

## **Beleidsregel reclame geplaatst in de openbare ruimte/zichtbaar vanuit de openbare ruimte op grond van artikel 2:10 en artikel 4:16 Algemene Plaatselijke Verordening**

Burgemeester en Wethouders van Enschede, gelezen het voorstel van domein Fysiek van 23 april 2019;

Gelet op het bepaalde in de Algemene wet bestuursrecht, de Gemeentewet en de artikelen 2:10 en 4:16 van de Algemene Plaatselijke Verordening;

Besluit:

vast te stellen de navolgende Beleidsregel 'beleid reclame geplaatst in de openbare ruimte/zichtbaar vanuit de openbare ruimte'

### **1. Inleiding**

In 2008 is het beleid voor reclame in de openbare ruimte opgesteld. Inmiddels zijn er veel nieuwe vormen van reclame bijgekomen die het nodig maken ons opnieuw te oriënteren wat we als stad willen en daarmee het bestaande beleid te actualiseren.

De zorg voor de dagelijkse leefomgeving is een belangrijk aspect van het gemeentelijke beleid. Reclame beïnvloedt het beeld en de beleving van de leefomgeving in een stad. Daarnaast kan het ook het gedrag van verkeersdeelnemers beïnvloeden. Het is dus zaak het belang van een kwalitatief hoogwaardige en veilige leefomgeving af te wegen tegen de behoefte van adverteerders om reclame te maken in die openbare ruimte. Het is voor het bedrijfsleven en de werkgelegenheid van belang dat bedrijven in staat gesteld worden reclame te maken. Naast het in Enschede gevestigde bedrijfsleven hebben ook culturele organisaties en instellingen behoefte aan voldoende mogelijkheden om hun activiteiten onder de aandacht van het publiek te brengen. Dit vraagt dus om een integraal afwegingskader, waarbij enerzijds de belangen van de zijde van adverteerders dienen te worden afgewogen en anderzijds het publieke belang voor wat betreft de inrichting, veiligheid en kwaliteit van de openbare ruimte.

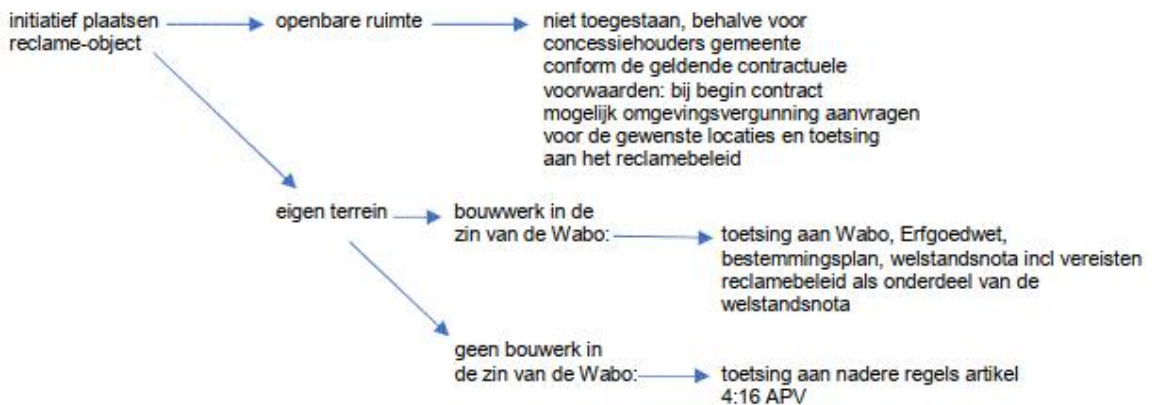
Om te komen tot een integraal afwegingskader zijn in dit reclamebeleid algemene richtlijnen opgesteld voor het maken van reclame in de openbare ruimte. Zo willen we borgen, dat reclame de sociale, economische en ruimtelijke kwaliteit van de stad ondersteunt. Het doel is reclame met de juiste kwaliteit en in de juiste kwantiteit te bevorderen zodat enerzijds het bedrijfsleven bediend wordt in haar behoeftes en dat anderzijds de behoefte van inwoners aan een kwalitatief hoogwaardige leefomgeving geborgd is.

### **2. Juridische grondslag**

Het plaatsen van reclame valt onder de artikelen 2:10 en 4:16 van de Algemene Plaatselijke Verordening (APV). Op grond van dit artikel is het mogelijk nadere regels op te stellen voor het plaatsen van reclame in de openbare ruimte of die zichtbaar is vanuit de openbare ruimte. In bepaalde gevallen is het mogelijk om vergunningsvrij reclameobjecten te plaatsen. De criteria hiervoor zijn opgenomen in paragraaf 3.2.4. Echter kan er vanuit landelijke regelgeving (Wet algemene bepalingen omgevingsrecht) toch een vergunningplicht gelden indien een (handels)reclame object wordt aangemerkt als bouwwerk. Tijdelijke objecten zoals uitstallingen van diverse aard vallen niet onder dit beleid, maar worden getoetst aan het uitstallingenbeleid van de gemeente Enschede.

### **3. Soorten reclame**

Er kan onderscheid worden gemaakt tussen diverse soorten reclame. Deze vallen uiteen in grofweg drie categorieën. Reclame aan gebouwen (gevelreclame), reclame in de openbare ruimte (geplaatst in of op gemeentegrond) en reclame zichtbaar vanuit de openbare ruimte (niet zijnde gevelreclame). Deze vormen van reclame worden hieronder toegelicht. Voor elk van deze soorten reclame wordt aan diverse kaders/beleid getoetst. Dit is in het onderstaande schema weergegeven.

Stroomschema: aanvragen plaatsen reclame

### 3.1 Gevel reclame en reclame/naamsvermelding op eigen terrein

Het plaatsen van reclame op eigen terrein wordt niet toegestaan, tenzij aan de geldende welstandsvereisten wordt voldaan. Voor het onderdeel welstand zijn criteria opgenomen in de "themafolder reclame en naamsvermelding welstandsnota Enschede". Ook voor diverse gebiedssoorten zijn welstandscriteria geformuleerd. Deze worden in dit document niet nogmaals expliciet benoemd. Deze zijn na te lezen op de gemeentelijke website [www.enschede.nl](http://www.enschede.nl) (tip: hier kan dan bij de zoekfunctie "welstandsnota, worden ingevoerd om deze criteria te bekijken, die zich bevinden onder het tabje "bijzonderheden" op de website).

Specifiek voor LED/digitale-reclame op eigen terrein worden nog een aantal aanvullende criteria gehanteerd. Naast het feit dat voor deze reclamesoort meestal een omgevingsvergunning nodig is, gelden de volgende aanvullende regels. Een reclamezuil dient een functionele relatie te hebben met het gebouw waaraan of in de buurt waarvan het geplaatst wordt. Solitaire zuilen op eigen terrein enkel met het oogmerk om reclame voor derden te maken zijn niet toegestaan. De reclamezuil dient zich goed te verhouden tot de schaal van de omringende gebouwen en neutraal van kleur te zijn. Daarbij geldt dat geen reclame voor derden mag worden gemaakt met uitzondering voor bedrijven die zich binnen een radius van 1000 meter van de reclamezuil bevinden en op hetzelfde bedrijventerrein zijn gevestigd als degene die het reclameobject geplaatst heeft. Hiermee wordt beoogd een veelheid aan LED schermen en daarmee verrommeling van de openbare ruimte tegen te gaan.

Het reclameobject mag uitsluitend wisselende statische beelden tonen. Bewegende en/of opeenvolgende beelden (zoals bij video-/filmopnames) zijn dus niet toegestaan. Bij het wisselen van beelden geldt een minimale overlooptijd van 10 seconden tussen beelden, de richtlijnen van de NSVV (richtlijn lighthinder 2017 of opvolgende versies) zijn van toepassing, het reclameobject mag tussen 22.30 en 07.00 uur niet verlicht zijn, het reclameobject mag niet binnen 40 meter van een kruising van wegen geplaatst worden. Tevens mag de verkeersveiligheid niet nadelig beïnvloed worden. Reclame voor derden is niet toegestaan enkel reclame voor het eigen bedrijf of indien het een bedrijventerrein betreft, reclame voor de aldaar gevestigde bedrijven. In geval van plaatsing van een reclameobject bij een complexe verkeerssituatie, wordt dit situationeel beoordeeld.

Is er bij reclame op eigen terrein sprake van een constructie die niet wordt aangemerkt als bouwwerk in de zin van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht, dan is geen vergunning nodig, maar gelden de nadere regels voor handelsreclame zoals vermeld in paragraaf 3.2.4.

### 3.2 Reclame in de openbare ruimte

Reclame plaatsen in de openbare ruimte (gemeentegrond) is onder voorwaarden toegestaan. Zie wederom het bovenstaande schema op de vorige pagina. De gemeente heeft met een aantal reclame-exploitanten overeenkomsten gesloten. Deze exploitanten mogen beperkt reclame maken in de openbare ruimte. Particuliere of bedrijfsmatige initiatieven, dienen dus via deze exploitanten te lopen. De reden hiervoor is reclame in de openbare ruimte mogelijk te maken, maar te voorkomen dat er door een teveel aan reclame verrommeling van diezelfde openbare ruimte optreedt. Reclame in de openbare ruimte door particulieren of individuele bedrijven(terreinen) is daarom niet toegestaan.

Voor dit onderwerp blijven we dezelfde uitgangspunten hanteren als in voorgaande jaren. We staan reclame in de openbare ruimte toe via een aantal reclame-exploitanten waarmee contractuele afspraken zijn gemaakt. Dit maakt meerdere reclamevormen mogelijk (mupi, vitrine, A0, abri en lichtmastreclamebakken) en garandeert dat er geen verrommeling optreedt in diezelfde openbare ruimte. Ook willen we LED en andere innovatieve technieken toestaan, maar dan wel onder de voorwaarde dat dit via concessies wordt gegund aan professionele reclame-exploitanten. Voor reclameobjecten met LED of andere soorten digitale technieken gelden dezelfde aanvullende voorwaarden als bij LED reclame op eigen terrein, behalve dat hier wel reclame voor derden is

toegestaan. Voor de volledigheid wordt nog opgemerkt dat we bij digitale vormen van reclame het uitgangspunt hanteren dat deze niet geplaatst mogen worden binnen 40 meter van een kruising van wegen. Voor de huidig geplaatste reclameobjecten die op dit moment niet digitaal zijn wordt een minimale afstand van 20 meter van een kruising van wegen gehanteerd. In geval van plaatsing van een reclameobject bij een complexe verkeerssituatie, wordt dit situationeel beoordeeld.

### 3.2.1 Onderlinge afstand en keuze per gebiedssoort

Indien diverse soorten reclame-uitingen binnen hetzelfde wegvak worden geplaatst geldt een minimale tussenaafstand voor het plaatsen van deze reclame-uitingen. De onderlinge afstand tussen diverse soorten reclame-uitingen moet in het binnenstedelijk gebied tenminste 50 meter bedragen. In het gebied buiten de bebouwde kom gebied wordt deze norm op 250 meter gesteld. Dit geldt niet voor A0-reclame aan lichtmasten en lichtmastreclamebakken. Deze mogen aan dezelfde lichtmast bevestigd worden. Voor reclame in de openbare ruimte gelden nog een aantal aanvullende specifieke toetsingscriteria om reclame al dan niet toe te staan (zie bijlage 1). Ook is een keuze gemaakt in welke gebieden we deze vormen van reclame toestaan en is tevens per reclamesoort een maximum plaatsbaar aantal voor de gehele stad opgenomen (zie bijlage 2)<sup>1</sup>.

### 3.2.2 Reclame aanbrengen door bedrijven/particulieren

Het bovenstaande brengt met zich mee dat we het aanbrengen van reclamevormen door particulieren, individuele ondernemers, verenigingen e.d. in de openbare ruimte niet toestaan. Hier geldt echter wel een uitzondering en dat betreft spandoeken voor ideële doeleinden. Deze worden in uitzonderlijke gevallen toegestaan als daarmee een publiek belang wordt gediend (denk bijvoorbeeld aan de campagne "wij gaan weer naar school" ter bevordering van de verkeersveiligheid). Voor andere ideële uitingen (bijvoorbeeld tijdens verkiezingen, overige vormen van vrijheid van meningsuiting) zijn er in Enschede plakzuilen geplaatst waar vrij aangeplakt mag worden. Commerciële reclame op deze zuilen plakken is niet toegestaan.

Een andere uitzondering voor het mogen maken van reclame betreft de spandraden in het stadserf van Enschede. Deze waren oorspronkelijk bedoeld voor het aanbrengen van sfeerverlichting in de kerstperiode. Gaandeweg is echter gebleken dat deze onder bepaalde voorwaarden ook geschikt zijn om de stad tijdens evenementen sfeervol aan te kleden. In dat kader zijn afspraken gemaakt met de Stichting Enschede Promotie om te bepalen in welke gevallen en onder welke voorwaarden de spandraden mogen worden gebruikt. Andere uitingen aan spandraden dan wel het aanbrengen van uitingen door derden anders dan (onder regie van) Enschede Promotie zijn niet toegestaan. Dit vanuit veiligheidsoogpunt (te veelvuldige belasting voorkomen) en het behoud van de beeldkwaliteit in het stadserf.

### 3.2.3 Digitale reclame

Het is de verwachting dat de huidige reclamevormen op lange termijn geleidelijk zullen verdwijnen waarbij digitale technieken (LED/projectie via licht) de boventoon gaan voeren. We willen ruimte bieden aan dit soort initiatieven van reclame-exploitanten, maar dan in eerste instantie op pilot basis vanwege de impact die deze reclamevormen kunnen hebben op het verkeer en omwonenden. De keuze of een vernieuwende/innovatieve vorm van reclame op pilot basis wordt toegestaan zal bij voorkeur in de vorm van vroegtijdig vooroverleg met de diverse betrokken gemeentelijke vakafdelingen plaatsvinden. Hiertoe behoren in ieder geval de disciplines stadsdeelbeheer/-management, vergunningen, stedenbouw, reclamebeleid, ondernemersloket en verkeer).

Het toestaan van LED technieken in de openbare ruimte zal via een aanbestedingsprocedure vorm krijgen (waarbij dus wordt uitgegaan van het plaatsen op pilotbasis). Dit vanuit het oogpunt van transparantie bij het gunnen van overheidsopdrachten. Echter als geldende contractuele bepalingen met concessiehouders hiertoe ruimte bieden en zowel gemeente als concessiehouder tot overeenstemming komen kan hiervan worden afgeweken. Bij het plaatsen van digitale reclame in de openbare ruimte zoals LED schermen wordt uitgegaan van een maximum van 10 stuks. Het principe om eerst op pilotbasis te plaatsen heeft ermee te maken dat deze vorm van reclame een grotere invloed heeft op de omgeving dan conventionele reclame en we hier als gemeente eerst ervaring mee willen opdoen.

### 3.2.4. Handelsreclame

Het gaat hier om commerciële reclame aan gevels, waarvoor geen (omgevings)vergunning vereist is. In 2018 is besloten deze vorm van reclame te dereguleren om zo de regeldruk voor bedrijven te verminderen. De detailvoorwaarden staan hieronder vermeld.

#### Begripsomschrijvingen:

1. Buitenreclame: alle vanaf de openbare weg zichtbare reclame.

<sup>1</sup>.)Recente jurisprudentie aangaande het niet mogen beperken van vergunningen voor concessies zou hier in de toekomst van invloed kunnen zijn, waardoor dit systeem mogelijk heroverwogen moet worden.

2. Reclame: het openbaar aanprijzen van producten, (bedrijfs)gebouwen, diensten en namen door middel van (verlichte) opschriften, logo's, afbeeldingen en schermen met naar buiten tredend licht.
3. Bouwwerk: een constructie die dusdanig wordt aangemerkt in de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht.
4. Bedrijf: een organisatie van mensen en middelen met als doel het leveren van producten of het verlenen van diensten aan andere organisaties of particulieren. De term bedrijf wordt in dit beleid gebruikt voor alle ondernemingen, instellingen en andere organisaties (met of zonder winstoogmerk).
5. Gebieden met een Hoge beeldregie: gebieden zoals aangegeven op de kaart 'kwaliteit voor Enschede' zoals geplaatst op de gemeentelijke website:  
<https://enschede.maps.arcgis.com/apps/SimpleViewer/index.html?appid=b8f66405444f4b388da868a0224b9895>
6. Uitstalling: een los voorwerp geplaatst op de openbare weg voor een (on)roerende zaak, dat een onmiskenbare relatie heeft met de bedrijfsactiviteiten van het in de (on)roerende zaak gevestigd bedrijf.
7. Raamsticker: een reclame-uiting welke aan de binnenzijde van een raam wordt geplakt.

#### Uitgangspunten:

1. Reclames dienen bescheiden te worden toegepast en moeten een eenheid vormen met de architectuur van de (on)roerende zaak.
2. De reclame heeft een directe relatie met de activiteit die in de (on)roerende zaak wordt uitgevoerd.
3. Voor bedrijfsverzamelgebouwen en overdekte winkelcentra geldt dat de namen van de verschillende bedrijven dienen te worden aangebracht op gemeenschappelijke reclamedrager(s).
4. Reclame mag alleen worden aangebracht op de bedrijfsgevel en niet op de gevel van bijvoorbeeld een bovengelegen woning (tenzij het een banier betreft).
5. Het gevelvlak tussen de begane grond en de eerste verdieping mag, om een visuele scheiding tussen de bouwlagen te voorkomen, niet helemaal bedekt worden met reclame.
6. De reclame is zodanig dat de verkeersveiligheid niet in gevaar wordt gebracht of dat ernstige hinder ontstaat voor de omgeving.
7. Hinder door geluid voor omliggende (on)roerende zaken is niet toegestaan. Wie in een (on)roerende zaak met buitenreclame woont of werkt, danwel omwonenden die in de nabijheid van het reclameobject wonen mogen daar geen overlast van ondervinden. Om dit punt objectief te kunnen bepalen wordt verwezen naar de geluidsnota van de gemeente Enschede. Enige andere vorm van hinder of overlast veroorzaakt door het reclameobject is niet toegestaan.
8. Per (on)roerende zaak is de volgende reclame toegestaan:
  1. maximaal één evenwijdig aan de gevel aangebrachte reclame die voldoet aan de volgende voorwaarden:
    - a. geplaatst in de zone tussen begane grond en onderkant kozijn van de eerste verdieping en minimaal 50 cm uit de zijkant of hoek van het gebouw
    - b. binnen het gebied met een hoge beeldregie mag de reclame alleen bestaan uit losse letters en/of een logo.
  2. maximaal één haaks op de gevel geplaatste reclame die bestaat uit en voldoet aan:
    - a. een uithangbord met de maximale afmeting van 0,5m<sup>2</sup>; of
    - b. een banier die maximaal 70 cm uit de gevel steekt en een maximale afmeting van 1,0 m<sup>2</sup>.
  3. Naast reclame uit sub 1 en 2 is de volgende reclame toegestaan:
    - a. raamstickers tot maximaal 20 % van de glasoppervlakte van de totale gevel, waarbij de raamsticker(s) minimaal 150 mm afstand tot het kozijn heeft of hebben en deze aan de binnenzijde van het raam of ramen wordt of worden aangebracht.
    - b. één vlag, met een maximale stoklengte van 1 meter en een maximale afmeting van 0,5 m<sup>2</sup>.
    - c. een naambord bij een bedrijf, niet zijnde detailhandel, met een maximaal oppervlakte van 0,5 m<sup>2</sup>.
  4. Voor de reclame uit sub 2 en sub 3 onderdelen b en c geldt dat de vrije hoogte (tussen maaiveld en onderzijde reclame) zodanig is dat de weggebruiker geen hinder van de reclame ondervindt.
9. Een lichtreclame voldoet aan de richtlijnen ter voorkoming van lichthinder die de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde heeft opgesteld.
10. Een lichtreclame moet tussen 23.00 en 07.00 uur uitgeschakeld zijn, met uitzondering van lichtreclames voor horecabedrijven.
11. Schermen met uitredende verlichting moeten altijd dimbaar zijn. Beelden mogen overvloeiende effecten kennen met een frequentie niet lager dan 10 seconden.

12. Uitgezonderd van deze Nadere regels zijn:

- reclames die aangemerkt worden als het bouwen van een bouwwerk in de zin van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht, gebouwen die in het bestemmingsplan zijn aangemerkt als bouwwerk dat cultuurhistorisch waardevol is of bouwwerken die vallen onder de werkingssfeer van de Erfgoedwet;
- reclames die aangemerkt worden als een uitstalling in de zin van het uitstallingsbeleid van de Gemeente Enschede.

Mogelijkheid tot ontheffing:

Op grond van een gemotiveerd verzoek kan het college, op grond van onder meer de specifieke situatie van het pand, de transparantie van een reclame-uiting of de vorm ervan, een ontheffing van deze Nadere regels verlenen.

**3.2.5 Overige nieuwe reclamesoorten**

Voor reclameobjecten buiten de bestaande reclamesoorten, die al in Enschede voorkomen (in bijlage 2 vallend onder de categorie "overige borden") wordt een terughoudend beleid gehanteerd. Nieuwe vormen van reclame moeten ten opzichte van het huidig aanwezige areaal aan reclame-uitingen een duidelijk toegevoegde waarde bieden. Het toestaan van dergelijke reclame zal via een aanbestedingsprocedure vorm krijgen. Dit vanuit het oogpunt van transparantie bij het gunnen van overheidsopdrachten, tenzij contractuele bepalingen met concessiehouders hiertoe ruimte bieden en zowel gemeente als concessiehouder tot overeenstemming komen.

Onder deze categorie reclame valt ook een reclamevorm die de laatste jaren in opkomst is. Het gaat hier om reclame op stoeptegels, waarbij met een sjabloon en hogedruk reiniger/ of krijtachtige substanties een reclame op stoeptegels kan worde aangebracht. De ervaring leert dat indien dit wordt toegestaan er vermeerderd algenvorming optreedt. Daarom willen we dit niet toestaan. Enerzijds vanwege veiligheidsaspecten, anderzijds omdat daarmee de onderhoudskosten voor de openbare ruimte toenemen.

**4. Hardheidsclausule**

Burgemeester en wethouders kunnen van het bepaalde bij of krachtens deze beleidsregel afwijken voor zover de toepassing daarvan gevolgen zou hebben die wegens bijzondere omstandigheden onevenredig zijn in verhouding tot de met de bepalingen te dienen doelen.

*Vastgesteld door Burgemeester en Wethouders van Enschede op 23 april 2019,*

*de loco-secretaris, drs. E.A. Smit*

*de burgemeester, dr. G.O. van Veldhuizen*

## Bijlage 1. Specifieke toetsingscriteria voor reclame geplaatst in de openbare ruimte (reclame door reclame-exploitanten met wie de gemeente een concessie is overeengekomen).

<i>Verkeersveiligheid</i>	<i>Ruimtelijke kwaliteit</i>	<i>Lichtuitstraling</i>
Reclame-object moet dusdanig van aard zijn dat het zicht van verkeersdeelnemers op verkeerssituaties niet belemmerd wordt.	Reclame-uitingen moeten 90% van de tijd schoon zijn.	In geval van hinderlijke lichtuitstraling kan een beperking van lichtuitstraling en/of tijdsduur worden geëist, wanneer het woongenot van panden in de nabijheid van het reclameobject nadelig wordt beïnvloed. Er geldt een grenswaarde voor de maximaal toegestane gemiddelde oppervlakteluminantie van reclameborden en -objecten zoals aangegeven in de betreffende richtlijnen van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde (NSVV).
Reclame-object mag niet conflicteren met kleurstelling bebording of verkeerslichten/lichtsignalen	De verlichting van reclame-objecten werkt 90% van de tijd.	
Knipperende, bewegende opvolgende beelden en/of (dag)lichtreflecterende reclame is niet toegestaan	Schades worden uiterlijk binnen 72 uur gerepareerd. Bij gevaarzetting dienen schades onmiddellijk te worden gerepareerd zodat geen verdere gevaarzetting kan optreden.	
Reclame mag het wegbeeld niet dusdanig vervormen dat het wegverloop door verkeersgebruikers niet (goed) kan worden ingeschat	Reclame moet passend zijn in het beeld van de betreffende locatie/overeenstemmen met criteria voor beeldregie voor het betreffende gebied	
Reclame mag het zicht niet onttrekken van belangrijke verkeersinformatie (bebording)	Reclame aan gebouwen moet passen binnen de bepalingen opgenomen in het bestemmingsplan	
Reclame mag niet binnen een afstand van 20 meter gemeten vanuit het hart van een kruispunt geplaatst worden. Voor digitale vormen van reclame geldt een minimale afstand van 40 meter vanuit het hart van een kruispunt.	Reclame moet passen binnen de criteria zoals vermeld in de welstandsnota	
Reclame mag uitsluitend haaks op de rijrichting geplaatst worden (tussen de 60 en 90 graden ten opzichte van de rijrichting). Parallel aan de rijrichting geplaatste reclame is niet toegestaan	Reclame mag geen verstorend effect op de flora en fauna hebben (rechtstreeks vanuit de Wet natuurbescherming, hier voor de volledigheid meegenomen)	
Indien sprake is van wisselende beelden op de reclame-uiting, moet de tussentijd tussen deze wisselende beelden minimaal 10 seconden bedragen.		
De reclame mag geen geluid of trillingen voortbrengen.		

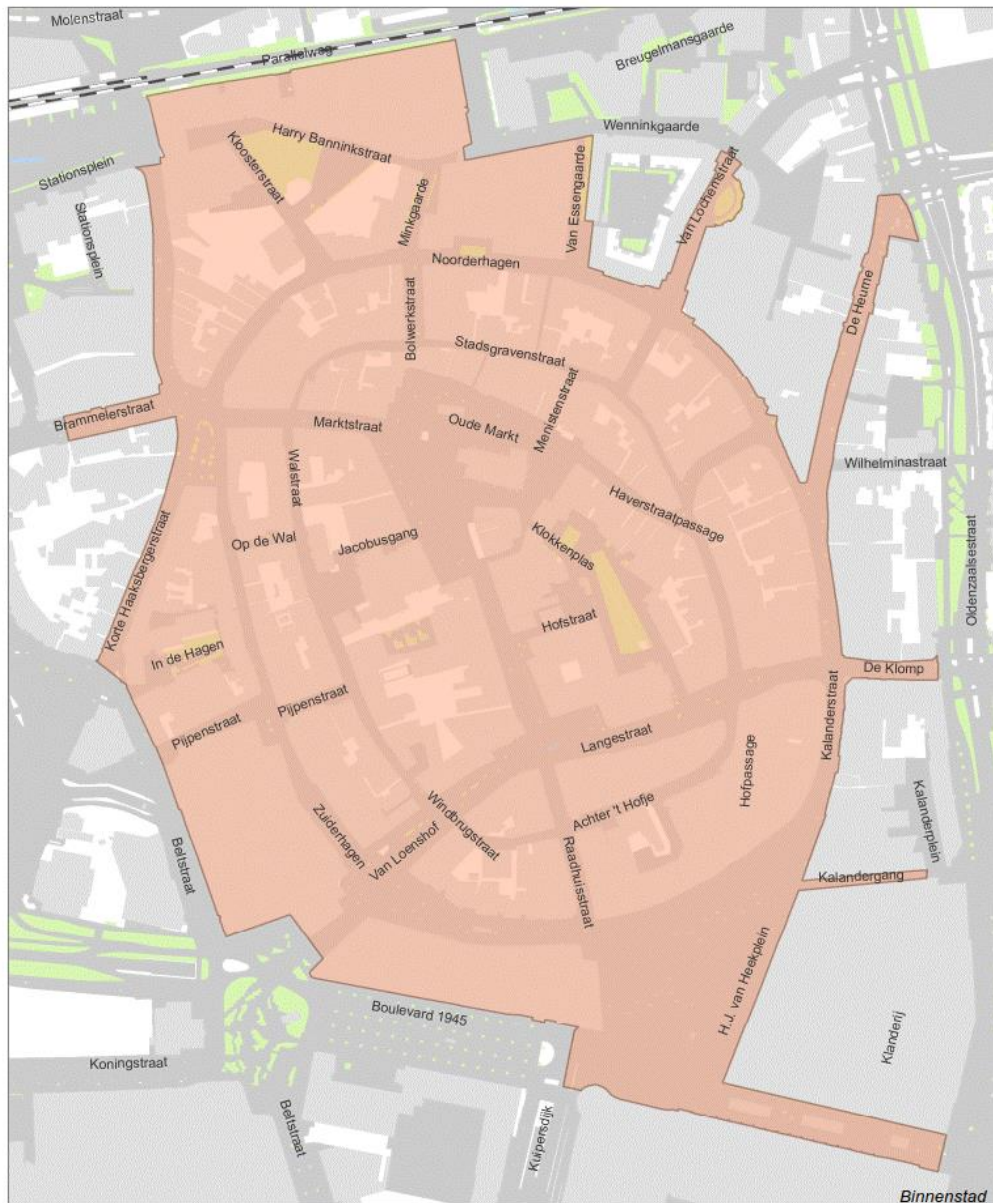
## Bijlage 2: Reclame in de openbare ruimte in concessie door de gemeente aan reclame-exploitanten gegeven: gebiedsgerichte criteria

		Hoofd- infra	Verblijfs- gebied	Stads- erf	Buiten- gebied	Winkel- centra	Gebied binnen de singels excl. stadserf
Abri's: bushalte met schuilgelegenheid voor passagiers	Maximaal 220 stuks	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Lichtmastreclamebakken	Maximaal 200 stuks	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Ja
A0-reclame aan lichtmasten	Maximaal 220 stuks	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja	Ja
Billboard: verlichte reclamevitriene van 8m <sup>2</sup>	Maximaal 15 stuks	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Beperkt
Mupi's: verlichte reclamevitriene van 2m <sup>2</sup>	Maximaal 125 stuks	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Beperkt
Stadsklokken (al dan niet voorzien van reclame)	Maximaal 12 stuks	Ja	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja
Plakzuilen voor ideële uitingen	1 per 10.000 inwoners	Ja	Ja	Ja	Nee	Ja	Ja
LED schermen en andere vormen van digitale reclame	Maximaal 10 stuks	Ja, mits niet in strijd met <del>welstandsnota</del>	Nee	Nee, tenzij geen strijd met de <del>welstandsnota</del>	Nee	Beperkt, tenzij geen strijd met <del>welstandsnota</del>	Beperkt, tenzij geen strijd met <del>welstandsnota</del>
Stoeptegelseclame	Geen	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee
Spandoeken voor ideële reclame	Zeer beperkt mogelijk, enkel bij uitzondering voor ideële reclame	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee
Bewegwijzering voorzien van reclame	Zo beperkt mogelijk, enkel als de situatie hierom vraagt	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Ja
Overige reclamevormen	Zo beperkt mogelijk, enkel als de situatie hierom vraagt en de reclame een toegevoegde waarde heeft	Beperkt	Beperkt	Beperkt	Nee	Beperkt	Beperkt







Voor het plaatsen van reclameobjecten in de Gemeente Enschede wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende locaties. Er worden 6 categorieën onderscheiden te weten:

1. Hoofdinfrastructuur: alle wegen binnen de bebouwde kom waar een snelheidsregime geldt van 50 km per uur.(of meer), regime NSVV 2017: lichthinderzone stedelijk gebied E3 of industriegebied E4.
2. Verblijfsgebieden: alle wegen binnen de bebouwde kom waar een snelheidsregime geldt van max. 30 km per uur ), regime NSVV 2017: lichthinderzone stedelijk gebied E3
3. Stadserf: zie kaart 2A, regime NSVV 2017: lichthinderzone stadscentrum E4.
4. Buitengebied: het gebied buiten de bebouwde kom zoals aangemerkt in de Wegenverkeerswet), regime NSVV 2017 :lichthinderzone landelijk gebied E2 of natuurgebied E1.
5. Winkelcentra: locaties binnen de bebouwde kom waar zich meer dan 5 ondernemers op een punt gevestigd hebben, regime NSVV 2017: lichthinderzone stedelijk gebied E3
6. Gebied binnen de singels: zie kaart 3B , regime NSVV 2017: lichthinderzone stedelijk gebied E3 of lichthinderzone stadscentrum E4.

## Bijlage 2A Gebied stadserf



**Legenda**

 Gebied Stadserf	 wegen
 bebouwing	 water
 spoorlijn	 groenvoorziening

0 20 40 meter

bronnen: Gem. Enschede (VastgoedInformatie, Technisch Advies & Gegevensbeheer), Kadaster



**Reclamebeleid Stadserf**

30 juli 2018

**Gemeente  Enschede**  
DV-ISC-VastgoedInformatie



Bijlage 2B Gebied binnen de singels excl. Stadserf

