager en de schaal van de stedenbouwkundige ruimte moeten bij elkaar passen. Billboards worden geplaatst in grote ruimten met weinig visuele indrukken, europanels in kleinere binnensstedelijke ruimten. Reclameborden worden niet in parken en singels geplaatst of midden op pleinen geplaatst.

Uitvoeringsregels lichtmastreclame

Algemeen

Lichtmastreclame mag niet leiden tot verkeersonveilige situaties.

Vandaar dat de volgende afstanden dienen te worden gehanteerd bij plaatsing:

- Het zicht op de verkeersobjecten (verkeerslichten, verkeersborden en bewegwijzering) mag vanaf 50 meter rijafstand voor het object niet worden belemmerd.
- Kruisingsvlakken dienen volledig vrij te zijn van lichtmastreclame.

Ook looproutes mogen niet door reclame worden gehinderd. En verder moet de obstakelvrije ruimte van 60 cm tussen rijweg en obstakel (zoals beschreven in het uitvoeringsbesluit BABW) worden gerespecteerd. In de Rotterdamse praktijk betekent dit, dat deze obstakelvrije ruimte nooit minder dan 30 cm mag zijn.

Onderlinge afstand

Om te voorkomen dat in de openbare ruimte te veel reclameobjecten te dicht op elkaar staan, geldt bij reclame aan lichtmasten en spanmasten als richtlijn maximaal één op drie. Dat wil zeggen: per drie lichtmasten mag aan maximaal één lichtmast worden bevestigd en eveneens aan maximaal één op de drie lichtmasten mag een diehoekbord c.q. tweevlakbord worden bevestigd.

Lichtbakken

Per straat wordt uniformiteit nagestreefd ten aanzien van lichtmastreclame. Per straat of per doorgaande route (Parklane, Stadsas) is slecht één formaat lichtbak toegestaan: 80 bij 80 centimeter aan masten lager dan 6 meter, 100 bij 100 centimeter aan masten van 8 meter en 125 bij 125 centimeter aan masten hoger dan 10 meter. In straten of routes met lichtmasten

van verschillende hoogte zal dus een keuze moeten worden gemaakt. In afwijking van de hierboven genoemde maten zou ook gekozen kunnen worden voor één afwijkende vorm zoals dat ook op de Kop van Zuid is gebeurd. Lichtbakken worden met de onderkant op een hoogte van 3,50 meter aangebracht. Wanneer de lichtbak boven de weg komt te hangen, geldt een hoogte van 4,50 meter. In één straat mag slechts op één manier een lichtmastreclame worden aangebracht (of boven de weg of boven de berm) en per drie lichtmasten mag in principe slechts aan één lichtmast dezelfde reclame worden aangebracht. In bepaalde situaties kan overigens wel gekozen worden voor een lichtbak per lantarenpaal, maar aangezien daar geen vaste richtlijnen voor te geven zijn, dient dit per geval met de stedenbouwkundig ontwerper te worden bekeken. Zo is het in een winkelstraat mogelijk om aan elke lichtmast een lichtbak te bevestigen die verwijst naar de naastgelegen winkel of die het logo voert van de betreffende winkelstraat. E.e.a. is dan wel afhankelijk van ondermeer de gevel aankleding, eventuele luifels en aanwezige gevelreclame.

Ook is het in bepaalde gevallen mogelijk om lichtmasten in een middenberm aan twee zijden te voorzien van lichtbakken, maar dan vervallen de lichtbakken aan de lichtmasten aan de zijanten van de weg. Ook dit dient per geval met de stedenbouwkundig ontwerper te worden bekeken.

Andere vormen van lichtbakken zoals kubussen en cilinders zijn niet toegestaan.

Lichtbakken zijn niet toegestaan op lichtmasten met een bewegwijzeringbord. De bewegwijzering heeft daarbij voorrang. Zie verder ook hierboven onder de Algemene regels.

Driehoeksborden en tweevlaksborden

Driehoeksborden en twee vlaks borden kunnen alleen worden geplaatst rond lichtmasten zonder andere lichtmastreclame. Verder mogen driehoeksborden en twee vlaksborden niet zodanig geplaatst worden dat een veilig en doelmatig gebruik van de weg wordt gestoord. Dat wil zeggen, dat deze borden niet op kruispunten kunnen worden geplaatst en dat de voorgeschreven vrije ruimte van 60 cm tussen rijweg en object moet worden gerespecteerd. (Uitvoeringsvoorschriften BABW). In de Rotterdamse praktijk betekent dit, dat deze obstakelvrije ruimte nooit minder dan 30 cm mag zijn. De obstakelvrije ruimte van 30 cm geldt ook ten opzichte van fietspaden en fieststroken. De obstakelvrije ruimte in de loopricting moet minimaal 1,80 meter bedragen. De borden mogen gebruik van ander straatmeubilair niet hinderen. De borden moeten om de lichtmast worden geklemd en de onderzijde van de borden moet circa 50 centimeter boven de grond komen, zodat onderhoud aan bestrating en groenvoorziening normaal kan plaatsvinden.

Speciale aandacht dient uit te gaan naar driehoeksborden en tweevlaksborden bij oversteekplaatsen. Dergelijke borden kunnen het zicht ontnemen op kinderen die willen oversteken.

Er mogen nooit driehoeksborden aan een paal worden bevestigd waaraan reeds een verkeersbord is bevestigd.

Ten aanzien van driehoeksborden geldt een beperking van één driehoeksbord of twee vlaksbord op drie lichtmasten. Een soepele toepassing van deze regel zoals bij de lichtbakken is t.a.v. deze reclamevorm niet van toepassing, omdat juist een opeestapeling van deze driehoeksborden bijdraagt aan een rommelig beeld van de buitenruimte.

Banieren

Banieren kunnen onder voorwaarden worden toegestaan.

In winkelstraten kunnen banieren aan lichtmasten worden gehangen, mits uniform van

uitvoering en met de bedoeling om de winkelstraat een extra accent te geven. Reclame is beperkt toegestaan en uitsluitend gericht op het winkelcentrum (logo van het winkelcentrum of winkelstraat) dan wel logo en/of naam van de afzonderlijke winkels die in dat winkelcentrum zijn gevestigd.

Bij evenementen (Marathon, ABN/AMRO toernooi, Zomercarnaval) kunnen evenementen gerelateerde banieren worden opgehangen aan lichtmasten of aan vlaggemasten in daarvoor bestemde mastpotten, twee weken voor aanvang van het evenement tot en met hooguit een week na het evenement. Reclame op deze banieren is beperkt toegestaan en moet beperkt blijven tot het logo van de sponsor.

Bij de lichtmasten dient de plaatsing van de banieren te worden uitbesteed aan het bedrijf dat namens de gemeente Rotterdam het beheer en onderhoud van de lichtmasten verzorgt. Bij de mastpotten wordt de coördinatie door Rotterdam Festivals verzorgd. In alle gevallen is een vergunning noodzakelijk van B&W resp. de deelgemeente.

Bij plaatsing aan lichtmasten kunnen alle lichtmasten worden gebruikt en is de 1:3 regel niet van toepassing. Uiteraard dient ook hier de verkeersveiligheid in acht te worden genomen en mag het zicht op verkeerslichten, verkeersborden en bewegwijzering niet gehinderd worden.

Verkeersbelang

Nieuwe contracten met reclame-exploitanten dienen een clausule te bevatten die verwijdering van reclame mogelijk maakt indien het verkeersbelang dat verlangt, bijvoorbeeld in verband met het plaatsen van bewegwijzering. Er wordt dan gestreefd naar verplaatsing van de reclame, maar als dat niet goed mogelijk is, volgt restitutie van reeds gemaakte kosten.

Daar waar de aanwezigheid van een reclame object aantoonbaar tot gevolg heeft dat het verkeer toch in verwarring wordt gebracht zoals bedoeld in artikel 2 BABW, zij het door de locatie van het object, door de inhoud van het object, door het ontnomen zicht op de verkeerssituatie, of door de positionering van de benodigde materialen en voertuigen teneinde actuele reclame te verwisselen en/of de momenten waarop dit geschiedt, dan dient de locatie of de inhoud van de reclame, de wijze waarop reclame wordt verwisseld en de uitvoering van het reclameobject te worden herbezien door de dienst Stedebouw + Volkshuisvesting, afdeling Verkeer & Vervoer in overleg met de politie, waarna de vergunning gewijzigd danwel ingetrokken kan worden.

Criteria voor vergunningverlening voor overige reclameobjecten

Bij vergunningverlening voor overige reclameobjecten worden de volgende algemene toetsingscriteria toegepast:

- Bijzondere reclame-uitingen zijn alleen toegestaan in de reclamezones.
- In beeld en constructie moet het object een bijdrage aan het stadsbeeld kunnen leveren. Daarom kan niet alleen de reclamedrager getoetst worden, maar ook de inhoud van de reclame. Een relatie van het product of de dienst die wordt aangeprezen en de omgeving is niet vereist.

Bouw- en projectborden

Bouw- en projectborden dienen in principe op eigen terrein te worden geplaatst. Alleen wanneer dit fysiek onmogelijk is, kan bij uitzondering APV vergunning worden verleend om een dergelijk bord in openbaar gebied te plaatsen, mits wordt voldaan aan eisen van verkeersveiligheid, kabels en leidingen en onderlinge afstand.

Bouw- en projectborden zijn toegestaan voor zolang zij feitelijke betekenis hebben, dat wil zeggen vanaf bouwrijpmaken tot en met de oplevering.

Makelaarsborden

Makelaarsborden, ook voor koop of huur van bedrijfspanden, dienen op eigen terrein te worden geplaatst of aan/op het gebouw te worden bevestigd.

Reclame op of aan gebouwen (niet aan het gebouw gerelateerde reclame)

- Maximaal één uiting per gebouw
- Reclame mag niet meerdere geveldelen gelijktijdig afdekken. Reclame moet ofwel op de dakrand worden aangebracht, ofwel op een dicht gedeelte van de gevel, niet zijnde een borstwering.
- De reclame moet een eigen esthetische kwaliteit hebben die uitgaat boven het product of de dienst die men verkoopt. Bij vergunningverlening wordt door de Commissie voor Welstand en Monumenten getoetst of sprake is van de genoemde kwaliteit.

Blow-up reclame

Met blow-ups worden visuals op 'doek' bedoeld die aangebracht worden op een bevestigingssysteem dat blijvend op een gebouw is aangebracht. Omdat een blow-up in grootte van de orde is van het gevelvlak waarop deze wordt bevestigd, is er geen sprake van een relatief kleine toevoeging, maar wordt de reclame onderdeel van de gebouwde omgeving. Als zodanig wordt deze vorm van reclame dan ook beoordeeld. Blow-ups zijn alleen toegestaan op kop- of eindgevels of zelfstandige geveldelen die homogeen van uiterlijk zijn. Van deze regel kan bij uitzondering worden afgeweken, als het gaat om reclame die tijdelijk is en gerelateerd is aan een stedelijk evenement. Tijdelijk wil hier zeggen, dat zes weken voorafgaand aan het evenement tot maximaal twee weken na het evenement deze reclame kan worden toegestaan. Sterk aangelichte en lichtgevende grote reclameobjecten kunnen de aandacht van andere objecten, zoals gebouwen en andere reclames, sterk overstralen. Dit is in de meeste situaties ongewenst. Ook omwonenden kunnen hinder ondervinden van lichtgevende of aangelichte reclames. Er kunnen om die redenen beperkingen worden opgelegd.

Steigerdoeken

Een bouwsteiger waarop gewerkt wordt moet van steigerdoek worden voorzien om gevaarlijke situaties onderaan de steiger te voorkomen. Op deze steigerdoeken kunnen afbeeldingen aangebracht worden. Hiervoor gelden dezelfde regels als bij blow-ups. Er gelden weliswaar twee extra restricties:

- De steiger, die drager is van het steigerdoek, is uitsluitend opgericht ten einde een bepaalde bouwwerkzaamheid aan een gevel te kunnen uitvoeren en blijft niet langer staan dan de tijd die voor de uitvoering van die specifieke werkzaamheid nodig is.
- De vergunning wordt voor maximaal één jaar afgegeven, daarna moet een nieuwe vergunning worden aangevraagd.

Daarnaast is het toegestaan om op het steigerdoek informatie te verstrekken over het betreffende bouwproject. In dat geval kan de reclame gedurende de gehele bouwperiode op het steigerdoek worden toegepast.

LCD schermen en plasmascermen aan gevels

Andere vormen van gevelreclame en grote LCD- en plasmascermen zijn alleen toegestaan wanneer deze passen in de architectuur van het pand. Vooral bij deze reclame-uitingen geldt dat zij geen overmatige lichthinder mogen veroorzaken in de omgeving en niet hinderlijk zijn voor het verkeer. Voor overige vormen zal per keer bekeken moeten worden of deze reclame al dan niet kan worden toegestaan.

Reclameobjecten op eigen grond

Een vrijstaand reclameobject op eigen terrein, zichtbaar vanaf de openbare weg, mag niet hoger zijn dan 5 meter en niet breder zijn dan 4 meter en moet uitsluitend bestemd zijn voor handelsreclame van de eigen vestiging.

Het parkeren van reclamewagens (vrachtauto's, trailers, bussen, aanhangwagens e.d.) is niet toegestaan, met uitzondering van eigen bedrijfswagens of wagens waarbij reclame niet het primaire doel is.

Reclamezuilen langs wegen

Reclamezuilen kunnen in principe worden geplaatst bij iedere afrit van de ruif die leidt naar landmark. Toestemming voor plaatsing hangt af van technische en juridische mogelijkheden. Ook langs de stedelijke hoofdinfrastructuur zijn mogelijkheden voor het plaatsen van reclamezuilen, en ook hier weer als landmark voor een voorziening of een bedrijventerrein. Hierbij geldt dat de dichtheid van deze masten zodanig is, dat staande bij de ene mast de eerstvolgende mast niet zichtbaar is. Verder mogen deze masten niet in een woongebied, een groengebied of een kwetsbaar gebied worden geplaatst.

Voor reclamezuilen gelden verder de volgende uitvoerings Eisen:

- Hoogwaardige kwaliteit, uitgedrukt in een tijdloos ontwerp en een rustig uiterlijk
- Een zekere uniformiteit in de uiterlijke verschijningsvorm
- Vaste, solide constructies op vaste plaatsen
- Een adequaat beheer- en onderhoudsplan

Gelet op de impact van dergelijke grootschalige reclamevormen zal het bovenstaande nog in een aparte beleidsnota nader worden uitgewerkt. Daarnaast zal het recht om dergelijke grootschalige reclamevormen op gemeenteground te mogen vestigen via een openbare inschrijving op de markt worden gebracht, vergelijkbaar met de contracten voor billboards en reclamevitines.

Buitenreclame in Rotterdam

Bijlage 1

Verklarende woordenlijst

Buitenreclame in Rotterdam

Projectcode

Versie
definitief

Datum
02.02.2006

Pagina
48 van 75

Naam
Abri

Omschrijving
Overdekte halteplaats Openbaar vervoer, ondermeer voorzien van een reclamevitrine van ca. 1 bij 2 meter

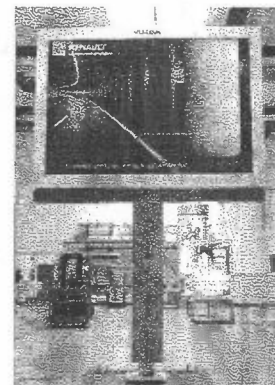
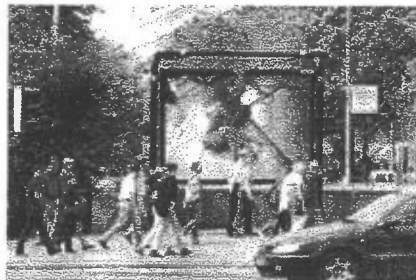


Afbeelding



Billboard

Drager van een reclameposter van 2 bij 4 meter, hangt soms aan een muur, meestal is het een zelfstandig object op een drager van ca. 2 meter hoog. Reclameposter kan worden aangelicht of inwendig verlicht. Reclames kunnen op een rol zijn aangebracht.



Blow-up

Grote reclames op stickermateriaal die op geveldelen en raampartijen worden geplakt



Boogdisplays

Niet verlichte reclame borden aan spanmasten van de RET van ca. 1 meter hoog en 2 meter breed

Bouw- en projectborden

Borden die informatie geven over bouwwerken (in uitvoering of in voorbereiding)

Culturele Affichering Rotterdam,
speciale frames aan muren of op
gemeentelijk meubilair ten behoeve
van (culturele) evenementen in
Rotterdam met een niet commercieel
karakter

Driehoeksborden
culturele
evenementen

Driehoekige frames, soms uitgevoerd
in een tweevlaksframe ten behoeve
van toeristische, culturele en
sportieve evenementen in
Rotterdam. Deze evenementen
mogen een commercieel karakter
hebben. Niet bedoeld voor
handelsreclame!

Europaneel

Zie Reclamevitines,

LCD-schermen en
Plasma-schermen

In feite grote TV-schermen, te
gebruiken in de buitenruimte, kunnen
aan gebouwen hangen of worden in
een drager bevestigd.

Lichtbakken

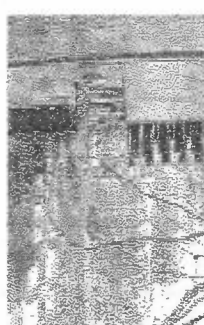
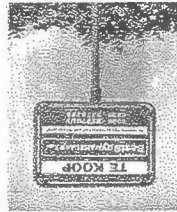
Reclameobjecten aan een lichtmast
van ca. 1 bij 1 meter, van binnenuit
verlicht, bedoeld als verwijzingsbord

Lichtmast

Losse
reclameborden die op een losse voet
op straat worden gezet, soms op een
veer, soms als driehoek

Makelaarsborden

Borden met Te Huur of Te Koop



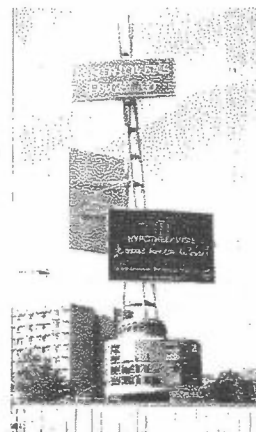
**Reclamevitrine
(europannel)**

Vitrine van ca. 1 bij 2 meter met een reclameposter of meerdere reclameposters op een rol, van binnenuit verlicht



Reclamezuilen

Zuilen die van veraf al gezien moeten worden, voorzien van logo's en namen van bedrijven of voorzien van een groot billboard



Spanmast

Mast ten behoeve van de bovenleiding van de tram

Steigerdoeken

Gaasachtige doeken die oorspronkelijk bedoeld waren om steigers af te schermen ter voorkoming van wegwaaiend vuil e.d. Thans vaak bedrukt met informatie of reclame



Uitstallingszone

In artikel 2.1.10 van de APV Rotterdam is aangegeven, dat voor een winkeluitstalling een vergunning is vereist. Die vergunning wordt afgegeven door directeur DMW. In de winkeluitstallingszone kunnen behalve waren, ook reclameborden worden geplaatst. Winkeluitstallingsvergunningen worden alleen afgegeven mist de stoep voldoende breed is (3.50 meter), de winkeluitstallingszone is maximaal 1 meter gerekend vanaf de gevel.

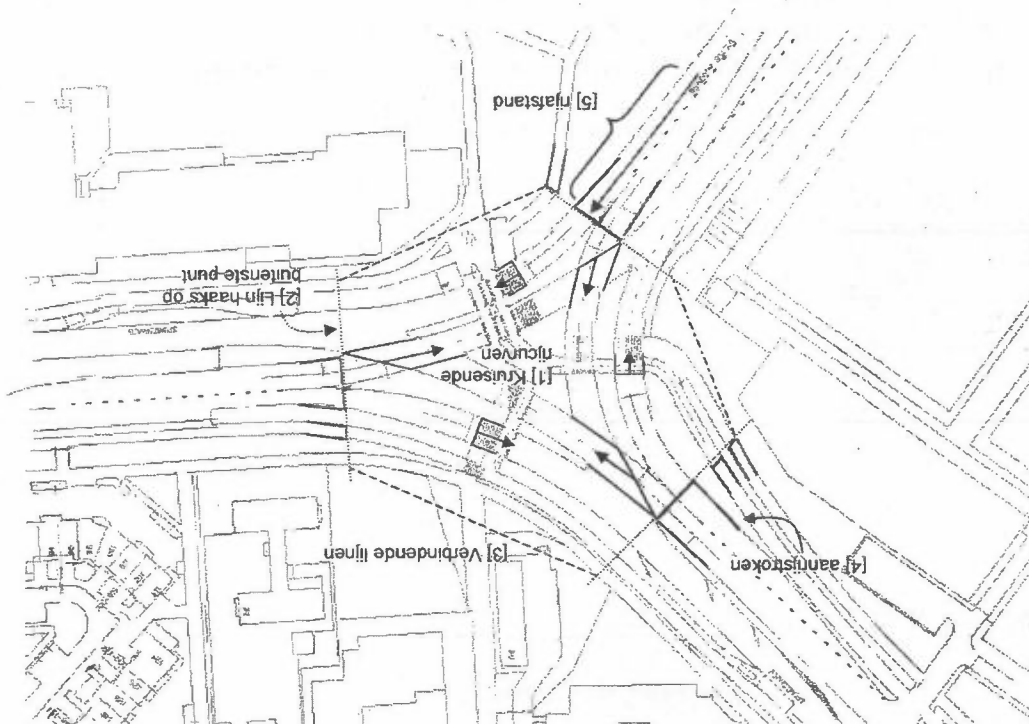
Kruisingsvlak

Onder "kruisingsvlak" wordt verstaan het vlak dat wordt begrensd door de kruisende rijstroken / rijcurven [1] van alle verkeersdeelnemers op het kruispunt, zoals deze volgens de vormgeving van het kruispunt worden aangeduid. Daarbij worden haaks op de rijrichting op de "buitenste" punten van deze kruisende rijcurven lijnen [2] getrokken. Het kruisingsvlak wordt gevormd door deze lijnen buiten alle rijstroken en rijpaden met elkaar te verbinden [3]. Let wel op; onder "kruispunt" wordt ook een rotonde, fietsoversteek of voetgangersoversteek verstaan.

Onder "aanrijstroken" worden de rijstroken en rijpaden bedoeld waar verkeer dat op weg is naar het kruisingsvlak zich zal bevinden [4].

Onder "zichlijnen" worden de directe zichlijnen aangeduid zoals deze ook door weggebruikers worden gehanteerd. Hierbij geldt dat "zichlijnen" samengesteld zijn uit alle mogelijke zichlijnen van reguliere bestuurders. Zichlijnen bestaan dus niet alleen uit zichlijnen van autobestuurders, maar ook uit zichlijnen van fietsers en vrachtauto bestuurders.

Onder "rijfstand" wordt de afstand bedoeld die men nog dient af te leggen over de rijstroken en rijpaden volgens de vormgeving van het kruispunt, voordat men zich op het kruisingsvlak zal bevinden [5]. Dit hoeft dus geen hemselsbrede afstand te zijn, zoals bij een bocht voor het kruispunt.



Buitenreclame in Rotterdam

Bijlage 2

Overzicht en aantallen reclameobjecten Rotterdam 2003

BIJLAGE 2
Overzicht en aantallen reclameobjecten Rotterdam 2003⁸

omschrijving	getelde objecten	belaste objecten	Te tellen objecten	
LICHTBAK	15887	13284	13284	reclame
LETTERRECLAME	11884	10516		tekst op ruit, terrasscherm, etc. geplakt of niet op een bord
RECLAMEBORD	11753	10169	10169	reclame
RECLAMEVLAG	4342	3902		geen bouwvergunning
LICHTRECLAME	3609	3173	3173	reclame
RECLAMEBORD(EN)	3601	1000	1000	reclame
BORD VERLICHT	1639	1300	1300	reclame
AANKONDIGING (JR)	1067	946	946	reclame
RAAMBILJET (JR)	1050	930		niet relevant
CONTOUR	815	734		vrijwel altijd in samenhang met lichtreclame, niet op tellen
AANKONDIGING VERLICHT (JR)	745	676	676	reclame
RECLAMEDOEK	509	346	346	reclame
RAAMBILJET (MND)	505	469		tijdelijk
LAMP MET RECLAME	453	366	366	reclame
RECLAMETEKEN	414	342	342	reclame
RECLAMEBORD (MND)	368	310		tijdelijk
RECLAMEDOEK (MND)	332	219		tijdelijk
BORD(EN) VERLICHT (MND)	123	36		tijdelijk
LETTERRECLAME (MND)	102	91		tijdelijk
BORD	50	41	41	reclame
BORD VERLICHT (MND)	36	32		tijdelijk
TEKEN VERLICHT	21	21	21	reclame
CONTOUR < 5 M	8	0		vrijwel altijd in samenhang met lichtreclame, niet op tellen
RECLAMEVLAG (MND)	7	6		tijdelijk
VOERTUIG (MND)	7	0		tijdelijk
LICHTBAK (MND)	6	6		tijdelijk
UITHANGTEKEN	6	6	6	reclame
LICHTRECLAME (MND)	4	4		tijdelijk
RECLAME/LICHTMAST (MND)	4	2		tijdelijk
RECLAMETEKEN (MND)	1	1		tijdelijk
totaal gevelreclames	59348	48928	31670	
Europanel Viacom		130		'klein'
Billboards Viacom		95		'groot'
RET-ABRI-vitrines Viacom		1300		
Lichtmasten en RET Spanmasten		2500		resp 'klein' en 'groot'
Driehoeksborden Van Puffelen		1000		
totaal straatreclames		5025	5025	
CAR en Bison		500		Culturele afficheborden op blinde geveldelen, niet op tellen, etc.
Steigerdoeken		10		Bouwaferelateerde tijdelijkheid
losse straatobjecten	PM			Geen telling bekend
totaal overig	PM	510	510	
Totaal	PM	54463	37205	

Buitenreclame in Rotterdam

Bijlage 3

Relevante APV-artikelen

Artikel 2.1.9 Voorwerpen of stoffen op, aan, in of boven de weg

1. Het is verboden voorwerpen of stoffen aan, op, in, of boven de weg te plaatsen, aan te brengen, te hebben of te storten.
2. Het in het eerste lid gestelde verbod geldt niet:
 - a. voor zover gehandeld wordt met vergunning of ontheffing van het college of van de burgemeester, dan wel voor zover daarvan - overeenkomstig enig wettelijk voorschrift - kennisgeving is gedaan en wordt gehandeld overeenkomstig de naar aanleiding van de kennisgeving gestelde voorschriften;
 - b. voor het uitsleken van vlaggen, wimpels en vlaggenstokken, indien deze geen gevaar of hinder kunnen opleveren voor personen of goederen en niet voor commerciële doeleinden worden gebruikt;
 - c. voor zonneschermen, mits deze zijn aangebracht boven het voor voetgangers bestemde gedeelte van de weg en mits:
 - geen onderdeel van het scherm, in welke stand dat ook staat, zich op minder dan 0,5 meter van het voor het rijverkeer bestemde gedeelte van de weg bevindt;
 - geen onderdeel zich minder dan 2,2 meter boven dat gedeelte bevindt; en
 - geen onderdeel verder dan 1,5 meter buiten de opgaande gevel reikt;
 - d. voor voorwerpen of stoffen, die noodzakelijkerwijze kortstondig op de weg gebracht worden in verband met laden of lossen ervan en mits degene die de werkzaamheden verricht of doet verrichten ervoor zorgt, dat onmiddellijk na het beëindigen daarvan, in elk geval voor zonsopgang, de voorwerpen of stoffen van de weg verwijderd zijn en de weg daarvan gereinigd is;
 - e. voor het gedurende een werkdag uitvoeren van kleinschalige onderhoudswerkzaamheden op de weg of op, aan of in gebouwen mits degene die de onderhoudswerkzaamheden verricht of doet verrichten er voor zorgt, dat het veilig en doelmatig gebruik van de weg niet wordt belemmerd en dat direct na de beëindiging van de werkzaamheden, in elk geval voor zonsopgang, de voorwerpen of stoffen van de weg verwijderd zijn;
 - f. voor voetliggen;
 - g. voor voorwerpen of stoffen waarop gedachten of gevoelens als bedoeld in artikel 7 van de Grondwet worden geopenbaard;
 - h. voor het innemen van een standplaats als bedoeld in artikel 5.2.3 of een marktplaats als bedoeld in de Marktverordening.
3. Het is verboden op, in, aan, over of boven de weg voorwerpen of stoffen waarop gedachten of gevoelens als bedoeld in artikel 7 van de Grondwet worden geopenbaard te plaatsen, aan te brengen of te hebben, indien deze door hun omvang of vormgeving, constructie of plaats van bevestiging schade toebrengen aan de weg, gevaar opleveren voor de bruikbaarheid van de weg of voor het doelmatig beheer en onderhouden van de weg.
4. Voor de toepassing van het tweede lid, onder d, wordt onder weg verstaan wat artikel 1 van de Wegenverkeerswet 1994 daaronder verstaat.
5. Een vergunning bedoeld in het tweede lid, aan het en onder a, kan - voor zover gebaseerd op dit artikel - worden geweigerd:
 - a. indien het beoogde gebruik schade toebrengt aan de weg, gevaar oplevert voor de bruikbaarheid van de weg of voor het doelmatig en veilig gebruik daarvan, dan wel een belemmering kan vormen voor het doelmatig beheer en onderhouden van de weg;
 - b. indien het beoogde gebruik hetzij op zich zelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand;
 - c. in het belang van de voorkoming of beperking van overlast voor gebruikers van de in de nabijheid gelegen onroerende zaak.
6. Het in het eerste lid bepaalde geldt niet voorzover de op de Wet milieubeheer gebaseerde voorschriften, de Woningwet, Wet beheer rijkswaterstaatswerken, artikel 5 van de Wegenverkeerswet 1994 of de Wegenverordening Zuid-Holland van toepassing zijn.

Toelichting

In dit artikel wordt bepaald dat het verboden is om zonder vergunning of ontheffing ondermeer voorwerpen aan, op, in, of boven de weg te plaatsen, aan te brengen of te hebben. Een uitzondering wordt gemaakt voor voorwerpen of stoffen waarop gedachten of gevoelens als bedoeld in artikel 7 van de Grondwet worden geopenbaard. Overigens is het wel weer verboden om die voorwerpen te plaatsen indien deze door hun omvang of vormgeving, constructie of plaats van bevestiging schade kunnen toebrengen aan de weg, gevaar opleveren voor de bruikbaarheid van de weg of voor het doelmatig en veilig gebruik daarvan, dan wel een belemmering vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud van de weg. Artikel 2.1.9 geeft de burgemeester of het college de mogelijkheid greep te houden op situaties welke hinder of gevaar op kunnen leveren dan wel ontsierend kunnen zijn. De toepassing van dit artikel slaat ondermeer op het plaatsen op de openbare weg van reclameborden, zuilen en dergelijke.

In het vijfde lid van artikel 2.1.9 wordt als weigeringsgrond voor een vergunning genoemd "niet voldoen aan redelijke eisen van welstand". Het dient daarbij te gaan om voorwerpen die geen bouwwerk zijn in de zin van de Woningwet. Het is mogelijk dat er op, in of aan de weg constructies geplaatst worden, zoals objecten voor reclame, waarvoor een bouwvergunning nodig is. Bij het verlenen van die bouwvergunning zal aan de welstandscriteria getoetst worden die in de bouwverordening en in de Woningwet zijn opgenomen. Indien de Woningwet van toepassing is, is in zoverre het in artikel 2.1.9 gestelde verbod niet van kracht. Een door de Woningwet beschermd belang (bescherming van de welstand) mag dan niet worden meegewogen bij de beslissing omtrent verlening van een vergunning als bedoeld in artikel 2.1.9, tweede lid, aanhef en onder a.

Artikel 2.1.10 Winkeluitstallingen

1. Onverminderd het bepaalde in artikel 2.1.9, de Verordening reclamebelasting en de Verordening precariobelasting en rechten is het verboden zonder vergunning van het college op, aan of boven de weg, in, aan of boven een openbaar water dan wel op, aan of boven een andere - al dan niet met enige beperking - voor publiek toegankelijke plaats goederen uit te stallen of uitgesteld te hebben om deze te koop aan te bieden, te verkopen of te verstrekken aan het publiek, dan wel in het kader van de verkoop vanuit een winkel reclameborden te plaatsen of geplaatst te hebben (winkeluitstallingsvergunning).
2. Een vergunning als bedoeld in het eerste lid kan worden geweigerd, gewijzigd of worden ingetrokken:
 - a. in het belang van de openbare orde;
 - b. in het belang van de brandveiligheid;
 - c. in het belang van de verkeersvrijheid of verkeersveiligheid;
 - d. in het belang van de bescherming van het uiterlijk aanzien van de gemeente;
 - e. in het belang van het voorkomen of het beperken van overlast;
 - f. gelet op de ruimtelijke omstandigheden ter plaatse.
3. a. Aan de vergunning kan het college voorschriften verbinden, die betrekking hebben op:
 - de oppervlakte en omvang van de uitstalling;
 - de constructie van de uitstalling;
 - de situering van de uitstalling ten opzichte van de winkel.
- b. De vergunning heeft een geldigheidsduur van maximaal zes jaren na datum van afgifte, waarna opnieuw een vergunning moet worden aangevraagd.
4. In afwijking van het gestelde onder het derde lid, onder a, kan het college voor nader aan te wijzen straten of pleinen of delen van straten of pleinen nadere regels stellen, die betrekking hebben op:
 - de oppervlakte en omvang van de uitstalling;

Bij de vergunningverlening bedoeld in het tweede lid kan een vergunning geweigerd worden in het belang van de bescherming van het uiterlijk aanzien van de gemeente. Deze weigeringsgrond kan gehanteerd worden indien een winkeluitlestalling wordt ingenomen op een zodanige plaats dat het straatbeeld ernstig wordt verstoord. Met deze weigeringsgrond kan het aanzien van monumentale gebouwen of stedschouwkundige ensembles worden gewaarborgd. Het college kan zelfstandig de inhoud van deze weigeringsgrond bepalen. De vergunningsduur is in 2003 verlengd tot een maximum van zes jaren na datum van afgifte; na die periode moet opnieuw een vergunning worden aangevraagd. In artikel 2.1.10 is onomstotelijk vastgelegd dat reclameborden bij winkels eveneens onder het begrip 'winkeluitlestalling' worden begrepen. Een winkeluitlestalling kan dus zowel bestaan uit goederen én een of meer reclameborden, als uit solitaire goederen of reclameborden.

- De verwijzing naar de Verordening reclamebelasting en de Verordening precarobelasting en rechten betreft de inlijng van gelden door Gemeentelijkebelastingen Rotterdam. Een precarioaanslag wordt alleen opgelegd op basis van een op grond van artikel 2.1.10 afgegeven vergunning. De uitvoering van artikel 2.1.10 geschiedt in mandaat door één ambtelijke dienst, te weten de Dienst Marktwezen. Deze Dienst is ook met de handhaving belast. In geval van niet-toereikendheid van de inspanningen van de Dienst Marktwezen, waaronder te verstaan administratieve sancties, vindt vervolging plaats via het strafrecht door inschakeling van politie en justitie.
- Met deze nieuwe bepaling wordt beoogd een einde te maken aan de wildgroei van winkeluistallingen, die niet alleen uiterst publiekconvrriendelijk is, maar ook afbreuk doet aan het in gang gezette gemeentelijke beleid gericht op kwaliteitsverbetering van de buitenruimte en het openbaar gebied. Motieven achter artikel 2.1.10 zijn:
- het waarborgen van de verkeersvrijheid in de meest ruime zin van het woord; met name het voetgangersverkeer moet onbelemmerd kunnen plaatsvinden, als ook de doorgang van de verzorgende diensten (politie, brandweer en GGD);
 - handhaving van de openbare orde;
 - minimalisering van de ruimte die de winkeluistallingen op de openbare weg mogen gebruiken;

Toeliching

- de constructie van de uitstalling;
 - de situering van de uitstalling ten opzichte van de winkel.
5. Het college kan de vergunning al dan niet voor bepaalde tijd intrekken of wijzigen:
 - a. indien ter verkrijging daarvan onjuiste dan wel onvolledige gegevens zijn verstrekt;
 - b. indien de aan de vergunning verbonden voorschriften worden overtreden of niet zijn of worden nagekomen;

3. Als voor het uitvoeren van openbare werken of om enigerlei andere reden verwijdering van het terras noodzakelijk is, is de houder van de inrichting verplicht dit terstond of binnen de door het bevoegde bestuursorgaan gestelde termijn, te verwijderen.
4. Het is verboden op of in de omgeving van een terras dranken of eetwaren voor gebruik ter plaatse te verstrekken:
 - a. buiten dat deel van de weg waarvan het gebruik ingevolge het bepaalde in het eerste lid is toegestaan;
 - b. aan degenen die geen gebruik maken van de op dat terras aanwezige zitplaatsen.
5. De exploitant of de beheerder is verplicht te zorgen dat dagelijks, uiterlijk een uur na sluiting van de inrichting, doch in ieder geval terstond op eerste aanzegging van een ambtenaar, belast met het toezicht op de naleving van het bepaalde in dit artikel, in de nabijheid van het terras op de weg achtergebleven stoffen of voorwerpen, voor zover kennelijk uit of van dat terras afkomstig, worden verwijderd.

Artikel 2.4.2

Plakken en kladden

1. Het is verboden de weg of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf de weg zichtbaar is te bekrassen of te bekladden.
2. Het is verboden zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende op de weg, op dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf de weg zichtbaar is of op een op de weg staande roerende zaak:
 - a. een aanplakbiljet of ander geschrift, afbeelding of aanduiding, aan te plakken of aan te doen plakken of op andere wijze aan te brengen of te doen aanbrengen;
 - b. met kalk, krijt, teer of een kleur- of verfstof enige afbeelding, letter, cijfer of teken aan te brengen.
3. Het in het tweede lid gestelde verbod is niet van toepassing indien gehandeld wordt krachtens wettelijk voorschrift.
4. Het college kan aanplakborden aanwijzen voor het aanbrengen van meningsuitingen en bekendmakingen.
5. Het is verboden de in het vierde lid bedoelde aanplakborden te gebruiken voor het aanbrengen van handelsreclame.
6. Het college kan nadere regels stellen voor het aanbrengen van meningsuitingen en bekendmakingen, die geen betrekking mogen hebben op de inhoud van de meningsuitingen en bekendmakingen.
7. De houder van de in het tweede lid bedoelde schriftelijke toestemming is verplicht die aan een opsporingsambtenaar op diens eerste vordering terstond ter inzage af te geven.

Artikel 2.4.3 Vervoer plakgereedschap e.d.

1. Het is verboden tussen 22.00 uur en 06.00 uur op de weg of openbaar water te vervoeren of bij zich te hebben enig aanplakbiljet, aanplakdoek, kalk, teer, lijm, plakmiddel, kleur- of verfstof, verfspuitbus of vergereedschap.
2. Dit verbod is niet van toepassing, indien de genoemde materialen of gereedschappen niet zijn gebruikt of niet zijn bestemd voor handelingen als verboden in artikel 2.4.2.

Toelichting 2.4.2 en 2.4.3

Dit artikel verbiedt het beplakken, bekrassen en bekladden van onroerende zaken die vanaf de weg zichtbaar zijn. Het plakverbod is ook van toepassing op roerende zaken als bloembakken, glas- en papierbakken en containers van de ROTEB. Strafbaar zijn niet alleen de feitelijke plakkers, maar ook hun opdrachtgevers. In dit artikel wordt tevens geregeld, dat het college aanplakborden kan aanwijzen voor het aanbrengen van meningsuitingen en bekendmakingen. Deze borden mogen dan niet worden gebruikt voor handelsreclame. Het is de gemeentelijke wetgever niet toegestaan het aanplakken van biljetten en dergelijke geheel te verbieden. Wel mag de gemeentelijke wetgever het plakken zonder toestemming van de rechthebbende (dat kan ook de gemeente zijn als privaatrechtelijk rechtspersoon) strafbaar stellen. In het kader van de vrijheid van meningsuiting moet de gemeente zorgen voor voldoende "vrije plakmogelijkheden" opdat van "gebruik van enige betekenis" van het

onderhavige middel van bekendmaking van meningsuitingen sprake kan zijn. Het hangt af van "bijzondere plaatselijke omstandigheden" of er nog gesproken kan worden van gebruik van enige betekenis. De Culturele Afficheering Rotterdam (CAR) is op dit artikel gestoeid. De reclame die op de frames van CAR wordt gemaakt is uitsluitend bedoeld voor afficheering ten behoeve van culturele, recreatieve en sportieve manifestaties in Rotterdam, waarbij sprake is van zwaar gesubsidieerde en/of low budget activiteiten.

Om handhaving van artikel 2.4.2 te vergemakkelijken en niet afhankeijk te zijn van een "hetendaadje" is het verboden om tussen 22.00 uur en 06.00 uur op de weg of openbaar water aanpakbijljetten, aanpakdoek, kalk, teer, lijm, plakmiddel, kleur- of verfstof, verfspuitbus of verfgereedschap te vervoeren of bij zich te hebben.

Artikel 4.5.2

Ontserende, hinderlijke of gevaarlijke reclames en dergelijke

1. Het is de rechthebbende op een ontserende zaak alsmede de gebruiker van die zaak verboden die zaak of een daarop aanwezige roerende zaak te gebruiken of het gebruik daarvan toe te laten voor het maken van handelsreclame met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die vanaf de weg of vanaf een andere voor het publiek toegankelijke plaats zichtbaar is, tenzij dit naar het oordeel van de college geen gevaar oplevert voor de veiligheid van het verkeer, geen overlast veroorzaakt voor gebruikers van de onderhavige ontserende zaak dan wel van de in de nabijheid daarvan gelegen ontserende zaken en zowel op zichzelf als in verband met de omgeving voldoet aan redelijke eisen van welstand.
2. Het in het eerste lid gestelde verbod geldt niet ten aanzien van:
 - opschriften, aankondigingen en afbeeldingen in het inwendig gedeelte van een ontserende zaak;
 - opschriften en aankondigingen op zuilen, borden, muren of andere constructies, aangewezen door de overheid;
 - opschriften en aankondigingen betrekking hebbend op:
 - openbare verkoping, aanbiddingen ter verkoop, verhuur of verpachting van een ontserende zaak, voor zolang zij feitelijke betekenis hebben;
 - het beroep, de dienst, of het bedrijf dat in of op de ontserende zaak wordt uitgeoefend of waarvoor die zaak is bestemd, zomede op naamborden, mits deze opschriften en aankondigingen gezamenlijk geen grote oppervlakte hebben dan 0,50 m² en geen van alle een grotere afmeting in een richting hebben dan 1,00 meter en zijn aangebracht op of aan de ontserende zaak;
 - opschriften betrekking hebbend op de naam of aard van in uitvoering zijnde bouwwerken of op de namen van de degenen die bij het ontwerp of de uitvoering van het bouwwerk betrokken zijn, mits deze opschriften zijn aangebracht op borden bij of op de in uitvoering zijnde bouwwerken zelf en niet verlicht zijn, zulks voor zolang zij feitelijke betekenis hebben;
 - opschriften en aankondigingen aan gebouwen en inrichtingen van openbaar vervoer, indien deze zijn aangebracht ten dienste van dat vervoer;
 - opschriften en aankondigingen van kenneijk tijdelijke aard, voor zolang zij feitelijke betekenis hebben, mits van het aanbrengen ervan levoen door of vanwege de rechthebbende of de hoofdgebouwer van de ontserende zaak schriftelijke kennisgeving is gedaan aan het college en het college niet binnen twee weken na ontvangst van die kennisgeving van enig bezwaar heeft doen blijken.
 - 3. Zodanige opschriften en aankondigingen worden geacht hun tijdelijk karakter te hebben verloren, wanneer deze gedurende meer dan 9 weken op de ontserende zaak aanwezig zijn.
 - 4. Het in het eerste lid gestelde verbod geldt voorts niet voor zover de Woningwet, op de Wet milieubeheer gebaseerde voorschriften, de Monumentenwet 1988, de Verordening Bescherming Landschap en Natuur Zuid-Holland, de Monumentenverordening Rotterdam 2003 of artikel 2.1.9 van toepassing is.
 - 5. Het college is bevoegd nadere regels te geven met betrekking tot aard, plaats, afmetingen, vormgeving, kleur en verticthing van reclames.

6. In de in het vierde lid bedoelde nadere regels kan onderscheid worden gemaakt tussen gebieden van de gemeente, tussen soorten van bebouwing alsmede tussen soorten van gebruik van bebouwing, erven en terreinen.
7. Indien door een opschrift, aankondiging of afbeelding als bedoeld in het tweede lid van dit artikel, dan wel aangebracht voor een ander doel dan handelsreclame, de veiligheid van het verkeer in gevaar wordt gebracht of ernstige hinder voor de omgeving wordt veroorzaakt of in ernstige mate afbreuk wordt gedaan aan redelijke eisen van welstand, is het college bevoegd de rechthebbende onderscheidenlijk de hoofdgebruiker van de onroerende zaak aan te schrijven tot het treffen van maatregelen ter voorkoming, ter beperking of ter opheffing van dit gevaar of deze hinder of deze afbreuk. Degene tot wie de aanschrijving is gericht, of diens rechtsopvolger, is verplicht deze aanschrijving op te volgen.

Toelichting

In dit artikel wordt het verboden om gebouwen en objecten te gebruiken voor handelsreclame. Daar is een groot aantal ontheffende bepalingen aan gekoppeld, zoals naamborden, opschriften en aankondigingen op zuilen, borden, muren of andere constructies, aangewezen door de overheid. Indien door een opschrift, aankondiging of afbeelding de veiligheid van het verkeer in gevaar wordt gebracht of ernstige hinder voor de omgeving wordt veroorzaakt of in ernstige mate afbreuk wordt gedaan aan redelijke eisen van welstand, is het college bevoegd de rechthebbende onderscheidenlijk de hoofdgebruiker van de onroerende zaak aan te schrijven tot het treffen van maatregelen ter voorkoming, beperking of opheffing van dit gevaar, deze hinder of deze afbreuk.

Het aanbrengen van handelsreclame (commerciële reclame) aan onroerend goed wordt dus niet gebonden aan een vergunning. In artikel 4.5.2 is gekozen voor een constructie, waarin het college nadere regels kan stellen. Indien men zich houdt aan die regels en voorkomt dat de reclame gevaar of overlast veroorzaakt of niet voldoet aan redelijke eisen van welstand, is het gebruik van een onroerende zaak voor reclamedoelinden toegestaan. Als men zich echter niet aan de regels houdt, kan het college daartegen optreden door middel van bestuursdwang.

Sommige reclame-uitingen zijn sowieso toegestaan, maar de genoemde nadere regels van het college gelden ook voor deze categorie reclames. Het college kan ook tegen deze reclames optreden. Artikel 4.5.2 spreekt expliciet over handelsreclame. Op reclame-uitingen waardoor gedachten en gevoelens worden geopenbaard, is dit artikel dus niet van toepassing.

De APV en hogere regelingen

In het derde lid van artikel 4.5.2 van de APV is de werkingssfeer van dit artikel ten opzichte van hogere regelingen afgebakend. Indien een van deze hogere regelingen van toepassing is, is in zoverre het in artikel 4.5.2 gestelde verbod niet van toepassing.

- Indien een reclameconstructie is aan te merken als bouwwerk, is voor het plaatsen ervan een bouwvergunning vereist. Het welstandsbelang wordt dan meegewogen bij de beoordeling. Bij meldingsplichtige bouwwerken kunnen evenzeer welstandsbelangen worden meegewogen. Op grond van het nieuwe bouwrecht is dat niet mogelijk ten aanzien van zogenaamde vergunningsvrije bouwwerken. Voor zover een reclameconstructie onder deze categorie valt, is artikel 4.5.2 onverkort van toepassing.
- Voor het aanbrengen van reclame op een beschermd monument is volgens artikel 14 van de Monumentenwet 1988 een vergunning nodig van het college, dan wel van de minister van OCW indien deze op grond van artikel 17 van de Monumentenwet 1998 beslist op de vergunningaanvraag.
- De provinciale Verordening Bescherming Landschap en Natuur Zuid-Holland bevat bepalingen, die het aanbrengen van opschriften en dergelijke op onroerend goed in de

Toelichting

Er staan nog al eens voertuigen, aanhangwagens en dergelijke op of langs de weg met de kennelijke bedoeling om daarmee reclame te maken. Dit doet afbreuk aan het aanzien van de gemeente. Daarom is in artikel 5.1.7 voorzien in een verbod om dergelijke voertuigen op de weg te plaatsen, behoudens ontheffing van het college.

Deze bepaling is overigens niet bedoeld voor bedrijfsauto's die voorzien zijn van eigen handelsreclame. In het APV-artikel wordt gesproken over het parkeren van voertuigen "(...) met het kenmerkende doel om daarmee handelsreclame te maken". Bedrijfsauto's dienen niet primair voor het maken van de reclame.

1. Het is verboden een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame, op de weg te parkeren met het kenmerkende doel om daarmee handelsreclame te maken.
2. Het college kan van het in het eerste lid gestelde verbod ontheffing verlenen.

Parkeren van reclamevoertuigen

Artikel 5.1.7

- De afbakening met de Wet milieubeheer is alleen noodzakelijk ten aanzien van lichtreclame. Voorschrijven over hinder veroorzaakt door lichtreclame aan de gevel van een horecabedrijf moeten worden opgenomen in de milieuvvergunning van het betreffende bedrijf of worden gebaseerd op het Besluit horeca-, sport, en recreatie-inrichtingen milieubeheer. Hinder in de zin van de Wet milieubeheer zal veelal samen vallen met het voorkomen of beperken van overlast voor gebruikers van de in de nabijheid gelegen onroerende zaak. Dit is geregeld in artikel 4.5.2. van de APV waardoor ook inrichtingen die niet vallen onder de Wet milieubeheer toch op dit punt kunnen worden beoordeeld.

Buitenreclame in Rotterdam

Bijlage 3 Zoneringskaart

Buitenreclame in Rotterdam

Projectcode

Versie
definitief

Datum
02.02.2006

Pagina
66 van 75

Buitenreclame in Rotterdam

Bijlage 4

Bouwverordening Rotterdam

BOUWERORDENING ROTTERDAM

Bijzondere bepalingen en bepalingen betreffende reclames

Paragraaf 2: Bepalingen betreffende reclames

Artikel 388ra Verbodsbepaling

1. Onverminderd het bepaalde in artikel 310 van deze verordening is het verboden op een weg dan wel op een terrein, op een erf of op of aan een bouwwerk een van de openbare weg of van het openbaar water af zichtbare, niet als bouwwerk aan te merken commerciële reclame, al dan niet verlicht, waaronder te verstaan een lichtbak, versterking, uithangbord, afbeelding, opschrift, aankondiging of dergelijke aanwezig te hebben, tenzij wordt voldaan aan het bepaalde in en krachtens deze paragraaf.

2. Niet van toepassing is het bepaalde in het voorgaande lid:

- a. voor zover de Verordening bescherming landschap en bodem Zuid-Holland van toepassing is;
 - b. op afbeeldingen, opschriften of aankondigingen op zuilen, borden en muren, die a. daarvoor van overheidsweg zijn aangewezen;
 - c. op aankondigingen van een verkoping, verhuur of in pacht wordt aangeboden, waarop de aankondiging is aangebracht, te koop, te huur of in pacht wordt aangeboden, voor zolang deze aankondiging feitelijk betekenis hebben;
 - d. op naamborden met opschrift, betrekking hebbende op enig beroep, bedrijf of dienst welke in of op het terrein of bouwwerk worden uitgeoefend of waarvoor dat terrein of bouwwerk is bestemd, mits zij geen grotere oppervlakte dan 0,125 m² hebben en geen grotere afmeting in een richting dan 0,5 m. niet worden verlicht en de grens van de weg niet meer dan 0,05 m overschrijden. Voor de toepassing van deze bepaling wordt een galerij gelijkgesteld met een weg;
 - e. op bij de uitvoering zijnde bouwwerken geplaatste, niet verlichte, borden met opschriften, betrekking hebbende op de naam en/of de aard van het bouwwerk en/of op de namen van degenen, die bij het ontwerp en/of de uitvoering van het bouwwerk betrokken zijn, voor zolang de uitvoering duurt;
 - f. op afbeeldingen, opschriften en aankondigingen binnen een gebouw;
 - g. op reclame op straatmeubilair zoals abri's ten behoeve van het openbaar vervoer, masten
- voor de openbare verlichting, de openbare tijdsaanwijzing en de bovenleiding van trams, op telefooncellen, alsmede op verkoopwagens en kiosken, voor het gebruik waarvan toestemming of vergunning van of namens burgemeester en wethouders is vereist en verkregen.

Artikel 388rb Eisen waaraan met betrekking tot reclames moet worden voldaan

1. Geen reclame mag aanwezig zijn ten behoeve van een inrichting in de zin van de Verordening op inrichtingen van vermakelijkheden (Gemeenteblad van 1980, nr. 63) dan wel te behoeve van een inrichting in de zin van de Logementenverordening 1970 (Gemeenteblad van 1972, nr. 139) zolang de ingevolge deze verordening vereiste vergunningen niet zijn verleend.

2. Tussen woningen of delen van woningen, zowel in horizontale als in verticale zin, mogen geen reclames aanwezig zijn.
3. Geen reclames mogen aanwezig zijn:
 - a. op of aan kunstwerken ten dienste van het wegverkeer;
 - b. op of aan kunstwerken ten dienste van het railverkeer, met dien verstande, dat met inachtneming van het bepaalde in lid 5 reclames ten behoeve van het eigen bedrijf alsmede reclames op perrons zijn toegestaan mits deze naar de sporen zijn gericht.
4. Indien een reclame de weggrens meer dan 0,1 m. overschrijdt, mag zij niet lager zijn aangebracht dan:
 - a. 4,2 m boven een rijweg of boven een strook ter breedte van 1,5 m langs een rijweg;
 - b. 2,2 m boven een voetpad, voor zover dit voetpad geen deel uitmaakt van de onder a. genoemde strook.Geen deel van een lichtreclame, die de weggrens minder dan 0,1 m overschrijdt, mag lager zijn aangebracht dan 2,2 m boven een weg.
5. Het uiterlijk en de plaatsing van een reclame moeten zodanig zijn dat zij zowel op zichzelf als in verband met de omgeving of de te verwachten ontwikkeling daarvan redelijke beelden van welstand voldoet.
6. Een reclame mag niet door haar plaats, afmetingen, vormgeving, kleur, verlichting of lichtinstallatie dan wel wijze van aanbrengen van verlichting of lichtinstallatie gevaar of hinder voor het verkeer, voor de scheepvaart of voor de luchtvaart, dan wel hinder voor bewoners of gebruikers van bouwwerken en terreinen in de naaste omgeving kunnen opleveren.
7. Een reclame moet zodanig zijn samengesteld en bevestigd, dat zij naar het oordeel van het bouwtoezicht voldoende eigenschappen bezit met betrekking tot strekte, stijfheid, stabiliteit en duurzaamheid. Zij moet in behoorlijke staat van onderhoud verkeren.
8. In geval van een verlichte of een lichtreclame moet de aansluiting van de verlichtingsapparatuur aan het elektriciteitsnet, voor zover deze aansluiting zich buiten een bouwwerk bevindt, met inachtneming van het bepaalde in lid 5, langs de kortst mogelijke weg tot stand zijn gebracht.

Bijzondere bepalingen en bepalingen betreffende reclame

Artikel 388rc Nadere regelen

1. Burgemeester en wethouders zijn bevoegd nadere regelen te geven met betrekking tot aard, plaats, afmetingen, vormgeving, kleur en verlichting van reclame.
2. In de in lid 1 bedoelde nadere regelen kan onderscheid worden gemaakt tussen gebieden van de gemeente, tussen soorten van bebouwing alsmede tussen soorten van gebruik van bebouwing, erven en terreinen.
 - 1) zie bijlage L.

Bijlage L

Nadere regelen, bedoeld in artikel 388rc

TOELAATBAARHEID VAN RECLAME

Artikel L1 Onderscheiding soorten bebouwing en gebieden

In deze nadere regelen wordt verstaan onder:

- a. woonstraten:
wegen of gedeelten van wegen langs welke de bebouwing ter hoogte van de beganegrondverdieping voor meer dan de helft het uiterlijk heeft van woningen, voor zover deze wegen niet vallen onder het bepaalde in litt. g;
- b. winkelstraten:
wegen of gedeelten van wegen langs welke de bebouwing ter hoogte van de beganegrondverdieping voor meer dan de helft het uiterlijk heeft van een winkel, toonzaal, horecabedrijf of voor het publiek toegankelijk kantoor, voor zover deze wegen niet vallen onder het bepaalde in litt. g;
- c. haven- en/of industriegebieden:
die gedeelten van het grondgebied van de gemeente, die in hoofdzaak zijn bebouwd met bouwwerken ten behoeve van vervoer en/of bedrijf, dan wel waar de terreinen voor vervoer en/of bedrijf mogen worden gebruikt;
- d. gebieden voor passieve recreatie:
parken en plantsoenen en daarvan deel uitmakende openbare speelgelegenheden;
- e. gebieden voor actieve recreatie:
gebieden voor de amateurnistische beoefening van sport en spel, al of niet in verenigingsverband;
- f. sport-, tentoonstellings- en recreatiegebouwen:
stations, zwembaden, sporthallen, tentoonstellingsgebouwen geen musea zijnde en recreatiegebouwen met de daarbij behorende terreinen;
- g. centrumgebieden:
het gebied, begrensd door Statentunnel, Statepad, Stationsingel, spoorwegemplacement, Schiekade, Teilingerstraat, Vijverhorstraat, Heer Bokelweg, Vriendenlaan, Admiraal de Ruiterweg, Goudsesingel, Oostplein, Oostmolenwerf, Nieuwe Maas, Veerkade, Van Vollehovenstraat, Westzeedijk, Vasteland, Schiedamse Vest, Witte de Withstraat, Eendrachtsweg, Eendrachtsplein, Mauritsweg, Diergaardesingel en Weena, met uitzondering van de Lijnbaan en Korte Lijnbaan;
2. het gebied begrensd door Zuidplein, Strevelsweg, Zuiderparkweg en Gooijlandsingel, met dien verstande, dat beide zijden van de hierboven genoemde wegen, voor zover in de begrenzing opgenomen, tot de centrumgebieden behoren.

Artikel L.2 Woonstraten en winkelstraten

1. In woonstraten mogen slechts de in artikel 388ra, lid 2, genoemde reclame aanwezig zijn behoudens het bepaalde in lid 2.
2. In winkelstraten alsmede bij winkels, toonzalen, horecabedrijven of voor het publiek toegankelijke kantoren in woonstraten mogen uitsluitend reclames aanwezig zijn betrekking hebbende op de bedrijven die zijn gevestigd in de gebouwen waaraan de reclames zijn aangebracht.
3. In de l;in 2 bedoelde gevallen zijn verlichte en lichtreclames toegestaan.

Artikel L3 Haven- en/of industrieterreinen

1. Aan of op bouwwerken en op terreinen in haven- en/of industriegebieden mogen uitsluitend reclames aanwezig zijn, betrekking hebbende op ondernemingen die in die bouwwerken dan wel op die terreinen zijn gevestigd, behoudens het bepaalde in lid 2.
2. Het bepaalde in lid 1 lijdt uitzondering, indien de onderneming is gevestigd in een bouwwerk of op een terrein en de grond door de gemeente in erfpacht of in huur is uitgegeven en de uitgifteovereenkomst meer reclame toelaat dan ingevolge het bepaalde in lid 1 is toegelaten. In dit geval geldt het maximum volgens de uitgifteovereenkomst.
3. De in de leden 1 en 2 bedoelde reclames mogen verlichte of lichtreclames zijn.

Artikel L4 Gebieden voor passieve recreatie

In gebieden voor passieve recreatie mogen slechts reclames aanwezig zijn ten behoeve van aldaar gevestigde diensten, bedrijven of instellingen ten dienste van de passieve recreatie, zoals horecabedrijven. Deze reclames mogen niet op daken van gebouwen aanwezig zijn en mogen geen verlichte of lichtreclames zijn.

Artikel L5 Gebieden voor actieve recreatie

1. In gebieden voor actieve recreatie mogen reclames aanwezig zijn:
 - a. ten behoeve van aldaar gevestigde diensten, bedrijven of instellingen ten dienste van de actieve recreatie, zoals horecabedrijven;
 - b. ten behoeve van verenigingen die aldaar hun accommodatie hebben, voor zover het hun eigen accommodatie betreft;
 - c. op luifels en tribunes en lichtmasten.
2. De in lid 1 onder a. en b. bedoelde reclames mogen geen verlichte of lichtreclames zijn.

Artikel L6 Sport-, tentoonstellings- en recreatiegebouwen

Met betrekking tot sport-, tentoonstellings- en recreatiegebouwen gelden geen andere restricties dan in artikel 388b zijn vermeld.

Artikel L7 Centrumgebieden (uitgezonderd Lijnbaan en Korte Lijnbaan)

In centrumgebieden gelden geen andere restricties dan in artikel 388b zijn vermeld.

Artikel L8 Lijnbaan en Korte Lijnbaan

Voor het aanbrengen van reclame in de Lijnbaan en de Korte Lijnbaan gelden de restricties, zoals vermeld in de Richtlijnen voor het aanbrengen van reclames in de Lijnbaan en Korte Lijnbaan, welke richtlijnen zijn opgenomen inde bij deze nadere regelen behorende bijlage.

Artikel L9 Voorkoming verkeershinder

1. Onverminderd het bepaalde in artikel 388b, lid 6, moet in elk geval worde voldaan het bepaalde in de volgende leden.

2. Een reclame mag de signaalkleuren rood, groen of oranje niet uitstralen:
 - a. binnen een afstand van 20 m van de snijlijn van de verticale vlakken, gaande door de voorgevelrooilijnen bij een hoek of een aansluiting van twee wegen, tenzij de reclame zich hoog boven de weg bevindt, dat verwarring met verkeerslichten uitgesloten is;
 - b. indien de reclame binnen een afstand van 200 m van de grens van eden rijksweg aanwezig is en op deze weg is gericht.
3. Daglichtreflexborden mogen niet worden gebruikt.

Aldus vastgesteld door
Burgemeester
en
Wethouders.

Buitenreclame in Rotterdam

Bijlage 6 Organisatie Reclamebeleid

Buitenreclame in Rotterdam

Projectcode

Versie
definitief

Datum
02.02.2006

Pagina
74 van 75

Organisatie Reclamebeleid

