

Collegevoorstel

Titel	Datum
Beantwoording schriftelijke vragen 'reclame voor overspel'.	12-2-2021
Betrokkenen	
Auteur : JC Lagendijk (055 580 2377)	
Afdeling : Ruimtelijk Ontwerp en Realisatie	
Betrokken afdeling(en) : Preventie, toezicht en handhaving	
Portefeuillehouder : W. Willems	
Programmawethouder : n.v.t.	
Behandelwijze	
B&W : Hamerstuk	
Presidium/PMA/Raad : Ja	
Behandelveorstel : Ter kennisname	
Openbaarheid	
Vorstel : Openbaar	
Toelichting : Openbaar	
Bijgevoegde stukken : Openbaar	
Bijgevoegde stukken : Beantwoording schriftelijke vragen 'reclame voor overspel'. openbaar	
Vorstel afdeling	
Schriftelijke vragen van de fractie ChristenUnie en SGP volgens art. 34 Reglement van Orde betreffende Beantwoording schriftelijke vragen 'reclame voor overspel'.	
Vorstel afdeling : • Instemmen met de beantwoording van de schriftelijke vragen zoals verwoord in bijgevoegd document. • Dit besluit ter kennis brengen van de gemeenteraad	
Ter kennisname	

Beantwoording vragen op grond van artikel 34 van het Reglement van Orde van de gemeenteraad.

Vragen van de fractie van: ChristenUnie en SGP

Datum vragen: 19 januari 2020

Onderwerp: Beantwoording schriftelijke vragen 'reclame voor overspel'.

Integrale tekst van de inleiding + vragen:

Schriftelijke vragen aan het college van B&W over Beantwoording schriftelijke vragen 'reclame voor overspel'.

19 januari 2020

Apeldoorn als comfortabele gezinsstad; één van de pijlers onder het Apeldoorns bestuursakkoord en wens van de Apeldoornse gemeenteraad. We willen als politiek voorwaarden creëren voor gezinnen om zo gezond en gelukkig mogelijk te zijn.

In dagblad Trouw stond zaterdag 9 januari 2021 een artikel met de kop 'Overspelreclame in bushokje verbieden? Die oproep klinkt steeds luider' 1.

Dit artikel schrijft over gemeenteraden in het land die besloten hebben dat reclame voor overspel niet in de openbare ruimte van die gemeente thuishoren. Ook is in dit artikel zichtbaar dat de wens om geen reclame te maken voor ontrouw, niet voorbehouden is aan mensen die dit vanuit hun (Christelijke) geloofsovertuiging onwenselijk vinden. Ook een organisatie als het Gezinsplatform heeft ernstig moeite met de manier waarop ontrouw binnen relaties wordt gepropageerd als normaal.

Quote van een relatiedeskundige in dit artikel: 'Elke verleiding begint met iets zien. Door deze reclame in bushokjes te plakken en er publieke zichtbaarheid aan te geven, probeert men het als normaal te laten overkomen. Maar is dat ook zo? (...)'

Wij vinden dat ontrouw in relatie niet normaal is. Publieke promotie hiervan is ongewenst. De waarden die wij vertegenwoordigd zien in trouw (als voorbeeld voor onze kinderen) zijn waarden die als fundament dienen voor een gelukkige en comfortabele gezinsstad.

1. Op welke wijze is reclame op (of zichtbaar vanaf) de openbare weg in beheer?
2. Welke voorwaarden stelt de gemeente aan de uitingen die op deze wijze plaatsvinden?
3. Op welke wijze kan de gemeente en/of de gemeenteraad, invloed uitoefenen op het al dan niet toestaan van genoemde uitingen, bijv. door voorwaarden in de overeenkomst met de exploitant van reclame-uitingen op te nemen?
4. Welke mogelijkheden heeft de gemeente om trouw binnen relaties te promoten?

Beantwoording vragen:

1. Op welke wijze is reclame op (of zichtbaar vanaf) de openbare weg in beheer?

Deze reclame, waarvoor de gemeente inkomsten verwerft, bevindt zich in ABRI's (bushokje) en MUPI's (reclameborden aan lichtmasten) en wordt beheerd door de firma JC Decaux. Dit bedrijf onderhoudt de ABRI's en MUPI's. Schade en/of vandalisme is voor rekening van JC Decaux. Het onderhoudsniveau maakt deel uit van het contract met JC

2. Welke voorwaarden stelt de gemeente aan de uitingen die op deze wijze plaatsvinden?

Deze voorwaarden luiden als volgt

Het is niet toegestaan reclames aan te brengen die een politiek() of religieus karakter dragen of waarvan de tekst of de voorstelling in strijd zou zijn met de goede zeden of openbare orde.*

Zodra JC Decaux zich redelijkerwijs zou moeten afvragen of de tekst in strijd is met de goede zeden of de openbare orde, is JC Decaux verplicht dit voor te leggen aan de gemeente.

() Politieke campagne met verkiezingen worden onder voorwaarden toegestaan: uitingen moeten neutraal zijn (mag geen politieke voorkeur uitstralen) en men mag een andere partij niet negatief wegzetten.*

Overigens dienen reclame uitingen te voldoen aan de regels uit de Reclame Code. De Reclame Code Commissie oordeelde in 2013 en ook in 2017 dat de reclames van datingwebsite Second Love niet in strijd zijn met het maatschappelijk fatsoen.

3. Op welke wijze kan de gemeente en/of de gemeenteraad, invloed uitoefenen op het al dan niet toestaan van genoemde uitingen, bijv. door voorwaarden in de overeenkomst met de exploitant van reclame-uitingen op te nemen?

In het algemeen verbieden van dit type reclame is juridisch niet houdbaar. Op reclame in ABRI's (bushokje) en MUPI's (reclameborden aan lichtmasten) kan invloed worden uitgeoefend via voorwaarden in de contracten zoals hiervoor genoemd. Overigens is het college van mening dat elke aandacht, dus ook deze vragen, het doel van uw vragen niet steunt. Deze aandacht levert reclamemaker wellicht meer op dan de reclame zelf.

4. Welke mogelijkheden heeft de gemeente om trouw binnen relaties te promoten?

Hiervoor zijn verschillende mogelijkheden denkbaar maar het college vindt dit geen taak voor de gemeente.