

Nota van B&W

Portefeuille M. Divendal
Auteur Dhr. H.F.L. Wals
Telefoon 5114845
E-mail: walsh@haarlem.nl
SB/BOR Reg.nr. SB/ BOR 2007/ 171839
Te kopiëren: A
B & W-vergadering van 9 oktober 2007

Onderwerp

Steigerdoekreclame in Haarlem

Bestuurlijke context

In Haarlem is vorig jaar een proef met steigerdoekreclame genomen. Van 21 augustus tot en met 25 september 2006 heeft een reclame voor de Postbank op de hoek van de Grote Markt en de Grote Houtstraat gehangen. Bijlage A bevat de evaluatie van de proef en een voorstel voor het in de toekomst te voeren beleid. Het is een toevoeging aan de door het college op 26 juni 2007 vastgestelde nota Reclame in de openbare ruimte.

De proef met de Postbankreclame heeft niet tot een positieve bijdrage aan het historische straatbeeld van de binnenstad geleid. Aan de andere kant is de visuele kwaliteit van blanco steigerdoeken vaak pover. Het voorstel is dus om steigerdoekreclame toe te staan onder voorwaarden die ten dienste staan aan de kwaliteit van het straatbeeld.

B&W-besluit:

1. Het college besluit medewerking te verlenen aan steigerdoekreclame op basis van de voorwaarden die genoemd staan in de paragraaf Afweging van bijlage A.
2. Het college verklaart de richtlijnen in bijlage A van toepassing op steigerdoekreclame.
3. Het college besluit tot het opnemen van een apart tarief voor steigerdoekreclame in de Verordening Precariobelasting.
4. Het college besluit om de hiermee gemoeide extra inkomsten te betrekken bij de bestuursrapportage 2008-1.
5. De betrokkenen ontvangen daags na besluitvorming informatie over dit besluit.
6. De commissies Beheer en Ontwikkeling ontvangen het besluit van het college ter informatie

Steigerdoekreclame in Haarlem

Inleiding

Landelijk is steigerdoekreclame in opkomst. Het laatste jaar valt in de pers met enige regelmaat te lezen hoe deze nieuwe vorm van buitenreclame in de binnenstad van Amsterdam en die van Utrecht ontvangen wordt. In Haarlem is vorig jaar een proef met steigerdoekreclame genomen. Deze nota bevat de evaluatie van de proef en een voorstel voor het in de toekomst te voeren beleid. Het is een toevoeging aan de door het college op 26 juni 2007 vastgestelde nota Reclame in de openbare ruimte.

Evaluatie

Van 21 augustus tot en met 25 september 2006 heeft een reclame voor de Postbank op de hoek van de Grote Markt en de Grote Houtstraat gehangen. Uit de diverse reacties valt een aantal argumenten pro en contra te destilleren.



de proef op de hoek Grote Markt – Grote Houtstraat

Pro: kwaliteitsverbetering. De kwaliteit van steigerdoeken met reclame is hoger dan wanneer er geen reclame op staat. Het aanbrengen van steigerdoeken is een eis vanuit de Arbo-wetgeving. Deze blanco doeken bieden over het algemeen geen florissante aanblik. De adverteerder heeft er echter alle belang bij dat het doek er goed uitziet.

Pro: opbrengsten. De vergoeding die de adverteerder betaalt komt ten goede aan de pandeigenaar en, via precario, aan de gemeente (met de huidige precariotarieven is dat overigens niet meer dan enige duizenden euro's per doek). Mogelijk dat de vergoeding aan de eigenaar een extra impuls geeft aan de renovatie van de gevel.

Contra: ontsierend. De reclame wil naar haar aard opvallen. In de historische binnenstad, waar de gemeente juist een rustiger en herkenbaar straatbeeld nastreeft, misstaat een dergelijk groot reclamevlak dat alle aandacht naar zich toetrekt.

Contra: lichthinder. De aanlichting van het doek kan, afhankelijk van de intensiteit van de verlichting, tot hinder voor eventuele omwonenden leiden. Bovendien past het niet in het streven om zuiniger om te gaan met energie.

Contra: voorbeeldwerking. De gemeente zet al sinds een aantal jaren in op het verbeteren van het aanzien van de winkelstraten door het stimuleren van terughoudende reclame-uitingen. Dit laat zich slecht rijmen met steigerdoekreclame.



blanco steigerdoek



afbeelding van gevel

Afweging

De proef met de Postbankreclame heeft niet tot een positieve bijdrage aan het historische straatbeeld van de binnenstad geleid. Aan de andere kant is de visuele kwaliteit van blanco steigerdoeken vaak pover. De vraag is dus of het mogelijk is om steigerdoekreclame toe te staan, die wél een bijdrage aan de beeldkwaliteit levert. Dit kan onder de volgende voorwaarden:

- In het beschermd stadsgezicht bevat het steigerdoek een afbeelding van de erachter gelegen gevel, waarbij maximaal vijftig procent aan reclameruimte toegestaan is.
- Buiten het beschermd stadsgezicht mag de reclame het gehele steigerdoek beslaan.
- Aanlichting vindt niet na 21.00 uur 's avonds plaats en in het weekeinde niet na 22.00 uur.
- De reclame mag niet eerder aangebracht worden dan bij de start van de werkzaamheden. Bij de beëindiging dient de reclame terstond verwijderd te worden.
- Er mag geen zichtverbinding bestaan tussen meerdere steigerdoeken met reclame.
- Als in het betreffende pand een winkelier gevestigd is, mag daar een bord van 40 bij 80 cm op het steigerdoek hangen om passanten op zijn of haar zaak te wijzen.
- Gezien het lucratieve karakter van deze reclamevorm voor exploitanten, wordt de te heffen precario per vierkante meter verhoogd. Daartoe wordt een apart tarief voor

steigerdoekreclame opgenomen in de tarieventabel van de Verordening Precario-belasting.

- In plaats van handelsreclame mag ook een aankondiging voor een A-evenement of een culturele instelling geplaatst worden. In de tariefstelling zal hier rekening mee gehouden worden.

De bijlage bevat een gedetailleerde opsomming van richtlijnen voor steigerdoekreclame.

Besluit

1. Het college besluit medewerking te verlenen aan steigerdoekreclame op basis van de in de paragraaf Afweging geformuleerde voorwaarden.
2. Het college verklaart de richtlijnen in de bijlage van toepassing op steigerdoekreclame.
3. Het college besluit tot het opnemen van een apart tarief voor steigerdoekreclame in de Verordening Precariobelasting.
4. Het college besluit om de hiermee gemoeide extra inkomsten te betrekken bij de bestuursrapportage 2008-1.

Bijlage. Richtlijnen steigerdoekreclame

1. Steigerdoekreclame is slechts mogelijk tijdens de uitvoering van werkzaamheden aan de gevel van een gebouw waarvoor een steiger noodzakelijk is. Het reclamedoek moet werkelijk dienen ter vervanging van het gebruikelijke steigerdoek. Aan de volgende voorwaarden moet achtereenvolgens worden voldaan:
 - (a) er zijn gevelwerkzaamheden nodig;
 - (b) die werkzaamheden worden daadwerkelijk uitgevoerd;
 - (c) er is een steiger met steigerdoek nodig voor de werkzaamheden aan de gevel;
 - (d) indien sprake is van openbare grond moet voor de plaatsing van de steiger een vergunning voor het innemen van openbare grond verleend zijn.
2. De periode waarin de reclame aan de steiger hangt mag de periode waarin daadwerkelijk werkzaamheden aan de gevel worden uitgevoerd niet overschrijden. Aanvrager dient opgave te doen van de werkzaamheden en de termijn die daarvoor redelijkerwijs nodig is. Deze opgave dient overeen te komen met de termijn die de gemeente denkt dat de werkzaamheden in beslag zullen nemen.
3. Reclamedoeken worden slechts toegestaan als ze door middel van een frame, en niet rechtstreeks, op de steiger wordt aangebracht, en als ze de gehele zijde van de steiger bedekken. De begane grond van de gevel van het gebouw mag vrijgehouden worden en moet worden vrijgehouden indien op de begane grond geen steigerdoek noodzakelijk is voor de werkzaamheden.
4. Als het reclameobject is voorzien van verlichting, mag er geen knipperend of bewegend licht worden verspreid en voor weggebruikers en gebruikers van aanliggende panden geen hinder worden veroorzaakt.
5. Aan de steiger dient ten behoeve van het publiek de aard van de gevelwerkzaamheden en de sponsoring daarvan kort te worden toegelicht.
6. De aanvrager verplicht zich ten alle tijden de reclamedoeken van goede kwaliteit en in goede staat te houden.
7. Burgemeester en wethouders behouden zich het recht voor om, als naar hun oordeel het algemeen belang dat verlangt, of belangen van derden door de aanwezigheid van de reclame onevenredig wordt geschaad, de vergunning in te trekken of daaraan nadere voorwaarden te verbinden.
8. De uiting moet passen binnen de code van de Reclamecodecommissie (waar het gaat over discriminatie, zedelijkheid, geweldsuitingen, dierenwelzijn).
9. Alcoholreclame op steigerdoeken is niet toegestaan.
10. Aan vergunningen kunnen door vergunninghouder en door derden geen rechten worden ontleend, anders dan voor bedoeld gebouw tijdens de in de vergunning vermelde termijn.
11. In probleemsituaties rond verlichting, toezichtcamera etc. is de vergunninghouder verantwoordelijk voor de oplossing en voor de eventuele kosten daarvan.
12. Er mag geen cumulatie in het straatbeeld ontstaan van steigerreclamedoeken