

Beleidsregel van de gemeenteraad van de gemeente Den Helder houdende regels omtrent reclamenota bedrijven in beeld

De raad van de gemeente Den Helder;

gelezen het raadsvoorstel nummer RVO12.0169 van het college van burgemeester en wethouders van Den Helder van 24 april 2012;

kennis genomen hebbende van de voorbereidende commissievergadering Stadsontwikkeling en -beheer op 21 mei 2012;

besluit:

1. de reclamenota "Bedrijven in Beeld" (versie april 2012) vast te stellen;
2. de gewijzigde welstandsparagraaf "reclameuitingen" (paragraaf 2.6 van de welstandsnota van de gemeente Den Helder) vast te stellen.

Aldus besloten in de raadsvergadering
Van 4 juni 2012.

voorzitter
Koen Schuiling

griffier
mr. drs. M. Huisman

Samenvatting en conclusie

Reclame is er altijd geweest. Reclame is "een openbare aanprijzing om de afzet van goederen en diensten te bevorderen", zegt de Dikke van Dale. Reclame betekent opvallen en in de huidige economie is de (buiten)reclame een onverbreekelijk onderdeel van het economische systeem waaraan gigantische bedragen worden besteed. Goede reclame wordt ervaren als een weldadige bijdrage aan de samenleving. Door te grote, te veel, te lelijke en op verkeerde plaatsen aangebrachte reclame gaat het visuele milieu er echter aanzienlijk op achteruit. In het algemeen wordt het dan ook als gewenst beschouwd om het aanbrengen van buitenreclame te reguleren.

De huidige reclame(borden)nota is gedateerd (1996). Sindsdien hebben er diverse wijzigingen plaatsgevonden, onder andere is door de raad in mei 2004 de welstandsnota vastgesteld (gewijzigd vastgesteld januari 2010). De welstandscriteria zijn van groot belang op de mogelijke reclame-uitingen in de bebouwde kom. Zij vormen het toetsingskader waarbij de reclame wordt beoordeeld op zijn uiterlijk in relatie met de directe omgeving. Hiernaast is de gemeente druk bezig met de stedelijke vernieuwing (Stadshart) alsmede met de ontwikkelingen in Julianadorp en in Nieuw Den Helder. Als laatste is er de wens tot deregulering binnen de gemeente.

De thans voorliggende reclamenota is een kader te vormen voor de beoordeling van reclameaanvragen die recht doen aan de architectuur van de bebouwde omgeving, alsook om wildgroei tegen te gaan en aan degenen die een reclame-uiting willen plaatsen vooraf meer duidelijkheid te geven in het gemeentelijk beleid. In de eerste plaats zijn er algemene criteria opgenomen waaraan elke reclame-uiting moet voldoen. Daarnaast is het grondgebied van Den Helder in verschillende gebieden onderverdeeld, waarbij per gebied criteria zijn genoemd waaraan een reclame-uiting moet voldoen. De gebiedsindeling is: Woongebieden, Winkelcentra, Binnenstad, Bedrijventerreinen, Beschermd stads- en dorpsgezicht en monumenten (incl. Willemsoord), Sportterreinen, Buitengebied en Overgangsgebieden-Verbindingsassen. Ook zijn richtlijnen opgenomen ten aanzien van objecten zoals de tijdelijke reclameobjecten en voor de permanente vaste reclameobjecten, maar ook voor de pompstations. Uitgangspunt voor het toepassen van de richtlijnen is een totaalverbod voor reclame-uitingen. Dat wil zeggen dat in beginsel alle vormen van reclame zijn verboden, tenzij voldaan wordt aan procedure- en vormvoorschriften voor de in deze nota beschreven vormen van reclame. Bewegwijzering, uitstallingen alsmede terrassen

vallen buiten dit beleid. De laatste twee zijn al geregeld in een aparte nadere regels die zijn vastgesteld door het college.

Voor het aanbrengen van reclame-uitingen is een vergunning van het college van burgemeester en wethouders nodig. Voordat die vergunning kan worden verleend, moet de aanvraag altijd worden getoetst aan redelijke eisen van welstand/het reclamebeleid. De vergunningplicht is geregeld in de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht:

- a. Artikel 2.1 lid 1 onder a: voor de activiteit bouwen, hetgeen meestal het geval is als er een reclame aan een gevel wordt bevestigd of een reclamezuil wordt geplaatst;
- b. Artikel 2.2 lid 1 onder h en i: voor een activiteit die behoort tot een bij algemene maatregel van bestuur aangewezen categorie activiteiten die van invloed kunnen zijn op de fysieke leefomgeving, zijnde in het geval van reclame de APV. Hetgeen van toepassing is bij het aanbrengen reclame die niet omgevingsvergunningplichtig is voor de activiteit "bouwen" en niet vergunningsvrij is op grond van de APV.

Beide mogelijk in combinatie met een omgevingsvergunning "monumenten" wanneer de reclame-uiting aan of op een beschermd monument wordt geplaatst danwel in een beschermd Stads- en Dorpsgezicht.

Wanneer in afwijking van een vergunning of zonder de benodigde vergunning wordt gehandeld, heeft de gemeente de beginselplicht om handhavend op te treden. De capaciteit is hiervoor beperkt, maar wordt geleidelijk uitgebreid gelet op het voornemen in de voorjaarsnota van 2008. Alleen als de gemeente ook consequent haar eigen beleid handhaaft, zal een ondernemer/opdrachtgever ook naar het nieuwe beleid gaan handelen. Zo niet dan zal het beleid verzanden.

Als de richtlijnen en criteria voor de toelaatbaarheid van reclame-uitingen zijn vastgelegd, dan kunnen nieuwe aanvragen en ook veranderingen aan bestaande reclames getoetst worden aan deze richtlijnen. Datzelfde geldt ook voor nu al aanwezige reclame zonder vergunning. Voor bestaande gevelreclames zonder een vergunning die niet passen binnen het nieuwe beleid zal bij handhavingsprocedures rekening

worden gehouden met de termijn dat de reclame-uiting al aanwezig is. Na die periode dienen ook deze reclames te voldoen aan de nieuwe richtlijnen.

Voor bestaande reclames valt altijd wel te verwachten dat er binnen enkele jaren veranderingen plaats zullen vinden. Winkels verplaatsen en verouderde reclame-uitingen worden vervangen. In de praktijk blijkt dat reclameobjecten gemiddeld binnen een periode van drie tot vijf jaar gewijzigd of vervangen worden. Dit heeft als gevolg dat een nieuwe vergunning moet worden aangevraagd, zodat de nieuwe regels toegepast kunnen worden.

Conclusie

Na evaluatie van het huidige beleid is gebleken dat de insteek van het huidige beleid goed is, zo is er al sprake van gebiedsgerichte criteria. Echter een uitbreiding is gelet op de gewijzigde omstandigheden en de vooruitzichten in de gemeente wel nodig. Zo is Apv van de gemeente op dit gebied gewijzigd en is inmiddels de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht in werking getreden. Naast vergunningverlening is handhaving belangrijk. Op dit moment is hiervoor onvoldoende capaciteit. Met het voornemen dat staat in de voorjaarsnota van 2008 om vanaf 2009 gedurende 4 jaar extra gelden vrij te maken voor een jaarlijkse uitbreiding van de handhavingcapaciteit met twee fte op het gebied van Bouwen en Ruimtelijke Ordening, komt hier geleidelijk verandering in. Ook dan kan nog niet aan alles prioriteit worden gegeven, maar door het overnemen van de aanbeveling door het inzetten van de toezichthouders openbare ruimte als oog- en oorfunctie, wordt aan dit belangrijke aspect voor het slagen van beleid mede invulling gegeven.

Nieuw beleid, een kwaliteitsverbetering bij de vergunningverlening en niet te vergeten de handhaving zijn noodzakelijk, maar dit beleid heeft alleen kans van slagen als alle partijen zich hiervoor inzetten.

1 Inleiding en probleemstelling

In april 2007 is ophef gemaakt over de reclame van Hunkemöller aan de gevel van een karakteristiek Utrechts pand dat werd verbouwd. De reclame liet een dame in een bikini zien. De Christen Unie was van mening dat dit niet passend was en voor de vrouwen kwetsend was. Naar aanleiding hiervan hield het Noord Hollands Dagblad op haar internetsite een stelling "Prikkelende posters verlevendigen het straatbeeld". Opvallend was de volgende reactie " *..Niet alleen prikkelende posters vervuilen het straatbeeld, er is een explosieve toename van allerlei visuele vervuiling, Nederland verzuipt in de reclame! Waar je ook kijkt wordt je gewild, ongewild, gevraagd of ongevraagd geconfronteerd met de meest uiteenlopende (verkoop)uitingen.*"

1.1 Inleiding

Op dit moment bepalen reclame-uitingen in de binnensteden van Nederland sterk het beeld van de openbare ruimte. Gevelreclames, vlaggen, sandwichpanelen, luifels, rolluiken, reclamezuilen, neonverlichting, abri's en billboards: het is onrustig geworden in straten en op pleinen. En de laatste trends, het gebouwhoge steigerdoek als tijdelijke afscherming van een gebouw in verbouwing en de beachvlaggen die steeds vaker in het straatbeeld voorkomen, zullen ook wel niemand ontgaan zijn.

Reclame-uitingen hebben soms een zekere culturele waarde. Kijk bijvoorbeeld maar naar Den Haag waar de Stichting Haags Industrieel Erfgoed een route heeft samengesteld langs ongeveer veertig historische muurreclames en reclamelijsten in Den Haag. In bijlage 8 treft u hierover een krantenartikel aan.

Maar het kan ook te gek worden. Een beleid van "laissez-faire laissez-aller" kan leiden tot een ongewenste aantasting van de cultuurhistorische kwaliteiten van buurten en wijken. Het kan leiden tot een visueel kabaal, waarin de identiteit van waardevolle gebieden verloren gaat. In de zin van uitnodigende informatie is de opeenstapeling van reclame-uitingen in sommige winkelstraten ook helemaal niet effectief meer. Het is vaak alleen nog maar een nutteloos tegen elkaar opbieden van afzonderlijke ondernemers die met schreeuwerige mededelingen over hun bedrijf of over hun product ten onder gaan in de massa.

De huidige regelgeving met betrekking tot reclame-uitingen bevordert onvoldoende de gewenste (hogere) kwaliteit van de bebouwde omgeving. De reclame overheerst te veel.

1.1.1 Doelstelling van reclamebeleid

De doelstelling van reclamebeleid is:

"reclame-uitingen te reguleren ter bescherming van het uiterlijk en de uitstraling van de Gemeente Den Helder, verkeersveiligheid en het voorkomen van overlast van derden".

1.2 Probleemstelling

In de gemeente Den Helder wordt op diverse manieren en op diverse plaatsen reclame gemaakt. Ten aanzien hiervan wordt een aantal problemen ervaren. Enkele aspecten van deze problemen die worden ervaren zijn de volgende:

1. het zonder vergunning plaatsen van reclame;
2. nieuwe vormen van reclame die niet zijn opgenomen in het huidige (reclame)bordenbeleid (1996);
3. gewijzigde stedenbouwkundige inzichten waardoor nieuwe gebiedscriteria zijn gewenst.

Vanuit bovenstaande aspecten bestaat er op het gebied van reclame binnen de gemeente Den Helder behoefte aan een vernieuwende en verfrissende visie op het huidige reclamebeleid zoals deze er ligt sinds 1996. In deze visie dienen in ieder geval de genoemde aspecten aan bod te komen waarbij een oplossingsgericht en praktisch toepasbaar beleid wordt gegeven.

1.3 Onderzoekopzet

Om de knelpunten te inventariseren in de huidige werkwijze binnen de gemeente is onderzoek verricht naar de huidige situatie/beleid, zijn er interactieve bijeenkomsten gehouden met de medewerkers van de gemeente, het bestuur van de gemeente, de Stichting Welstandszorg, winkeliersverenigingen en de ondernemersverenigingen binnen de gemeente Den Helder. Tevens is een (literatuur) onderzoek verricht naar de mogelijkheden en onmogelijkheden op het gebied van regulering van reclame-uitingen en is onderzocht welke maatregelen kunnen leiden tot een praktisch toepasbaar beleid.

1.4 Voornaamste bevindingen

Het onderzoek heeft geleid tot onder andere de volgende uitkomsten.

1. niet alle reclame-uitingen in de gemeente zijn aanvaardbaar;
2. er zijn regels nodig voor reclame;
3. de huidige regels ten aanzien van reclame zijn niet afdoende;
4. de capaciteit voor vergunningverlening en handhaving is ver beneden peil;
5. de administratieve organisatie binnen de gemeente is niet op orde;
6. het is onduidelijk welke taken bij welke afdeling hoort en wie verantwoordelijk is.

1.5 Opbouw van deze nota

Eerst zal in hoofdstuk 2 worden uitgelegd wat reclame is en welke soorten reclame er onder andere zijn. Hierna zal in hoofdstuk 3 het juridisch kader worden weergegeven. De (nieuwe) richtlijnen voor de soorten reclame zijn in hoofdstuk 4 opgenomen. Vervolgens wordt in hoofdstuk 5 verder ingegaan

op de vergunningverlening en de handhaving. Het overgangsrecht wordt weergegeven in hoofdstuk 6. De nota sluit af met het communicatieplan.

Bewegwijzering, uitstallingen alsmede terrassen vallen buiten dit beleid. Deze laatste twee zijn geregeld in aparte nadere regels die door het college zijn vastgesteld in aanvulling op het gestelde in de APV.

2 Wat is reclame

Reclame is afgeleid van het Latijnse reclamare dat 'herhaald oproepen' betekent.

Eigenlijk werden ten tijde van de ontwikkeling van ruilhandel de eerste vormen van reclame zichtbaar. In de middeleeuwen was 'recommandatie', of aanbeveling, de voornaamste vorm van reclame en door de tijd heen zijn daar koopmansmerken, productietekens, uithangborden en gevelstenen als vormen van reclame bijgekomen.

Reclame kan worden onderverdeeld in handelsreclame en in reclame voor ideële doeleinden. Volgens de definitie van de APV wordt onder "handelsreclame" verstaan:

"Iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen". Bij handelsreclame staat dus een materiële doelstelling voorop.

De APV kent geen omschrijving voor reclame voor ideële doeleinden. Daarom moet het begrip "reclame voor ideële doeleinden" in het kader van deze nota worden ontwikkeld. Er mag vanuit worden gegaan dat bij ideële reclame een ander belang wordt gediend dan een commercieel belang. In ieder geval zal het dienen van commercieel belang niet voorop moeten staan. Onder reclame voor ideële doeleinden kan dan ook worden verstaan: "iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten zonder commercieel belang", bijvoorbeeld een tijdelijke aankondiging van de Nederlandse Hartstichting, van een bijeenkomst over de ontwikkelingen in Julianadorp-Oost, of van plaatselijke sport- en culturele verenigingen, maar ook een permanente aankondiging, zoals een informatiebord over archeologie. Uiteraard zal de grens tussen handelsreclame en reclame voor ideële doeleinden niet altijd even scherp zijn. Zo moet volgens jurisprudentie een reclame voor een voetbalwedstrijd gezien worden als een commerciële reclame.

Tevens kan reclame worden onderverdeeld in permanente reclame en tijdelijke reclame (zie 4.3.2 en 4.3.3).

2.1 Soorten reclame

In de openbare ruimte zijn talloze verschillende verschijningsvormen voor reclame-uitingen ontstaan. Het is moeilijk om ze exact te categoriseren omdat bij iedere categorisering veel tussenvormen bestaan en omdat voortdurend nieuwe vormen worden bedacht. Hierna volgt een aantal veel voorkomende en herkenbare vormen van reclame in de openbare ruimte. Deze vormen van reclame vormen het aanknopingspunt voor het beleid binnen de gemeente Den Helder.

Reclame-uitingen op gevels van gebouwen

Reclame-uitingen, aangebracht op of aan het gebouw, kunnen bestaan uit borden, losse belettering, lichtbakken of doeken, loodrecht, evenwijdig of schuin ten opzichte van het gevelvlak. De beeldtaal, het lettertype, de kleur en de vorm maken vaak deel uit van een herkenbaar bedrijfs- of productlogo. Ondernemers hebben vooral belang bij het formaat: groot is beter dan klein, en er wordt altijd gestreefd naar een opvallende plek, liefst op het dak, boven de voordeur of goed zichtbaar op de gevel.

Gevelborden of constructies met losse letters worden meestal geplaatst op of boven de winkelpui of op dakranden. Daarbij is onderscheid te maken in evenwijdig geplaatste borden of dubbelzijdige (uithang)borden die dwars op de gevel worden bevestigd. Afhankelijk van de plaats, de afmeting en de vormgeving kan de reclame-uiting een positieve of negatieve toevoeging zijn aan het gevelbeeld. De karakteristiek van de omgeving speelt daarbij een belangrijke rol. Bij losse beletteringen blijft meestal meer zichtbaar van de gevel dan bij omvangrijke dichte panelen.

Naast borden en lichtbakken zijn er ook andere vormen van gevelreclame zoals gevelbeschilderingen, billboards op gevels en (in pandige) raamplakaten of raamfolie. Zeker ramen op de verdieping, die geheel zijn dichtgeplakt met stickers, borden of folie, kunnen een armoedige sfeer oproepen in het straatbeeld. Let op dat alleen indien op de stickers, borden of folie reclame wordt gemaakt sprake is van een reclame-uiting. Zo niet dan is sprake van regulier welstandsbeleid wat wordt getoetst aan de algemene en gebiedgerichte criteria uit de welstandsnota (mogelijk sprake van welstandsexces).

Vlaggen, banieren en zonweringen

Het gaat hier om stofachtige materialen, loodrecht of langs de gevel opgehangen. Als vlaggen loodrecht aan de gevel worden geplaatst veroorzaken ze, versterkt door het wapperende karakter, een druk straatbeeld. Hier worden de vlaggen bedoeld die worden gebruikt voor reclamedoeleinden met of zonder naamsaanduiding .

Banieren zijn vlaggen waarvan de hoogte groter is dan de lengte. Deze worden evenwijdig (enkelzijdig) of haaks (dubbelzijdig) aan de gevel opgehangen. Ook zonweringen worden soms gebruikt voor reclamedoeleinden. Zowel op het uitgerolde doek als op de markiezen kunnen reclameafbeeldingen of -teksten worden geplaatst.

Vrijstaande reclameobjecten

Er zijn veel verschillende soorten vrijstaande reclameobjecten, soms in de vorm van verwijzingen naar adressen van bepaalde firma's, soms hoge masten met rondom vaak meerzijdige reclamevlakken. Deze masten zijn veelal gesitueerd langs snelwegen bij meubelboulevards en bedrijventerreinen, in ieder geval in de nabijheid van de bedrijven waarop de reclame betrekking heeft. Binnen de gemeente Den Helder zijn (tot op heden) nog geen masten geplaatst met meer dan tweezijdige reclamevlakken.

Vrijstaande reclameobjecten zijn vaak verlicht: verlichte reclamebakken, verlichte losse letters, beeldschermen, draaiende lichtobjecten, bewegende lichtbeelden, lichtkranten. Deze vormen van reclame trekken meestal sterk de aandacht en ze zijn daardoor zeer beeldbepalend.

Driehoeksborden bestaan uit drie borden met affiches in een metalen frame geplaatst bijvoorbeeld rond lantarenpalen. Sandwichborden zijn twee borden met affiches, vaak ook geplaatst aan de voet van lantarenpalen. Driehoeks- en sandwichborden worden vaak gebruikt als tijdelijke aanduiding voor evenementen.

Ondernemers maken soms gebruik van zelfstandige stoepreclame, die bestaat uit een uitklapbaar bord, een verplaatsbaar swing-bord of 3D-object. Deze objecten worden tijdens openingsuren voor de zaak op het trottoir geplaatst.

Vrijstaand zijn ook vlaggenmasten en baniermasten. Ze worden meestal bij de entree van een bedrijf gesitueerd, soms verschillende op een rij. Ze zijn er in alle mogelijke formaten, ze hebben een tijdelijk of een permanent karakter.

Abri's en mupi's

Een abri is een bushaltehokje met verlichte tweezijdige vitrine met vaak dubbelzijdige reclameposters.

Een mupi is een permanent dubbelzijdig reclamebord waarbij één zijde wordt gebruikt voor commerciële doeleinden en een zijde voor publicaties van informatieve aard van de gemeente.

Billboards

Billboards zijn grote reclamepanelen (meestal wel 8 m2 of meer) die los zijn opgesteld langs wegen in het buitengebied en soms op pleinen en brede straten en lanen. Als ze zijn vormgegeven met lamellen, die met korte tussenpozen rondraaien, kunnen er verschillende reclameboodschappen op één paneel worden getoond. Kenmerkend voor billboards is dat deze meestal niet bedrijfsgebonden zijn. Er wordt geadverteerd ten behoeve van meestal landelijke campagnes voor merken, artikelen of bedrijven. Billboards worden steeds vaker ook op hoge masten (reclamemasten) of aan blinde muren van een gebouw bevestigd.

Lichtmastreclame

Verlichte of onverlichte reclamebakken kunnen worden bevestigd aan een lichtmast. De lichtmasten bevinden zich meestal langs grote doorgaande wegen. De reclames verwijzen soms naar bedrijven in de omgeving maar vaak zijn het gewoon algemene reclame-uitingen. De gemeente heeft bepaald waar het mogelijk is de masten te plaatsen, en heeft daarbij regels gesteld betreffende de veiligheid, vormgeving van zowel lichtmast als reclamebak.

Reclame op terrasschermen en parasols

Op terrassen bij horecagelegenheden wordt vaak gebruik gemaakt van parasols, terrasschermen en afscheidingen. De reclame-uitingen hebben betrekking op het horecabedrijf zelf of de bier- of ijsleverancier .

Reclame-uitingen op papierbakken, schakelkasten, haltepalen

Aan haltepalen bij bus en /of tramhaltes zijn ook vaak reclameobjecten bevestigd, die soms ook 's nachts goed te zien zijn door de toepassing van reflecterend materiaal. Dit geldt eveneens voor de (geplakte) reclame-uitingen op papierbakken en schakelkasten.

Mobiele reclameobjecten

Voertuigen kunnen voor reclamedoeleinden worden gebruikt door ze met reclameafbeeldingen en teksten te beplakken of door (grote) voorwerpen op het dak te plaatsen. Reclameobjecten kunnen ook op een aanhangwagen worden gezet, die tijdelijk ergens wordt geparkeerd. Onder mobiele reclameobjecten worden ook de zeppelins die voor reclamedoeleinden worden gebruikt, verstaan.

Sponsorreclames

Tijdelijke sponsorreclames worden vooral gebruikt bij eenmalige, tijdelijke festiviteiten, evenementen en bij culturele instellingen. Het gaat meestal om tijdelijke maar zeer grote stofdoekpanelen en banieren, soms zelfs hangend aan een zeppelin. Door het tijdelijke karakter wordt vaak verzuimd een vergunning aan te vragen en tegen de tijd dat van een handhavingactie sprake zou zijn is het evenement voorbij!

Spandoeken

Spandoeken worden ook steeds vaker gebruikt voor het maken van reclame, of het nu gaat om ideële reclame of om handelsreclame. De afmeting varieert van klein tot zeer groot. De laatste trend betreft de grote reclamespandoeken die tijdelijk aan de gevel of op het steigerwerk waar een verbouwing wordt uitgevoerd, zijn bevestigd. Door hun afmeting, vaak tientallen meters breed en vele verdiepingen hoog, hebben deze enorme doeken een groot, zij het tijdelijk effect, op de omgeving. Op internetsites spreken mensen zich voor of tegen dit visuele geweld uit. Sommigen ervaren de doeken door hun afmeting als kunst, anderen noemen het een schandelijke aantasting van het historische karakter van het pand en zijn omgeving. Indruk maken ze in ieder geval, je kunt er niet om heen, en dat is wat elke reclamemaker zich wenst.

Daarnaast is het spandoek opgespannen in een frame en strak getrokken door spanbanden ook aanzienlijk in populariteit gestegen. Deze worden evenwijdig aan de gevel geplaatst.

3 Juridisch kader

Er bestaat een zekere hiërarchie in wet- en regelgeving. Wetten van hogere bestuursorganen wegen altijd zwaarder dan wetten van lagere bestuursorganen, en die lagere wetgeving en de verordeningen die daarbij horen, mogen geen strijdigheden opleveren met wetten van hogere bestuursorganen. Hieronder volgt een overzicht van de wet- en regelgeving rond reclame-uitingen in de openbare ruimte.

Europese wetgeving

Het Europees Verdrag tot bescherming van de Rechten van de Mens en de fundamentele vrijheden (EVRM), ook wel het Verdrag van Rome genoemd, is een verdrag dat aan de burgers van de verdragsluitende landen rechten en bevoegdheden verleent. Artikel 10 van dit verdrag luidt: Recht op vrijheid van meningsuiting. De Afdeling Bestuursrechtspraak Raad van State heeft de vergunning voor het plaatsen van reclameborden in een gemeente getoetst aan dit artikel. Zij heeft hierbij geconcludeerd dat er inderdaad sprake is van een inmenging in het recht op vrijheid van meningsuiting, maar wel een geoorloofde. Het stelsel van de reclameverordening strekt ertoe reclame-uitingen te reguleren ter bescherming van de welstand, verkeersveiligheid en overlast van derden.

Grondwet

Artikel 7 van de Grondwet regelt de vrijheid van meningsuiting. Lid 1 van dit artikel luidt: 'Niemand heeft voorafgaand verlot nodig om door de drukpers gedachten of gevoelens te openbaren, behoudens ieders verantwoordelijkheid volgens de wet'.

Het ontwikkelen van een reclamebeleid voor reclame-uitingen in de commerciële sfeer is niet in strijd met dit wetsartikel. In artikel 7, lid 4 van de Grondwet is namelijk geregeld dat de drukpersvrijheid niet van toepassing is op het maken van commerciële of handelsreclame in de openbare ruimte. De wet bepaalt dat de overheid bij ideële reclame slechts voorwaarden mag stellen aan de verspreiding voor de bescherming van de openbare orde. Dit is geregeld in de zogenaamde Algemene Plaatselijke Verordening (APV) op grond van de Gemeentewet. Een gemeentelijk reclamebeleid, vastgelegd in een reclamebeleidsnota, kan dus alleen gericht zijn op commerciële reclame-uitingen.

Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo)

Bouwen

In de Wabo is onder andere vastgelegd voor welke activiteiten wel en voor welke activiteiten geen omgevingsvergunning is vereist. Daarnaast wordt het toetsingskader per deelactiviteit weergegeven. Zo dient een aanvraag om omgevingsvergunning voor de activiteit bouwen op grond van artikel 2.10 lid 1 Wabo te voldoen aan het Bouwbesluit, de bouwverordening, provinciale verordeningen, het bestemmingsplan en de redelijke eisen van welstand. Wordt niet aan deze limitatieve en imperatieve toetsingsgronden voldaan, dan moet de aanvraag om omgevingsvergunning worden geweigerd.

Wordt aan de toetsingsgronden voldaan, dan moet de omgevingsvergunning voor de activiteit bouwen worden verleend. Hierop wordt uitzondering geleden in het geval de aanvraag om omgevingsvergunning op meer activiteiten dan alleen bouwen ziet en de vergunning op basis van een andere (deel)activiteit moet worden geweigerd. Daarnaast moet de aanvraag om omgevingsvergunning voor de activiteit bouwen op grond van artikel 3.3. lid 1 Wabo worden aangehouden indien er geen grond is de vergunning te weigeren, maar er op het betreffende perceel bijvoorbeeld een voorbereidingsbesluit en/of een ontwerpbestemmingsplan van toepassing is. Ook de aanwezigheid van een nog niet onherroepelijk geworden exploitatieplan betekent dat de aanvraag moet worden aangehouden. De aanhoudingsgronden worden limitatief in de Wabo omschreven.

Monumenten

In de Wabo is in artikel 2.1 lid 1 sub fen artikel 2.2 lid 1 onder b, geregeld dat een omgevingsvergunning vereist is voor het slopen, verstoren, verplaatsen of in enig opzicht wijzigen van een beschermd monument of het herstellen, gebruiken of laten gebruiken van een beschermd monument op een wijze waardoor het wordt ontsierd of in gevaar gebracht. Het toetsingskader voor een aanvraag om omgevingsvergunning voor de activiteit monument staat in artikel 2.15 Wabo (rijksmonument) en in artikel 2.18 Wabo (provinciaal of gemeentelijk monument).

Fysieke leefomgeving (reclame op grond van de Apv)

In de Wabo is in artikel 2.2 lid 1 sub hen sub i, geregeld dat een omgevingsvergunning vereist is voor het maken danwel toe staan/gedogen dat op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die zichtbaar is vanaf een voor het publiek toegankelijke plaats. In artikel 4:15 Apv is gelet op vorenstaande een reclameverbod opgenomen. Het betreft dan een verbod voor alle reclame-uitingen, ook reclame-uitingen op, aan of boven de weg. Een omgevingsvergunning "reclame" is dus nodig voor alle reclame-uitingen niet zijnde een (zelfstandig) bouwwerk (welstandstoets alsmede verkeersveiligheid en overlast). Hierop gelden een aantal uitzonderingen welke genoemd worden in dit artikel 4:15 Apv.

Geen bevoegd gezag

Binnen de gemeentegrenzen zijn gebieden waar het college van burgemeester en wethouders geen bevoegd gezag is. De uitzonderingen worden genoemd in het tweede tot en met het vijfde lid van artikel 2.4 Wabo. Dit is ondermeer het Marineterrein.

Wet ruimtelijke ordening (Wro)

Hoe overheden ruimtelijke plannen kunnen opstellen en wijzigen die bepalen hoe gebieden er nu of in de toekomst uit komen te zien, wordt geregeld in de Wet ruimtelijke ordening. Deze wet bepaalt de taken van de overheid en de rechten en plichten van burgers, bedrijven en instellingen. Wie iets wil bouwen of verbouwen krijgt onder andere te maken met de Wet ruimtelijke ordening. Voor de aanvraag van een omgevingsvergunning wordt een bouwplan getoetst aan het bestemmingsplan. Het bestemmingsplan omvat minimaal een omschrijving van de in het plan opgenomen bestemmingen (voorschriften) en een verbeelding met bijbehorende verklaringen waarop die bestemmingen worden aangegeven. Indien van toepassing wordt de aanvraag getoetst aan de provinciale verordening danwel het benodigde exploitatieplan. In principe zijn alle beschikkingen met als grondslag de Wro overgegaan naar de Wabo (zoals de binnenplanse ontheffing, tijdelijke ontheffing en de zogenoemde "kruimel"ontheffing als bedoeld in artikel 3.23 en het projectbesluit als bedoeld in artikel 3.10 van de Wro).

Woningwet

Belangrijke toetsingsgrond voor aanvragen omgevingsvergunning is het welstandtoezicht. Sinds 1 juli 2004 is de gemeente verplicht een welstandsnota te hebben vastgesteld met daarin de criteria voor welstandsbeoordeling. Heeft het gemeentebestuur geen welstandsbeleid vastgesteld, dan heeft de gemeente geen recht om de vergunningsaanvraag te toetsen aan welstandscriteria. Dat betekent ook dat voor de activiteiten "bouwen en reclame" omgevingsvergunningplichtige plannen, de welstandscommissie (Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit) haar advies uitsluitend mag baseren op de welstandscriteria zoals die zijn opgenomen in de Welstandsnota. De reclamenota is vastgesteld als onderdeel van het welstandsbeleid en dus is dit beleid onder andere het toetsingskader voor welstand. Daarnaast zijn de reclamecriteria opgenomen in de welstandsnota. Op deze manier kunnen alle omgevingsvergunningplichtige reclame-uitingen getoetst worden aan specifieke richtlijnen voor reclame uitingen in de openbare ruimte.

Landschapsverordening Noord-Holland 2005

Voor alle reclame-uitingen buiten de bebouwde kom (zoals gedefinieerd in de bouwverordening) is een provinciale ontheffing nodig. De toetsingscriteria hiervoor staan beschreven in de Landschapsverordening Noord-Holland 2005. Deze verordening beoogt het landschap te beschermen tegen opschriften, aankondigingen, afbeeldingen, reclameobjecten of constructies. Uitgangspunt is dat elk opschrift, aankondiging, afbeelding, reclameobjecten of constructies daarvoor in principe een aantasting van het landschapsschoon betekenen. Te denken valt daarbij aan opschriften, spandoeken, vlaggen, afbeeldingen,

zeppelins en ballonnen, borden, karretjes en voertuigen die gezien kunnen worden vanaf de openbare weg, een spoorweg of een openbaar water. Artikel 5 van deze verordening geeft de ontheffingsmogelijkheden aan. Bij de handhaving gaat men er vanuit dat Gedeputeerde Staten in eerste instantie daarvoor verantwoordelijk is. Eventueel ondersteund door en aangevuld met politie en justitie.

Gemeentelijk beleid geldt in het buitengebied alleen als de aanvraag omgevingsvergunningplichtig is voor de activiteit "bouwen". Hiervoor moet bij de gemeente een aanvraag voor een omgevingsvergunning worden ingediend. De gemeente heeft dan haar eigen verantwoordelijkheid, waardoor het besluit wel of geen vergunning te verlenen los staat van het besluit van de provincie om de ontheffing wel of niet te verlenen.

In de bijlage is de kaart "toepassingsgebied-Landschapsverordening Noord-Holland 2004" toegevoegd (bijlage 9) alsmede de Landschapsverordening Noord-Holland 2005" (bijlage 10).

Algemene plaatselijke verordening (Apv) volgens de Gemeentewet

De Algemene plaatselijke verordening bevat op dit moment verschillende artikelen die relevant zijn voor het plaatsen van reclameobjecten: artikel 2:10, artikel 2:42, artikel 4:15, artikel 4:16 en artikel 5:7. In bijlage 6 zijn de relevante artikelen als opgenomen in de Apv uitgewerkt.

Artikel 2:10 van de Apv gaat over reclame-uitingen die zijn/worden geplaatst op, aan of boven de weg. In dit artikel is ook aangegeven wat onder weg wordt verstaan.

In het kader van wildplakken is artikel 2:42 van de Apv bepalend. In dit artikel wordt ook nader ingegaan op het gebruik van de aanplakborden die de gemeente geplaatst heeft. Dit in het kader van het tegengaan van wildplakken op allerlei andere bouwwerken en voorwerpen.

Voor reclame-uitingen, die niet als bouwwerk zijn aan te merken, is in de Apv het artikel 4:15 en 4:16 (gereserveerd) opgenomen met daarin de verplichting tot een reclamevergunning. Daarbij is ook aangegeven welke reclame-uitingen vrijgesteld zijn van een reclamevergunning. Als een reclame-uiting is aan te merken als een vergunningplichtig bouwwerk in de zin van de Wabo komt toetsing aan de Apv niet meer in beeld. In deze gevallen is op dit moment alleen een omgevingsvergunning "bouwen" nodig. In hoofdstuk 5 wordt hier verder op ingegaan.

Artikel 5:7 van de Apv gaat over voertuigen die voorzien zijn van een aanduiding van handelsreclame. Voorbeeld is bijvoorbeeld een aanhangwagen met daarop een groot bord van een bedrijf dat handelt in meubels of bijvoorbeeld van een fastfood restaurant.

Uitstallingenbeleid

Het onderscheid tussen een reclame-uiting en een uitstalling is niet altijd te maken. Bijvoorbeeld een superijs voor een ijsalon is dat een reclame-uiting of een uitstalling? Alle uitdragingen die direct verwijzen door middel van een logo of tekst naar het bedrijf of de vereniging/instelling, zijn reclame-uitingen. Het gaat hier dus om vlaggen, uithangborden en driehoeksborden.

Alle uitingen in de openbare ruimte zonder directe verwijzing zijn uitstallingen. Voorbeelden van uitstallingen zijn een kauwgomballenautomaat, kledingrekken, bloembakken, emmers met bloemen of planten, kratten met groen of fruit en menu-aanbevelingen. Deze nota beperkt zich tot reclame-uitingen. Het uitstallingenbeleid wordt vormgegeven in de Apv in artikel 2:10. Het college kan nadere regels hieromtrent stellen.

Terrassenbeleid

Reclame op terrasschermen en parasols, die onderdeel uitmaken van terrassen, vallen onder artikel 4:15 Apv waarbij bepaald is dat de reclame-uitingen moeten voldoen aan de redelijke eisen van welstand.

Welstandsbeleid

Sinds 1 juli 2004 is de gemeente verplicht de welstandsnota te hebben vastgesteld. In januari 2010, heeft de Raad de gewijzigde welstandsnota vastgesteld. De beleidsregels voor reclame-uitingen zijn vastgesteld aan de hand van gebiedscriteria en algemene criteria. Hierbij is opgemerkt dat alle reclame-uitingen beoordeeld en gezien moeten worden in relatie tot de richtlijnen die in 2009 zijn geformuleerd voor de diverse soorten reclameobjecten. Het reclamebeleid geeft hiermee invulling aan artikel 12a van de Woningwet.

Een permanente reclame-uiting voldoet in principe aan redelijke eisen van welstand als aan de criteria genoemd in de welstandsnota wordt voldaan. Daarnaast heeft de Raad er voor gekozen om alle bouwplannen welke direct grenzen aan de weg, het openbaar groen of water, aan de welstandscommissie ter advisering voor te leggen. Dit om de ruimtelijke kwaliteit beter te kunnen reguleren. De commissie toetst zowel aan de richtlijnen uit 2009, als aan de gebiedscriteria. In het geval dat de ge-

biedsgerichte criteria niet afdoende zijn om het plan te beoordelen worden de algemene criteria toegepast.

Privaatrechtelijke overeenkomsten

Het gemeentebestuur kan privaatrechtelijke overeenkomsten aan gaan voor het plaatsen van reclame-uitingen voor zover de gemeente eigenaar is van grond of gebouwen. Voor het te voeren beleid is de contractvrijheid naar burgerlijk recht volgens boek 6 artikel 1 BW bepalend. Dit artikel vermeldt dat alle verbintenissen of uit een overeenkomst of uit de wet ontstaan. Dit impliceert dat de gemeente vrij is al dan niet een verbintenis aan te gaan, voor zover dat niet door de wet wordt geregeld. De gemeente is dus niet verplicht een (reclame)overeenkomst aan te gaan indien dit niet in haar beleid zou passen. Een gemeentebestuur kan reclame-uitingen, geplaatst op gronden waarvan zij eigenaar is, op basis van het eigendomsrecht verwijderen, mits voldoende recht wordt gedaan aan de algemene beginselen van behoorlijk bestuur bij de uitoefening daarvan. Het bestuur heeft ook dit soort privaatrechtelijke overeenkomsten gesloten.

4 Richtlijnen voor diverse soorten reclame

Uitgangspunt voor het toepassen van de richtlijnen is een totaalverbod voor omgevingsvergunningplichtige reclames. Dat wil zeggen dat in beginsel deze vormen van reclame-uitingen zijn verboden, tenzij voldaan wordt aan procedurevoorschriften en vormvoorschriften voor in de onderstaande alinea's beschreven vormen van reclame. Eerst worden de algemene richtlijnen (deel 1) beschreven waaraan reclame moet voldoen. De algemene richtlijnen vormen de principiële basis waaraan alle reclame-uitingen moeten voldoen. Daarna zal worden ingegaan op de gebiedscriteria (deel 11). Per gebied wordt dan aangegeven welke vorm en hoeveelheid van een reclame-uiting en onder welke voorwaarden de reclame kan worden toegestaan. Vervolgens wordt ingegaan op de objectgerichte criteria (deel 111). De objectgerichte criteria zijn onderverdeeld in pompstations, permanente vaste reclame-objecten in de openbare ruimte en tijdelijke reclame-objecten. Omdat niet kan worden voorzien wat de toekomst brengt en omdat de gemeente open moet staan voor nieuwe ideeën en inzichten ten aanzien van reclamevoering, kan onder voorwaarden worden afgeweken van de gestelde richtlijnen. Hiervoor is wel altijd een positief welstandsadvies nodig alsmede een positief advies van de afdeling Stadsbeheer indien het gaat om reclame in het openbaar gebied.

In de bijlage treft u de nadere uitwerking aan van deel 1: de algemene criteria, deel II: de gebiedsgerichte criteria en deel 111: de objectgerichte criteria.

4.1 Algemene richtlijnen

Algemene richtlijnen gelden ongeacht het gebied of type reclame-uiting en worden toegepast bij de beoordeling van een vergunningaanvraag voor alle reclame-uitingen en bij de handhaving van buitensporige reclame. Zij zijn de basis voor alle reclame. Deze richtlijnen bestaan uit:

- a. functioneel/technische eisen;
- b. verkeersveiligheidseisen;
- c. algemene eisen ten aanzien van het uiterlijk.

Daarnaast wordt voor sommige reclame-uitingen nog eens bevestigd dat deze niet zijn toegestaan.

Ad a. functioneel/technische eisen

Reclames staan niet los van de activiteiten of de producten die met de reclame worden aangeprezen. Zo is een reclame voor audio niet gepast op de gevel van een bloemist. Uitgangspunt is dat een reclame altijd een rechtstreeks verband moet hebben met de activiteiten die in het pand of op het perceel plaatsvinden. Uitzondering daarop is de reclame opabri's, mupi's, billboards, lichtmastreclame en driehoeksborden. Deze reclame-uitingen komen verspreid in de gehele gemeente voor. Een reclame-uiting heeft een duidelijke bedoeling en wordt voor langere periode gebruikt om een product of dienst aan te prijzen. Het object moet dan ook technisch en constructief deugdelijk zijn.

Ad b. verkeersveiligheidseisen

Uitgangspunt is dat een reclame-uiting geen (fysieke of visuele) overlast of hinder mag veroorzaken voor derden en de verkeersveiligheid niet in het geding mag brengen. Er is sprake van verkeersonveiligheid als de zichtbaarheid van de openbare ruimte, de verkeerslichten of -borden en andere -aanduidingen wordt aangetast en als uitstallingen op de weg een belemmering vormen voor doorgaand verkeer en hulpverlenende diensten. Naast een belemmering voor het verkeer, zijn reclame-uitingen die bijvoorbeeld door aanlichting een gevaar voor weggebruikers zijn, ook niet toegestaan.

Ad c. algemene eisen ten aanzien van het uiterlijk

Een reclame-uiting dient een verrijking te zijn van de gevel of openbare ruimte, of ten minste qua plaatsing, kleurstelling, materiaalgebruik en/of detaillering niet ontsierend te zijn voor het gevelbeeld en geen afbreuk te doen aan de kwaliteit van de openbare ruimte en de kwaliteit van de architectuur van het bouwwerk. Is hier wel sprake van dan is er sprake van ernstige hinder voor de omgeving. Dat geldt ook voor 'huisstijlreclames'. Eén en ander te beoordelen door een onafhankelijke commissie (Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit).

In bijlage 3 treft u de algemene richtlijnen voor reclame aan.

4.1.1 Wijze van meten

De afmetingen (oppervlaktematen) van reclame-uitingen zijn in principe altijd makkelijk te meten. Mogelijke onduidelijkheid kan ontstaan bij losse letterreclame. Ter voorkoming hiervan is bepaald dat de oppervlaktematen van losse letterreclame buitenwerks moeten worden gemeten. Zie figuur 1.



Figuur 1

4.2 Gebiedsgerelateerde richtlijnen

Bij het vaststellen van normen voor reclame is het zinvol onderscheid te maken tussen verschillende gebieden in de gemeente. Een woonwijk vraagt een andere benadering dan een winkelgebied. Het buitengebied wordt ernstig aangetast bij plaatsing van reclame die op het bedrijventerrein gebruikelijk is. Ook wordt er onderscheid gemaakt tussen gewone ("onverlichte") reclame en lichtreclame door de uitstraling van laatstgenoemde uiting.

Allereerst worden algemene voorwaarden geformuleerd die voor alle gebiedsdelen gelden. Per gebied wordt een eigen beleid geformuleerd met uitgangspunten en normen. De gebiedsindeling is:

1. Woongebieden (inclusief bedrijfspanden in woongebieden);
2. Winkelcentra;
3. Binnenstad;
4. Bedrijventerreinen;
5. Beschermd stadsgezicht en monumenten (inclusief Willemsoord);
6. Sportterreinen;
7. Buitengebied en;
8. Overgangsgebieden en verbindingssassen.

In bijlage 4 bij deze nota wordt voor elk gebied een nadere specificering van het beleid aangegeven. De opbouw van het beleid is dus van algemeen - regels die voor elk gebied gelden - naar bijzonder. Daarbij wordt in bepaalde gebieden meer toegestaan dan in andere gebieden. Dit is afhankelijk van de functie van het gebied.

De criteria zijn er voor reclames zodat de aanvrager zich vooraf op de hoogte kan stellen van de eisen. Alle aanvragen om omgevingsvergunning moeten op grond van de Wabo worden voorgelegd aan de adviescommissie voor Ruimtelijke Kwaliteit. Deze commissie maakt bij de beoordeling tevens gebruik van de algemene en de gebiedsgerichte welstandsuitgangspunten.

4.2.1 Woongebied

In woonwijken wordt reclame zo veel mogelijk geweerd/beperkt. De wijken hebben een woonfunctie en er is in beginsel geen bedrijfsactiviteit.

Bedrijfspanden in woongebieden

Op een aantal locaties zijn van oudsher in woonwijken (buurt)winkels en/of bedrijven gevestigd. De toe te stane reclame-uitingen moeten dan ook gezien worden tegen het licht van de plaatselijke situatie. De bestemming van het pand is doorslaggevend voor de toe te stane hoeveelheid aan reclame-uitingen.

Beroep/bedrijf aan huis

Voor een (ondergeschikt) beroep of bedrijf aan huis is slechts een minimale reclame-uiting mogelijk. Hierbij moet gedacht worden aan een onverlicht bord aan de gevel van maximaal 0,5 m². Bij aanwezigheid van voortuinen is plaatsing van een bord in de tuin denkbaar, mits zorgvuldig (als tuinmeubel) vormgegeven, geïntegreerd in het tuinontwerp. Het toepassen van beperkte aanlichting is toelaatbaar. De totaalhoogte mag maximaal 1 meter zijn.

4.2.2 Winkelcentra

Onder winkelcentra worden eveneens gebieden met winkelconcentraties begrepen zoals aan de Marsdiepstraat en het Loopuytpark.

Reclame aan gebouwen

In het winkelgebied wordt het aanbrengen van reclame in het algemeen niet als storend ervaren. Voorwaarde hierbij is wel dat de reclame in verhouding is met het gebouw en niet is uitgevoerd in schreeuwende kleuren. Voor de combinatie winkels en (boven)woningen moet het aanbrengen van reclametekens plaatsvinden onder de bovenkant van de verdiepingsvloer van de eerste verdieping. De toegestane afmetingen zijn daarnaast gerelateerd aan de breedte van de winkel. Lichtreclames zijn overeenkomstig het geldende welstandsregime niet toegestaan. Het aanbrengen van vlaggen is mogelijk binnen de toegestane totale hoeveelheid aan reclame-uitingen. Gelet op de zeer korte loopafstanden binnen deze gebieden en het overzichtelijke karakter ervan, wordt verwijstreclame niet toegestaan.

Vrijstaande reclameobjecten

De plaatsing van vrijstaande reclameobjecten, al dan niet op openbaar gebied, is in beginsel onder voorwaarden toegestaan. Deze objecten, variërend van reclameborden tot opblaaspoppen, mogen niet gevaarlijk, hinderlijk en belemmerend zijn voor hulpverleningsvoertuigen, ander verkeer en/of het winkelend publiek. Bovendien mogen ze geen rommelig straatbeeld veroorzaken. Hiertoe is een afgebakend en in afmeting beperkt gedeelte aangewezen. Deze vrijstaande reclameobjecten mogen niet permanent (dag en nacht) worden geplaatst. Kortom, deze reclameobjecten moeten na sluitingstijd weer in het pand aanwezig zijn. Wel mogen deze reclameobjecten elke dag dat de winkel open is, aanwezig zijn. Uitzondering hierop is een vrijstaande reclameobject geplaatst bij de entree van een (parkeerplaats van een) winkelcentrum met daarop de naam van het winkelcentrum, eventueel aangevuld met de bedrijfsnamen van de winkels die zijn gevestigd in het winkelcentrum.

4.2.3 Binnenstad

De navolgende straten zijn begrepen in dit kader onder het gebied "Binnenstad": de Beatrixstraat, de Keizerstraat, de Spoorstraat, de Koningsstraat, de Wezenstraat, de Breewaterstraat, de Californiëstraat en het Julianaplein.

In de aankomende jaren wordt het opknappen van de binnenstad voortgezet. Doelstelling is om het oude karakter van de stad te herstellen. De openbare ruimte krijgt een herinrichting en gestimuleerd wordt om de gevels aan te helen en op te knappen. Ook de winkelstraten komen hierbij aan de beurt. Voorwaarde is wel dat de winkeliers/eigenaren van de panden in de winkelstraten hieraan meewerken. Individualiteit van het pand, diversiteit en kleinschaligheid zijn de belangrijkste aspecten voor de beeldkwaliteit in de winkelstraten (Spoorstraat, Keizerstraat, Beatrixstraat). De toe te stane reclame in de winkelstraten moet ingetogen zijn en is geheel afhankelijk van het pand. Voorwaarde voor de hele binnenstad is dat de reclame moet passen en aansluiten bij de architectuur van het pand, waardoor het wordt geïntegreerd in het gevelbeeld. Het pand moet één uitstraling hebben en niet zoals nu vaak het geval is een gevel op de begane grond die geheel afwijkend is van de gevel van de verdiepingen. Daarnaast moeten in winkelpuien de parcellering van de panden tot uiting komen (dus geen reclameborden over twee panden). Een en ander is opgenomen in het beeldkwaliteitskader dat onderdeel uitmaakt van het Uitwerkingsplan Stadshart Den Helder.

De mogelijkheden voor het plaatsen van vrijstaande reclameobjecten zijn gering, slechts één gestandaardiseerd stoepbord welke voldoet aan de criteria welke hieraan worden gesteld is per winkel toegestaan. Het stoepbord moet daarbij worden geplaatst op de weg tussen de gevel en de gele markeringsstreep voor de desbetreffende winkel.

4.2.4 Bedrijventerrein

Op industrieterreinen zal reclame als minder storend worden ervaren. Handelsreclame en/of naamsaanduiding is slechts mogelijk op het terrein van de onderneming zelf. Verwijstreclame is uitsluitend middels een bepaalde standaardvoorziening aan de ingang van het industrieterrein toegestaan. Het aan of op een gebouw maken van reclame naar een openbare weg, die buiten het industrieterrein is gelegen, is in beginsel onder voorwaarden toegestaan.

4.2.5 Beschermd stadsgebied en monumenten

Binnen dit gebied met cultuurhistorische waarde geldt een zeer terughoudend beleid ten aanzien van reclametekens. Voor reclamevoeringen is aansluiting gezocht bij "bedrijfspanden in gebieden met een gemengde functie", met dien verstande dat de totale hoeveelheid reclametekens is beperkt.

Willemsoord

Willemsoord maakt onderdeel uit van het aangewezen gebied Beschermd Stadsgezicht. Gezien deze bescherming en de geplande gebiedsontwikkeling van Willemsoord tot integraal stadsdeel, zijn voor dit gebied eigen criteria voor reclameobjecten opgesteld. Deze kunnen in de toekomst mogelijk nog worden aangevuld door de nog op te stellen welstandsparagraaf voor het gebied. De in het "concept" stedenbouwkundig plan gestelde eisen ten aanzien van de beeldkwaliteit worden hierin dan verwerkt.

4.2.6 Sportterreinen

Het voeren van naar binnen toe gerichte reclame is onder voorwaarden toegestaan. Het gaat hierbij vooral om borden rondom de sportvelden, op tribunes en reclame-uitingen aan het clubgebouw.

4.2.7 Buitengebied

De reclame in het buitengebied wordt geregeld door de Landschapsverordening Noord-Holland. Uitgangspunt van deze landschapsverordening is dat reclame in beginsel niet is toegestaan. Op deze in artikel 2 verwoorde hoofdregel, worden in artikel 3 echter een aantal uitzonderingen gemaakt. Wanneer er sprake is van een reclame-uiting die omgevingsvergunningplichtig voor de activiteit "bouwen" is, is de gemeente aan zet en niet de Provincie (mits het college van B&W bevoegd gezag is).

4.2.8 Overgangsgebieden en verbindingssassen

Met overgangsgebieden worden de zones bedoeld waar de andere gebieden (woon-, winkelgebieden, beschermde gezichten, bedrijventerreinen, sportterreinen en buitengebied) aan elkaar grenzen. Deze gebieden vallen vaak samen met verbindingssassen, waar het verkeer de enige duidelijk aanwijsbare functie is. Het aanzicht van de buitenruimte wordt hier dan ook in mindere mate door bebouwing bepaald. Niet bij elke overgang is een dergelijk gebied aanwezig, sommige gebieden sluiten naadloos op elkaar aan.

Overgangsgebieden zijn vanwege hun functionele karakter en, meestal grote verkeersstromen, geschikte plaatsen voor het maken van tijdelijke reclame voor bijvoorbeeld evenementen en voorstellingen. Ook zullen zich in deze gebieden vaak informatiedragers bevinden, zoals gemeente- en wijkplattegronden.

4.3 Objectgerelateerde richtlijnen

De eisen aan reclame in de openbare ruimte zijnde de overgangsgebieden en de verbindingssassen zijn bedoeld om de kwaliteit van de omgeving te behouden. De reclame is object gerelateerd en varieert van zelfstandige vaste reclameobjecten tot tijdelijke reclame.

Buiten de bebouwde kom is de provinciale Landschapsverordening Noord-Holland van toepassing.

In bijlage 5, 6 en 7 staan per soort object de criteria waaraan moet worden voldaan voor de plaatsing van een object. De richtlijnen kunnen betrekking hebben op:

- a. het maximale aantal;
- b. het maximaal toegestane afmetingen;
- c. de verhouding tussen commerciële reclame en mededelingen over culturele evenementen;
- d. de maximale plaatsingstermijn;
- e. het aanwijzen van de plaats van bevestiging;
- f. de toelaatbaarheid van aankondigingen voor evenementen buiten de gemeente;
- g. bepalingen over de verlichting van objecten.

Vanuit de algemene benadering dat openbare ruimte zo weinig mogelijk moet worden belast met objecten die daar geen directe relatie mee hebben en uit een oogpunt van precedentwerking, wordt met verzoeken van particulieren om op gemeentegrond vaste reclame-objecten (bijvoorbeeld vlaggenmasten) te mogen plaatsen zeer terughoudend omgegaan. Het uitgangspunt is nee, tenzij. Een zwaar wegend argument kan wel gelegen zijn in het oordeel van de deskundigen, dat er sprake is van een aantoonbare opwaardering van de ruimtelijke kwaliteit. Uiteraard mogen daarbij de andere belangen (welstand, verkeersveiligheid, overlast en de belangen van derden) niet uit het oog verloren worden.

4.3.1 Pompstations

Voor pompstations is een objectgebonden bijlage gemaakt, omdat deze objecten in diverse gebieden kunnen liggen en toch een eigen uitstraling hebben. Met name de luifel en de losse reclametekens almede de product- en prijsaanduidingsborden zijn de hierin bedoelde bijzondere objecten.

4.3.2 Permanente reclame in de openbare ruimte

De openbare ruimte, zoals de belangrijke routes, parkeerterreinen en pleinen in de stad, biedt veel ruimte voor zelfstandige vaste (dat wil zeggen: niet tijdelijke) reclame-uitingen. Het gaat dan om

billboards, lichtmastborden, driehoeks- en sandwichborden, abri's en mupi's. De gemeente kan als eigenaar en beheerder van de openbare ruimte langdurige contracten afsluiten met bedrijven om langs aangegeven wegen en routes vaste reclame-uitingen te plaatsen.

Kleine objecten in de openbare ruimte zoals schakelkasten, haltepalen en papier- en/of glasbakken e.d. zijn eigendom van het energiebedrijf, openbaar vervoersbedrijf of kringloopbedrijf. Deze bedrijven hebben toestemming nodig om deze objecten te gebruiken als exploitatieruimte om op te adverteren. Als tegenprestatie onderhoudt het bedrijf deze objecten en zorgt dat deze vrij zijn van bijvoorbeeld graffiti en wildplakken.

Soort objecten:

- a. lichtmastreclame;
- b. driehoeks- en sandwichborden;
- c. abri's;
- d. mupi's;
- e. billboards;
- f. welkomst- en evenementenborden;
- g. plakborden.

4.3.3 Tijdelijke reclame-uitingen

Onder tijdelijke reclame worden de borden of (span)doeken verstaan waarop reclame wordt gemaakt voor een bepaald (commercieel) evenement, de opening van een bedrijf, de verhuur of verkoop van onroerend goed of een bouwproject. Nieuw in deze sfeer zijn de omvangrijke steigerdoeken die tijdens een renovatie of verbouwing van een pand aan de steigers worden bevestigd (waarbij bouwdoeken op grond van de Bor, vergunningsvrij geplaatst mogen worden).

Vrijdare reclame betreft reclamevoertuigen en/of borden die geplaatst zijn op een aanhanger of een dusdanige constructie hebben dat de borden makkelijk verplaatsbaar zijn. Voor deze reclame op voertuigen is in de APV geregeld dat het verboden is om een voertuig dat voorzien is van handelsreclame op de weg te parkeren met het kennelijke doel om daarmee reclame te maken. Deze vorm van reclame maken vindt plaats op de openbare weg, de gemeentelijke groenvoorzieningen en overig onbebouwd terrein zowel binnen als buiten de bebouwde kom. Omdat deze vorm van reclame zeer storend werkt in deze omgeving, daarnaast soms onnodig, de vaak schaarse parkeerruimte inneemt en gevaarlijke verkeerssituaties kan opleveren, is deze vorm van reclamevoering niet toegestaan.

Voor tijdelijke reclame geldt altijd een overeen te komen maximale periode waarvoor een vergunning wordt verleend. Tijdelijke reclames zijn niet lichtgevend of worden niet aangelicht, tenzij daarvoor vergunning wordt verleend.

Soort objecten:

- a. borden of (span)doeken voor de aankondiging van manifestaties, tentoonstellingen, bijzondere bijeenkomsten (bijvoorbeeld aan lichtmasten bevestigd);
- b. raamplakaten met reclame;
- c. uitverkoopreclame;
- d. steigerdoeken.

4.4 Excessenregeling

Ook reclame-uitingen, waarvoor geen omgevingsvergunning hoeft te worden aangevraagd, moeten aan minimale welstandseisen voldoen. In de welstandsnota is daarvoor een excessenregeling opgenomen. Reclame-uitingen die 'in ernstige mate' in strijd zijn met de intenties van het welstandsbeleid en derhalve dus ook met het reclamebeleid, kunnen op grond daarvan worden aangepakt. Dit betekent een signaal afgeven, eventueel aanschrijven, het actief begeleiden en aansporen van de ondernemer totdat het betwiste reclameobject voldoet aan de reclamevoorschriften en vereiste beeldkwaliteit. Bestuursrechtelijke handhaving vormt daarbij een stok achter de deur. Of er sprake is van een exces, zal ambtelijk en daarna door de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit moeten worden bepaald en beargumenteerd, op grond van de algemene criteria.

Excessen zijn in ieder geval reclame-uitingen waarbij sprake is van grove verstoring van de gevelcompositie, of in een overbodig aantal en formaat, of in extreem contrasterend of bont kleurgebruik.

4.5 Afwijkingsmogelijkheden

1. Afwijken van de richtlijnen door Burgemeester en Wethouders

Uitgangspunt is dat Burgemeester en Wethouders handelen volgens de gestelde richtlijnen, tenzij dat voor één of meer belanghebbenden gevolgen zou hebben, die wegens bijzondere omstandigheden onevenredig zijn in verhouding tot de met de richtlijnen te dienen doelen. De Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit wordt in deze gevallen in de gelegenheid gesteld om te adviseren over een voornemen tot afwijking van de richtlijnen. Deze afwijkingsbevoegdheid is gebaseerd op artikel 3:50 Awb. In dit artikel staat dat Burgemeester en Wethouders moeten handelen volgens de opgestelde beleidsregels, tenzij dat voor belanghebbenden gevolgen zou hebben die onevenredig zijn in verhouding tot het doel van de beleidsregels.

2. Afwijken van de richtlijnen door de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit

Ook de adviescommissie kan bij haar advisering afwijken van het welstandsbeleid. Dit kan gebeuren op basis van een gemotiveerd positief welstandsadvies bij plannen die weliswaar strijdig zijn met de genoemde criteria, maar niet strijdig zijn met redelijke eisen van welstand. Dit is te beargumenteren aan de hand van de algemene welstandscriteria, zoals deze zijn opgenomen in de welstandsnota. Afwijkingen van het beleid vragen om een degelijk bestuurlijk draagvlak. Wanneer de commissie (CRK) voor een bepaalde reclame uiting aanleiding ziet tot afwijken van het beleid, zal zij het college van Burgemeester en Wethouders in haar advies daarover informeren.

4.6 Aansprakelijkheid

De gemeente kan in verschillende situaties aansprakelijk worden gesteld. Allereerst is de gemeente verantwoordelijk voor de openbare veiligheid binnen de gemeente. Wanneer deze in gevaar komt, moet de gemeente optreden. In het kader van reclame kan hierbij dan bijvoorbeeld gedacht worden aan reclameborden die constructief niet goed zijn bevestigd, waardoor deze kunnen losraken van de gevel.

Maar bijvoorbeeld ook aan driehoeksborden die zodanig zijn geplaatst dat zij een gevaar zijn op de weg, omdat bijvoorbeeld hierdoor een kruispunt niet meer is te overzien. De gemeente moet in dit kader handhavend optreden.

Daarnaast loopt de gemeente ook vele andere keren risico. Gedurende het vergunningsverlenings- en/of handavingsproces loopt het college meerdere keren een juridisch risico. Het risico is de uitkomst van de vermenigvuldiging van het effect dat iets met zich mee brengt met de kans dat dit zich voordoet. Navolgend zullen de volgende risico's worden besproken:

1. Onjuiste juridische grondslag;
2. Dubieuze motivering;
3. Onvoldoende toezicht.

Ad 1. Onjuiste juridische grondslag

Een besluit moet gebaseerd zijn op juiste juridische gronden, of het nu het verlenen of weigeren van een vergunning is of het opleggen van een last onder bestuursdwang dan wel het opleggen van een last onder dwangsom. Zo geldt bijvoorbeeld bij wijziging van de Apv-regeling, dat voor omgevingsvergunningsplichtige (zelfstandige) bouwwerken een omgevingsvergunning "bouwen" noodzakelijk is, en geen omgevingsvergunning "reclame" op grond van de Apv. Wanneer er geen sprake is van een zelfstandig bouwwerk dan is een omgevingsvergunning voor de activiteit "reclame" nodig.

Ad 2. Ondeugdelijke motivering

Een besluit moet uiteraard ook voldoen aan de voorschriften van de Awb. Zo moet een belangenafweging zijn gemaakt, maar moet het besluit ook voldoende gemotiveerd worden. Bij het ontbreken van een motivering dan wel bij een gebrekkige motivering, zal het besluit vernietigd worden. Bij het weigeren van een vergunning of bij een handavingsbeschikking, zal uit het besluit de strijdigheid duidelijk moeten worden gemaakt.

De risico's die de gemeente loopt zijn onder andere bezwaar- en beroepsprocedures, imagoschade en aansprakelijkheid.

Ad 3. Onvoldoende toezicht

Op grond van Europese wetgeving (EVRM) en de uitspraak van de "Grote Kamer" in de zaak Oneryildiz/Turkije d.d. 30 november 2004, zijn de Staten verplicht:

- a. in adequate normstelling op het terrein van veiligheid en frequentie van toezicht;
- b. informatie te verschaffen over levensbedreigende gevaren;
- c. in adequaat toezicht (in elk geval conform de opgestelde toezichtregels) op de naleving van deze normen door toezichthouders die beschikken over voldoende bevoegdheden;
- 'd. in handhavend opzicht optreden indien blijkt dat veiligheidsvoorschriften niet worden nageleefd dan wel anderszins blijkt dat er sprake is van een bedreiging van personen;
- e. overeenkomstig effectieve procedures te handelen indien het gevaar zich verwezenlijkt, die in ieder geval moeten kunnen leiden tot het verkrijgen van een compleet beeld van het gebeurde, de aanwijzing van de verantwoordelijkheden, de toekenning van schadevergoeding en bij externe nalatigheid tot strafvervolgning.

Gelet op de beschikbare capaciteit die de gemeente heeft voor het houden van toezicht op de naleving van hetgeen bij of krachtens:

- a. de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo);
- b. de Wet ruimtelijke ordening (Wro);
- c. Algemene plaatselijke verordening (Apv);

kan met recht gesteld worden dat de gemeente niet beschikt over een adequaat toezicht dat voldoet aan de regelgeving. Hierover wordt de gemeente ook bij iedere controle van de inspectie VROM geattendeerd, echter zonder het door de inspectie gewenste effect. De gemeente loopt dus hier een aanzienlijk risico dat bouwwerken die met name zonder omgevingsvergunning "bouwen" worden gebouwd, in afwijking van de regels van de bouwverordening en het Bouwbesluit worden gebouwd en hierdoor een gevaar kunnen opleveren voor de veiligheid van de mensen.

Uit de voorjaarsnota van 2008 blijkt het voornemen om gedurende 4 jaar gerekend vanaf 2009 jaarlijks extra gelden vrij te maken, zodat in 2012 het handavingsniveau op het gebied van op een voldoende niveau komt. Met de ieder jaar vrijkomende gelden zouden dan jaarlijks 2 fte extra in dienst kunnen worden genomen. Het voldoende niveau wordt echter ook met deze extra middelen niet geheel bereikt. Het college zal alsnog (Jaarlijks) prioriteiten moeten stellen. Zo kan bijvoorbeeld handhaving op het gebied van strijdig gebruik met het bestemmingsplan beperkt blijven en dus onvoldoende. Handhaving op het gebied van reclame heeft in het verleden bij het stellen van keuzen waarop wordt gehandhaafd een lage prioriteit toegekend gekregen, alleen "illegale" reclame-uitingen in de Binnenstad heeft gelet op de " Strategische visie 2020" toen een hogere prioriteit gekregen. Indien gedurende deze vier jaar niet jaarlijks 2 fte extra in dienst worden genomen zal dit ten lasten gaan van de keuzen die zijn gemaakt waarop wordt gehandhaafd.

De risico's die de gemeente loopt zijn onder andere bezwaar- en beroepsprocedures, precedentwerking, aantasting van de openbare ruimte, aantasting van de cultuurhistorische waarde en imagoschade. De kans hierop is groot.

4.7 Verzekering

De gemeente beschikt over een aansprakelijkheidsverzekering. Echter, zoals bij alle verzekeringen, vallen niet alle schades onder de dekking van de verzekering. Zo is schade in situaties waarbij sprake is van opzet en/of strijd met de wet en/of het gedogen van gevaarlijke situaties, niet verzekerd. Hierbij geldt dat in geval van strijd met de wet en het gedogen van gevaarlijke situaties er sprake moet zijn van bewust gekozen besluitvorming.

Ook het uitoefenen van bestuursdwang is uitgesloten van de dekking. Hierbij gelden er twee uitzonderingssituaties: indien voorafgaande aan het uitoefenen van bestuursdwang

- a. Een verzoek om schorsing of voorlopige voorziening is ingediend en afgewezen, of
- b. Een voor partijen bindend advies is uitgebracht, waaruit als conclusie voortvloeit dat een verzoek om schorsing of voorlopige voorziening (indien ingediend) zou worden afgewezen.

5 Vergunning en Handhaving

5.1 Vergunningen

5.1.1 Wanneer is een vergunning vereist

Beantwoording van de vraag of voor het plaatsen van reclame-uitingen vergunning nodig is en zo ja, welke vergunning, is ingevolge de regelgeving afhankelijk van:

- a. het soort reclame;
- b. de locatie waar de reclame geplaatst wordt;

- c. de vraag of de reclame-uiting permanent of tijdelijk is;

Vanuit het wettelijke kader en het gemeentelijke reclamebeleid kan men bij het plaatsen van een reclame-uiting in de openbare ruimte met drie soorten vergunningenstelsels te maken krijgen. Het bevoegd gezag is in hoofdregel Burgemeester en wethouders (uitzonderingen daar gelaten zie artikel 2.4 Wabo), zij beslissen uiteindelijk over de aanvragen. Echter in sommige situaties kan er ook zonder vergunning een reclame worden aangebracht.

- a. *Het soort reclame*
Zoals al is aangegeven kan een onderscheid gemaakt worden in handelsreclame en reclame voor ideële doeleinden. Dit onderscheid is mede van belang voor de vraag of er een vergunning nodig is en welke.
- b. *Locatie waar reclame-uiting is/wordt geplaatst*
Reclame-uitingen kunnen worden geplaatst op, aan of boven een weg en op eigen (particulier) terrein (onroerende zaak).

Weg

Volgens de begripsomschrijvingen van de Apv wordt onder weg verstaan:

1. de weg, als bedoeld in artikel 1, eerste lid, onder b, van de Wegenverkeerswet 1994, alsmede de daaraan liggende en als zodanig aangeduide parkeerterreinen;
2. de -al dan niet met enige beperking- voor het publiek toegankelijke pleinen en open plaatsen, parken, plantsoenen, speelweiden, bossen en andere natuurterreinen, ijsvlakten en aanlegplaatsen voor vaartuigen.
3. de voor publiek toegankelijke stoepen, trappen, gangen, die uitsluitend tot voor bewoning in gebruik zijnde ruimte toegang geven en niet afsluitbaar zijn;
4. andere voor het publiek toegankelijke, al dan niet afsluitbare stoepen, trappen, portieken, gangen, passages e.d.; de afsluitbare alleen gedurende de tijd dat zij niet door of vanwege degenen die daartoe naar burgerlijk recht bevoegd is, zijn afgesloten.

Het begrip "weg" omvat dus méér dan alleen gemeente-, en/of provinciale-, en/of rijkgrond. Ook particulier voor publiek toegankelijk terrein valt daaronder.

Eigen (particulier) terrein (onroerende zaak)

Onder eigen terrein wordt verstaan alle grond van particulieren, niet zijnde een weg.

- c. *Tijdelijk of permanent*
Voor kennelijk tijdelijk te plaatsen reclame-uitingen gelden andere regels dan voor permanent te plaatsen reclame-uitingen. Voor handelsreclame van kennelijk tijdelijke aard op of aan een onroerende zaak is onder voorwaarden geen vergunning nodig. Voor het plaatsen van tijdelijke handelsreclame op de weg is wel een vergunning vereist.

5.1.2 Benodigheden voor een vergunningaanvraag

Voor het verkrijgen van een besluit over de toelaatbaarheid van een reclame-uiting moet gebruik gemaakt worden van een aanvraag om een omgevingsvergunning. De aanvraag moet voldoen aan de wettelijke

vereisten voor het aanvragen van een vergunning (zie de Mor, ministeriële regeling omgevingsrecht) en daarbij moeten ten minste de volgende gegevens worden geleverd:

1. kadastrale aanduiding van de locatie van de reclame;
2. tekeningen van het gevelaanzicht, de plaatsing daarop van de reclame en de maten;
3. tekeningen en/of foto's van de straatwand en/of de omgeving, inclusief de in de nabijheid gelegen bouwwerken, voor zover nodig ter beoordeling van het uiterlijk van de reclame in verband met de omgeving;
4. een situatietekening van het gebouw of bouwwerk waaraan de reclame wordt bevestigd of van het terrein waarop de reclame wordt geplaatst;
5. de bestemmingen per bouwlaag van het gebouw waaraan de reclame wordt aangebracht;
6. een ontwerptekening van de eigenlijke reclame waarop de vorm, tekst, kleurnummering, materiaal, constructie en maat duidelijk zijn weergegeven;

7. de naam en het correspondentieadres van de melder, van de eigenaar en van de gebruiker van het bouwwerk waaraan de reclame wordt aangebracht of van de gronden waarop de reclame wordt geplaatst.

5.1.3 Soorten vergunningen

5.1.3.1 Provinciale Ontheffing

Voor alle reclame-uitingen buiten de bebouwde kom, uitgezonderd reclame-uitingen die omgevingsvergunningplichtig zijn voor de activiteit "bouwen", is een provinciale ontheffing nodig. Voor Noord-Holland staan de toetsingscriteria hiervoor beschreven in de Landschapsverordening Noord-Holland. Uitgangspunt is dat elk opschrift, aankondiging en afbeelding of constructie daarvoor, in principe, een aantasting van het landschapsschoon betekenen.

5.1.3.2 Omgevingsvergunning "reclame" op grond van de Apv

Voorwerpen of stoffen op, aan of boven de weg

Het betreft hier niet alleen reclame-uitingen, maar een breder terrein. Het voorstel van de VNG was afschaffing van de vergunningsplicht zodat men algemene regels heeft. Op basis van deze algemene regels kan dan later eventueel worden opgetreden. Met name in het belang van de verbetering van de kwaliteit in de Binnenstad is voorgesteld deze model-bepaling niet 1 op 1 over te nemen. Door het vrijgeven van de mogelijkheid tot het vergunningsvrij plaatsen van de dit soort reclame-uitingen (en we hebben het hier dan over alle uitdragingen die direct verwijzen door middel van een logo of tekst naar het bedrijf of de vereniging/instelling. Het gaat hier dus om vlaggen, uithangborden, driehoeksborden en bijvoorbeeld een super ijsje voor een ijssalon) ontstaat er een onrustig straatbeeld. Gevolg is ook dat de mensen gedwongen worden om ruim langs de winkels te lopen, omdat voor de winkels het vol staat met reclame-uitingen. Dit komt ook de verkoop niet ten goede, want de mensen kunnen zich dan geen goed beeld vormen wat de winkel aanbiedt en lopen er (wellicht ten onrechte) voorbij. Door het aan banden leggen van het aantal vrijstaande reclame-objecten tot maximaal 1 stoepbord (welke moet voldoen aan de criteria die hiervoor zijn opgesteld voor de Binnenstad) zal het plaatsen van losse reclame-uitingen worden tegengegaan, om de kwaliteit (een rustig straatbeeld) te kunnen bewerkstelligen. In artikel 2:10 Apv zijn daarom reclame-uitingen als bedoeld in artikel 4:15 Apv uitgezonderd.

Ontsierende, hinderlijke of gevaarlijke reclames e.d.

In beginsel is bij het opstellen van deze nota een reclamevergunning nodig voor reclame-uitingen die zichtbaar zijn vanaf de openbare weg of vanaf een andere voor het publiek toegankelijke plaats. Deze vergunningplicht voor reclame-uitingen is geregeld in de Apv. Uit jurisprudentie blijkt dat de Apv geen rechtsgrond mag zijn voor reclame-uitingen waarvoor een omgevingsvergunning "bouwen" nodig is, omdat daarop een hogere wet (Wabo) van toepassing is. Het voorstel van de VNG was afschaffing van de vergunningsplicht. Zij stelde de volgende verbodsbepaling voor: "Het is verboden op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren door middel van een opschrift, aankondiging of afbeelding waardoor het verkeer in gevaar wordt gebracht of ernstige hinder ontstaat voor de omgeving".

Bij deze voorgestelde verbodsbepaling van de VNG blijft het welstandsaspect buiten werking. Dit zou betekenen dat sinds de invoering van de Wabo alle niet-zelfstandigebouwwerken zolang zij het verkeer niet in gevaar brengen en er geen ernstige hinder ontstaat voor de omgeving, vergunningsvrij geplaatst zouden

mogen worden. Gedacht kan dan worden aan spandoeken die bevestigd worden aan de gevel, gevels waarop de reclame-uiting is geschilderd en aan reclame-uitingen die worden geplakt op de gevel. De reclame-uiting zou dan niet hoeven te voldoen aan de redelijke eisen van welstand.

Dit staat haaks op de doelstelling van het reclamebeleid welke inhoudt: regulering van de reclame-uitingen ter bescherming van onder andere de welstand.

In artikel 4:15 Apv is gelet op vorenstaande een reclameverbod opgenomen. Het betreft dan een verbod voor alle reclame-uitingen, ook reclame-uitingen op, aan of boven de weg. Een omgevingsvergunning "reclame" is dus nodig voor alle reclame-uitingen niet zijnde een (zelfstandig) bouwwerk (welstandstoets alsmede verkeersveiligheid en overlast). Hierop gelden een aantal uitzonderingen welke genoemd worden in dit artikel.

5.1.3.3 Omgevingsvergunning "Bouwen"

Als een reclame-uiting is aan te merken als (zelfstandig) bouwwerk, is een omgevingsvergunning "bouwen" vereist. Onder 'bouwwerk' wordt verstaan elke constructie van enige omvang van hout, steen, metaal of ander materiaal, die op de plaats van bestemming direct of indirect met de grond

verbonden is, of steun vindt in of op de grond. Mobiele reclame met enige omvang met een permanent karakter wordt ook gezien als een bouwwerk ingevolge de Wabo. Of een bouwplan (bouw)vergunningplichtig of -vrij is wordt bepaald in het Besluit omgevingsrecht (Bor).

Bij een aanvraag om omgevingsvergunning "bouwen" wordt het bouwwerk getoetst aan o.a. het Bouwbesluit, de gemeentelijke bouwverordening, het bestemmingsplan en redelijke eisen van welstand. Als blijkt dat geen omgevingsvergunning nodig is, dan hoeft het bouwplan dus niet vooraf door de gemeente getoetst te worden aan de bouwregelgeving. De gemeente kan echter achteraf een eigenaar van een reclame-uiting wel aanzetten om eventueel gebleken strijdigheden met het Bouwbesluit op te heffen.

Een vergunningvrij (zelfstandig) bouwwerk mag niet in ernstige mate in strijd zijn met redelijke eisen van welstand. Wanneer sprake is van een reclame die in ernstige mate strijdig is met redelijke eisen van welstand, wordt bepaald aan de hand van de richtlijnen in deze reclamenota of in de welstandsnota onder de titel van een zogenaamde excessenregeling. Daarmee kan ook repressief worden gehandhaafd (achteraf worden ingegrepen).

5.1.3.4 Omgevingsvergunning "Monumenten/beschermd stads- of dorpsgezicht"

Voor reclameobjecten op of aan geregistreerde monumenten danwel gelegen in een door de overheid aangewezen gebied beschermd stads- of dorpsgezicht, is naast de omgevingsvergunning "bouwen" ook een omgevingsvergunning "monumenten" vereist. Dit betekent dat in die gevallen ook wordt beoordeeld in hoeverre de monumentale waarde van het pand beïnvloed wordt door een reclame-uiting. Deze beoordeling vindt plaats op basis van de zogenaamde redengevende omschrijving van het monument. Voor rijksmonumenten kan de Rijksdienst voor Archeologie, Cultuurlandschap en Monumenten adviseren. Voor provinciale monumenten beslist de provincie en voor gemeentelijke monumenten adviseert de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit. Bevoegd gezag om te beslissen op de aanvragen om vergunning voor zowel een rijks-, provinciaal- als een gemeentelijk monument, is (behalve bij Defensieobjecten) het college van burgemeester en wethouders.

Door de registratie van een monument als rijksmonument, provinciaal monument of gemeentelijk monument is vastgelegd dat een bepaald pand en de omgeving een waardevol cultuurhistorisch karakter hebben die beschermd moeten worden. Het is dan van groot belang dat reclameobjecten op een harmonieuze manier opgenomen worden in de architectuur van het pand of daartoe zelfs aan bijdragen. De cultuurhistorische waarden van het monument dienen gerespecteerd te worden/daaraan mag geen afbreuk gedaan worden. In deze reclamenota zijn voor monumenten en beschermde stads- en dorpsgezichten specifieke richtlijnen opgenomen.

5.1.4 Procedures

De aanvraag voor een vergunning komt binnen op de afdeling Veiligheid, Vergunningen en Handhaving. In eerste instantie zal bepaald worden welke vergunning nodig is. De navolgende procedure wordt doorlopen bij de binnenkomst van een aanvraag.

5.1.4.1 Omgevingsvergunning "Reclame"

De termijn waarbinnen de aanvraag voor een omgevingsvergunning "reclame" moet zijn behandeld bedraagt in beginsel 8 weken (reguliere procedure). De beslistermijn kan eenmalig worden verlengd met maximaal 6 weken. In dat geval wordt de aanvrager daarvan schriftelijk in kennis gesteld binnen de termijn van acht weken en er dient tevens kennis van te worden gegeven in het Helders Weekblad. De beslistermijn van acht weken, na verlenging maximaal veertien weken, is fataal. Zoals aangegeven ligt de grondslag van het beoordelingskader voor een omgevingsvergunning "reclame" in de Apv. Op basis daarvan zal worden beoordeeld op verkeersveiligheid, overlast en uiterlijke verschijningsvorm. Daarnaast mag het aanbrengen van reclame-uitingen niet strijdig zijn met enige andere vastgestelde verordening of beleid (bestemmingsplan, bouwverordening, terrassenbeleid etc.).

De aanvraag om een omgevingsvergunning "reclame" wordt afgedaan door de afdeling Veiligheid, Vergunningen en Handhaving. Wanneer het een reclameobject in de openbare ruimte betreft, zal de afdeling Stadsbeheer om advies worden gevraagd. Deze afdeling toetst de aanvraag dan op verkeersveiligheid en aantasting van de openbare ruimte. De vergunning zal worden verleend indien het object voldoet aan de toetsingscriteria en de afdeling Stadsbeheer een positief advies heeft gegeven.

5.1.4.2 Omgevingsvergunning "Bouwen"

De formele afhandeling van de aanvraag voor een omgevingsvergunning "bouwen" duurt maximaal 8 weken met de mogelijkheid tot verdaging van ten hoogste nog eens 6 weken. In dat geval wordt de aanvrager daarvan schriftelijk in kennis gesteld binnen de termijn van acht weken en er dient tevens kennis van te worden gegeven in het Helders Weekblad. De beslistermijn van acht weken, na verlenging maximaal veertien weken, is fataal. Een uitzondering hierop is een aanvraag voor een omgevingsvergunning "bouwen" voor een Rijksmonument, hiervoor geldt de uitgebreide procedure (zie verder paragraaf 5.1.4.3).

Wanneer de binnengekomen aanvraag een omgevingsaanvraag "bouwen" betreft, wordt de vergunningaanvraag in behandeling genomen. Ambtelijk zal de aanvraag getoetst worden getoetst aan het Bouwbesluit, de bouwverordening en het bestemmingsplan. Dit wordt gedaan door een vergunningverlener van de afdeling Veiligheid, Vergunningen en Handhaving.

Wanneer een aanvraag niet ontvankelijk is, wordt in overleg gegaan met de aanvrager, waarbij de knelpunten worden aangegeven. Als de aanvrager zijn aanvraag niet wenst aan te passen/aan te vullen, dan wordt de aanvraag buiten verdere behandeling gelaten.

Indien een omgevingsvergunning "bouwen" is aangevraagd voor het plaatsen van een reclameobject geldt dat de aanvraag zal worden voorgelegd aan de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit ter beoordeling. De commissie beoordeelt dan het uiterlijk van de reclame, zowel op zich zelf staand als in relatie met de omgeving of de te verwachten ontwikkeling daarvan. De Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit hanteert daarvoor de omschrijvingen zoals vastgelegd in de welstandsnota. Voor zover deze hierin niet voorziet wordt de beschrijving uit de reclamenota gehanteerd. De commissie adviseert vervolgens aan het college of de reclame-uiting strijdig is met redelijke eisen van welstand.

5.1.4.3 Omgevingsvergunning "Monumenten/beschermd stads- en dorpsgezicht"

Wanneer een aanvraag om omgevingsvergunning wordt ontvangen voor plaatsing van een reclame-uiting op of aan een monument, dan moet ook een omgevingsvergunning "monumenten" worden aangevraagd. De aanvraag om omgevingsvergunning "monumenten", na ontvangst en de ontvankelijkheidstoets ter advisering doorgestuurd aan de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit bij een gemeentelijk monument, dan wel aan de Rijksdienst voor Archeologie, Cultuurlandschap en Monumenten bij een rijksmonument.

Overeenkomstig de Wabo is op de voorbereiding van een besluit op een aanvraag om omgevingsvergunning "monumenten" voor een rijksmonument, de afdeling 3.4 van de Algemene wet bestuursrecht van toepassing, met dien verstande dat artikel 3.12 Wabo in acht wordt genomen. De termijn voor het afhandelen van een omgevingsvergunning "monumenten" voor een rijksmonument is geregeld in de Wabo en bedraagt 26 weken. Deze termijn kan eenmalig met ten hoogste 6 weken worden verlengd (zie artikel 3.12, lid 8 Wabo).

De termijn waarbinnen een aanvraag omgevingsvergunning "monumenten" voor een gemeentelijk danwel een provinciaal monument, afgehandeld dient te worden is 8 weken (reguliere procedure). De beslistermijn kan eenmalig worden verlengd met maximaal 6 weken. In dat geval wordt de aanvrager daarvan schriftelijk in kennis gesteld binnen de termijn van acht weken en dient er tevens kennis van te worden gegeven in het Helders Weekblad. De beslistermijn van acht weken, na verlenging maximaal veertien weken, is fataal.

5.2 Handhaving

Wanneer men afwijkt van de in deze nota vastgelegde regels dient de gemeente actie te ondernemen. Het betreft dan een reclame die zonder of in afwijking van vergunning is geplaatst of als geen vergunning vereist is maar de reclame-uiting niettemin de verkeersveiligheid in gevaar brengt en/of overlast veroorzaakt dan wel ernstig in strijd is met redelijke eisen van welstand. Er is dan sprake van een exces.

Ingevolge artikel 125 van de Gemeentewet en artikel 5:21 ev. van de Algemene wet bestuursrecht is het college van burgemeester en wethouders bevoegd op te treden tegen overtreding van regels die het college uitvoert, met bestuursrechtelijke handhavingsinstrumenten.

Voordat men echter overgaat tot een handhavingprocedure krijgt de overtreder de kans om alsnog een vergunning aan te vragen of als legalisatie niet mogelijk is, wordt de overtreder vriendelijk verzocht binnen een bepaalde termijn de situatie te veranderen. Wanneer dit geen resultaat oplevert kan het college van burgemeester en wethouders een handhavingprocedure in gang zetten. Het is hierbij van belang dat de 'algemene beginselen van behoorlijk bestuur' in acht worden genomen (zorgvuldigheid, motivering, gelijkheid en rechtszekerheid). Daarin zijn een aantal stappen te onderscheiden. Het begint met de constatering van de overtreding. Die wordt gecontroleerd en vastgelegd. Vervolgens moet

worden vastgesteld of een sanctie het belang van de openbare ruimte dient. Daarbij worden ook de belangen van de overtreder gewogen in de besluitvorming. Wanneer men uiteindelijk overgaat tot het opleggen van bestuursdwang of het opleggen van een last onder dwangsom, dan is het van belang dat er consistent is gehandeld. Gelijke gevallen dienen gelijk te worden behandeld.

5.2.1 Handhavingsinstrumenten

Wanneer er geen verandering in de situatie is gebracht door de overtreder zal de gemeente, al naar gelang de situatie, bepalen welk handhavinginstrument wordt ingezet. Er zijn een aantal mogelijkheden:

Opleggen spoedeisend bestuursdwang, zijnde een bevel tot stilleggen van de bouw,

Om een ongewenste ontwikkeling te voorkomen wordt er snel opgetreden. Meestal wordt dit alleen toegepast in acute situaties. Dit kan zijn bij gevaar voor veiligheid, bij onaanvaardbare hinder voor derden of bijvoorbeeld bij gevaar van aantasting van omliggende bebouwing. De bevoegdheid hiervoor heeft het college van burgemeester en wethouders. Bij het plaatsen van reclame-uitingen wordt dit instrument niet vaak gebruikt aangezien een situatie zelden acuut is.

Opleggen last onder bestuursdwang

De gemeente heeft het recht om tegen de wil van de overtreder een eind te maken aan de illegale situatie. Dit middel wordt vooral bij acute situaties toegepast waarbij er sprake is van korte termijnen en snelle besluitvorming.

Als het gaat om reclame-uitingen op de weg/in het openbaar groen wordt in ieder geval gekozen voor bestuursdwang. Vaak wordt door misplaatste borden of mobiele reclameobjecten overlast ervaren en dan moeten deze op korte termijn verwijderd worden. Wordt aan een aanzegging tot verwijdering van een

reclame-uiting niet binnen de daarvoor gestelde termijn voldaan, dan zal deze reclame-uiting door de gemeente op kosten van de overtreder worden verwijderd. De reclame-uiting kan dan tegen betaling teruggehaald worden bij de gemeentelijke werkplaats.

Opleggen last onder dwangsom

Het college kan voor een last onder dwangsom kiezen als het belang dat het betrokken voorschrift beoogt te beschermen, zich daartegen niet verzet. Kortom: de dwangsom mag niet worden gekozen als niet het risico mag worden gelopen dat de overtreding ondanks de last onder dwangsom nog zou worden voortgezet of herhaald. Bij gebruik van een dwangsom wordt de overtreder in de gelegenheid gesteld zelf een einde te maken aan de illegale situatie. De last kan van kracht blijven na de verwijdering zodat bij het opnieuw plaatsen van de reclame de dwangsom alsnog kan worden opgelegd.

Wanneer het gaat om permanente reclame zal merendeels worden gekozen voor het opleggen van een dwangsom, omdat daarmee het doel (de verwijdering) op de minst bezwarende wijze kan worden bereikt. De hoogte van de dwangsom zal afhankelijk zijn van de aard van de reclame (handelsreclame of ideële reclame) en de locatie. Wanneer het gaat om handelsreclame zal de dwangsom hoger zijn dan wanneer het om ideële reclame gaat.

Geheel of gedeeltelijk intrekken van de vergunning

Het college van burgemeester en wethouders kan ook als bevoegd gezag de omgevingsvergunning geheel of gedeeltelijk intrekken wanneer er sprake is van een vergunningsplichtig reclameobject, wanneer niet overeenkomstig de vergunning is of wordt gehandeld, dan wel wanneer aan de vergunning verbonden voorschriften of regels niet worden nageleefd. Dit mag echter pas wanneer de overtreder in de gelegenheid is gesteld binnen een bepaalde termijn zijn handelen alsnog in overeenstemming te brengen met de vergunning. Dit instrument ontnemt iemands rechten, maar je dwingt hiermee niet af om iets te doen of te laten. In de praktijk zal dit instrument bij reclame-uitingen zelden worden ingezet, hoogstens bij de vergunningen die zijn verleend aan één partij voor het plaatsen van reclame in het openbaar groen.

Gedacht wordt hierbij aan de contracten die zijn gesloten voor het plaatsen van abri's, mupi's, billboards en driehoeksborden/sandwichborden.

Gedogen

Wanneer de gemeente bekend is met een illegaal feit, maar geen actie onderneemt spreekt men over gedogen. De gemeente geeft aan dat er van handhaving wordt afgezien. De gemeente mag in principe geen illegale situatie gedogen. Dit is in strijd met de beginselplicht die de gemeente heeft om op te treden tegen situaties die in strijd zijn met de geldende wetgeving. Gedogen is slechts aanvaardbaar wanneer het een uitzonderingsgeval is, wanneer het gedogen van de illegale situatie een tijdelijk karakter heeft, wanneer het beperkt is in omvang en alleen wanneer zorgvuldig alle belangen zijn bekeken (zie

gedoogstrategie in "Handhaving Gemeente Den Helder, Deel 1 (Wet algemene bepalingen omgevingsrecht)".

Strafrechtelijk optreden

De gemeentelijk opsporingsambtenaren (GOA's) mogen in bepaalde situaties een proces-verbaal opmaken. In het boekje "lijst van feiten betreffende misdrijven, overtredingen en Mulder Gedragingen" staan de situaties opgenoemd. Zo mag een GOA bijvoorbeeld een proces-verbaal opmaken wanneer zij "kladden" constateren.

5.2.2 Procedure

Reclame op eigen terrein:

Indien duidelijk is dat voor reclame-uitingen die geplaatst zijn zonder de benodigde vergunning, alsnog geen vergunning kan worden verleend, worden betrokkenen aangeschreven de borden te verwijderen. Daarbij bestaat de keuze tussen het opleggen van een last onder bestuursdwang of het opleggen van een last onder dwangsom. Gekozen wordt voor het opleggen van een dwangsom, omdat daarmee het doel (de verwijdering) op de minst bezwarende wijze kan worden bereikt. De hoogte van de dwangsom zal afhankelijk zijn van de aard van de reclame (handelsreclame of ideële reclame) en de locatie. Wanneer het gaat om handelsreclame zal de dwangsom hoger zijn dan wanneer het om ideële reclame gaat. Voor locaties die bij uitstek ongeschikt zijn voor reclame-uitingen (dit is geregeld in de Welstandsnota) zal een hogere dwangsom opgelegd worden dan voor situaties elders.

Voor (permanente) reclame-uitingen op eigen terrein die zonder de benodigde vergunning zijn geplaatst voor het vaststellen van deze reclamenota "Bedrijven (prostitutie) in beeld", wordt een overgangsperiode gehanteerd. Deze reclame-uitingen mogen gedurende een overgangstermijn van drie jaar aanwezig zijn en moeten dan verwijderd zijn/worden. De houder van de reclame-uiting dient zelf aan te tonen dat de betreffende uiting voor de vaststelling van deze nota aanwezig/geplaatst was.

Reclame op de weg

Als het gaat om reclame-uitingen op de weg wordt gekozen voor bestuursdwang. Vaak wordt door misplaatste borden overlast ervaren en dan moeten deze op korte termijn verwijderd worden. Ook gaat het vaak om korte termijn reclames. Wordt aan een aanzegging tot verwijdering van een reclame-uiting niet binnen de daarvoor gestelde termijn voldaan (het betreft hier een korte termijn van bijvoorbeeld 1 dag), dan zal deze reclame-uiting door de gemeente op kosten van de overtreder worden verwijderd. De reclame uiting kan dan tegen betaling teruggehaald worden bij de gemeentelijke werkplaats.

Wildplakken

Ook bij wildplakken op niet aangewezen plaatsen wordt gekozen voor bestuursdwang. Wordt aan de aanzegging tot verwijdering van de wildplak-affiches niet binnen de daarvoor gestelde termijn voldaan (het betreft ook hier een korte termijn van bijvoorbeeld 1 dag), dan zullen de affiches door de gemeente op kosten van de overtreder worden verwijderd. Omdat vaak niet bekend zal zijn wie de overtreder is, zal ten alle tijden de organisatie die wordt genoemd op de affiches hierop worden aangesproken. Wanneer een GOA een plakker op heterdaad betrapt kan zij ook een proces-verbaal opmaken. De Officier van Justitie bepaalt dan vervolgens het boetebedrag.

6 Overgangsrecht

In de gemeente zijn vele reclames aanwezig, die -al dan niet met vergunning aangebracht- afwijken van de in deze notitie neergelegde criteria. Er dient derhalve te worden voorzien in een overgangsregeling. Hierbij zullen de volgende uitgangspunten worden gehanteerd:

1. deze regeling treedt in werking met ingang van de dag na bekendmaking;
2. reclames die thans aanwezig zijn op basis van een door ons verleende vergunning en die niet voldoen aan de in deze notitie neergelegde criteria mogen (gedurende de periode waarvoor de vergunning is verleend) worden gehandhaafd. Bij wijziging moet worden voldaan aan de nieuwe richtlijnen;
3. tegen thans aanwezige reclames, die zijn aangebracht zonder dat daarvoor door ons vergunning is verleend, zal handhavend worden opgetreden. Rekening houdend met de begunstigingstermijn als gesteld in paragraaf 5.2.2, zullen wij overgaan tot verwijdering, zonedig onder bestuursdwang, van zonder vergunning aangebrachte reclames.

6.1 Vergunning/overgangsrecht

Verzoeken om vergunning moeten overeenkomstig het in deze nota weergegeven beleid afgehandeld worden. Indien sprake is van een reclame-uiting die niet past in dit beleid, maar waarvoor in het verleden vergunning is afgegeven, mag deze aanwezig blijven totdat deze uiting aan vervanging toe is. Bij vervanging dient de vergunninghouder conform de wettelijke bepalingen en de huidige criteria te handelen.

6.2 Handhaving/overgangsrecht

Voor de reclameobjecten die zonder vergunning zijn gerealiseerd, heeft dit nieuwe beleid de volgende gevolgen:

1. Alle wijzigingen van reclameobjecten na de vaststelling van deze nota moeten voldoen aan de vastgestelde criteria;
2. Er zal handhavend worden opgetreden tegen thans aanwezige reclameobjecten die dan niet voldoen aan het nieuwe beleid. Hierbij zal rekening gehouden worden met het overgangsrecht genoemd onder 6.

Nieuwe reclame-uitingen

Vanaf heden zullen de handhavers openbare ruimte van de afdeling VVH een oog- en oorfunctie gaan vervullen. Wanneer zij een nieuwe of een wijziging van een reclame-uiting constateren zullen zij eerst gaan verifiëren of hiervoor een vergunning is verleend. Zo ja dan ondernemen zij geen actie. Zo niet dan nemen zij contact op met de eigenaar (door bijvoorbeeld het winkelpersoneel aan te spreken) en een folder af te geven. In deze folder staan de richtlijnen waaraan een reclameobject moet voldoen. De eigenaar kan dan zelf beoordelen of legalisering mogelijk is of niet. De eigenaar moet de reclame-uiting verwijderen als legalisering niet mogelijk is. Voor het indienen van een aanvraag dan wel het verwijderen wordt een termijn gegeven van 4 weken. Hierna controleert de handhaver openbare ruimte of een aanvraag is ingediend of dat de reclame is verwijderd. Zo niet dan zal een handhavingprocedure worden opgestart door de ambtenaar die belast is met de handhaving van reclame-uitingen vergunningsplichtig op grond van de Wabo.

Bestaande reclame-uitingen

Iedere ondernemer/onderneming binnen de gemeente Den Helder ontvangt na vaststelling van dit reclamebeleid een brief waarin informatie wordt gegeven over het nieuwe reclamebeleid en de gevolgen hiervan. De ondernemer wordt hierbij in de gelegenheid gesteld om indien nodig een vergunning aan te vragen voor de eventueel door hem geplaatste reclame-uiting voor zover hiervoor nog geen vergunning is verleend.

Opgemerkt wordt dat dit jaar in het kader van de invoering van reclamebelasting, een opname is gemaakt van alle reclame-uitingen die in de binnenstad van de gemeente zijn geplaatst. Naast de doelstelling zoals deze is opgenomen in de Strategische visie 2020, zal mede hierdoor in eerste instantie prioriteit worden gegeven aan de Binnenstad, hier is al een nulsituatie gecreëerd. Hierna zal per wijk/gebied de handhaving worden opgepakt. Alle reclames zullen dan wijk/gebiedsgewijs door de handhavers openbare ruimte op foto worden vastgelegd (nulsituatie). Ook krijgt iedere eigenaar/ieder bedrijf dan een standaardbrief met folder waarin het beleid nogmaals wordt uitgelegd inclusief het overgangsrecht.

Na elke opname per gebied/wijk kan een raming worden gemaakt van de uren die worden gemaakt in het kader van de inhaalslag reclame. Dit op basis van de vastgelegde nulsituatie afgezet tegen het aantal legale situaties. Dit wordt dan opgenomen in het handhavingprogramma van dat jaar danwel het komende jaar.

7 Communicatieplan

Inleiding

De reclame is in opmars. Iedere onderneming wil zijn bedrijf onder de aandacht brengen. Hierbij staat merendeels voorop "hoe kan ik mijn buurwinkel overtreffen". Ook in Den Helder zie je steeds vaker reclame in de openbare ruimte. Hierbij wordt niet (altijd) rekening gehouden met de mate van aantasting van het openbaar gebied. Gebleken is dat het in 1996 vastgestelde reclamebeleid niet/niet afdoende bekend is bij de doelgroep. In deze nota is de reclamenota uit 1996 geëvalueerd en is reeds rekening gehouden met de ontwikkelingen van de afgelopen jaren en de komende jaren.

In de notitie 'Bedrijven in beeld' staat beschreven hoe Den Helder de reclame in het openbaar gebied beter wil reguleren. Het gaat hier om een gedeelde verantwoordelijkheid. Bedrijven moeten het nut en het effect inzien van het nieuwe beleid en er naar gaan handelen. Daarnaast is het de verantwoorde-

lijkheid van de gemeente om vergunningen te verlenen en zo nodig handhavend op te treden tegen situaties die in strijd zijn met het vastgestelde beleid.

Informatieplicht

Op basis van de Wet openbaarheid van bestuur en de Algemene wet bestuursrecht is er geen inspraak verplicht. Wel is het zo dat de gemeente haar beleid bekend moet maken. Om draagvlak te creëren voor de notitie en ervoor te zorgen dat men uiteindelijk handelt zoals in de notitie is aangegeven, is het belangrijk zorgvuldig met de diverse doelgroepen te communiceren. Vanwege het onderwerp kan de notitie de nodige tegenstand opleveren, maar ook de nodige medestand. Ondernemers die hun bedrijf/product willen aanprijzen, zullen dit 'recht' niet zomaar willen opgeven. Aan de andere kant zullen voorstanders van het nieuwe beleid willen dat de gemeente het reclame maken aan banden legt. Gelijk als de huidige reclamenota is opnieuw gekozen voor gebiedsgerichte criteria. Het nieuwe beleid vraagt een goede uitleg naar de diverse doelgroepen toe, zodat zij begrijpen wat wel en niet mag. En vooral ook waarom iets wel of niet mag. Dit moet zorgvuldig gebeuren in onder meer informatiebijeenkomsten, folders, brieven, artikelen in de media, enz.

Communicatiedoelen

Communicatiedoelen hebben altijd betrekking op kennis, houding en gedrag. Je wilt dat mensen iets te weten komen, dat zij hun houding ten opzichte van iets veranderen en/of dat zij hun gedrag gaan veranderen. De communicatiedoelen zijn:

- de doelgroepen weten dat de gemeente van plan is nieuw beleid vast te stellen voor reclame in het openbaar gebied;
- de doelgroepen weten wat het nieuwe beleid inhoudt;
- de doelgroepen staan positief of neutraal tegenover het nieuwe beleid;
- de doelgroepen houden zich aan het nieuwe beleid en gaan handelen volgens dit nieuwe beleid;
- de doelgroepen zich ervan bewust zijn dat er sprake is van een gedeelde verantwoordelijkheid.

Middelen

Voor de communicatie kunnen diverse middelen ingezet worden. Hierbij kan onderscheid gemaakt worden tussen interne en externe doelgroepen. Hieronder volgt schematisch een overzicht van welke middelen voor welke doelgroepen ingezet kunnen worden. Daarna volgt een omschrijving van de middelen. De middelen die voor de doelgroepen genoemd zijn, zijn een mogelijkheid om te communiceren. Dat betekent niet dat ze te allen tijde ingezet moeten worden.

	inspraak	bijeenk.	vrl.pag	internet	brieven	folder	persb.
cie SOS		X					
	inspraak	bijeenk.	vrl.pag	internet	brieven	folder	persb.
Inwoners OH	X	X	X	X		X	
Winkeliersverenigingen/ ondernemersverenigingen	X	X	X	X	X	X	
Onroerend goed bemiddelaars	X		X	X	X	X	
Pers							X

Inspraak: via inspraak kan men vóórdat de notitie is vastgesteld door B&W, reageren op het voorgenomen beleid. Iedereen kan zijn of haar op- en aanmerkingen geven op de notitie. De diverse gremia die uiteindelijk over het nieuwe beleid gaan besluiten, kunnen deze reacties laten meewegen in hun beslissing. Men kan bijvoorbeeld besluiten de notitie op bepaalde punten aan te passen. Of er niets mee te doen. Natuurlijk moet wel goed uitgelegd worden waarom men wel of niet iets met reacties doet. Juist met een onderwerp zoals dit waarbij de belangen groot zijn, is het goed om inspraak te houden. Dit komt het draagvlak voor het nieuwe beleid ten goede.

Voorlichtingsbijeenkomsten: om de doelgroepen goed te kunnen uitleggen wat de gemeente van plan is en waarom, zijn voorlichtingsbijeenkomsten heel geschikt. Het is verstandig deze bijeenkomsten te houden vóórdat het beleid is vastgesteld. Eventuele bezwaren kunnen zo wellicht voorkomen worden. Het grote voordeel van bijeenkomsten is dat men direct en persoonlijk kan reageren, dat er meteen feedback mogelijk is. Dit vergroot het draagvlak voor het beleid.

Voorlichtingspagina: de officiële publicatie voor de inspraakprocedure wordt op de voorlichtingspagina gepubliceerd. Het is verstandig tegelijk een achtergrondartikel te plaatsen waarin het hoe en waarom van het nieuwe, voorgenomen, beleid wordt uitgelegd. Op deze manier kunnen diverse doelgroepen hiervan kennis nemen.

Internetsite: via de internetsite kan dezelfde informatie gebracht worden als die op de voorlichtingspagina komt te staan. Na vaststelling van het beleid is het verstandig dit op te nemen op de internetsite,

zodat iedereen kan lezen hoe er in de gemeente Den Helder met reclame in het openbaar gebied wordt omgegaan .

Voorlichtingsbrieven: via voorlichtingsbrieven aan ondernemersverenigingen en winkeliersverenigingen kan

heel gericht een doelgroep benaderd worden. Zo kunnen de ondernemers en winkeliers op de hoogte gebracht worden van het nieuwe beleid, en uitgenodigd worden voor informatiebijeenkomsten.

Folder: in een folder kan het nieuwe beleid uitgelegd worden. Deze folder kan meegegeven worden aan bijvoorbeeld toekomstige ondernemers/winkeliers in de gemeente, of aan de winkeliersverenigingen, ondernemersverenigingen en onroerend goed bemiddelaars gegeven worden.

Persbericht: via een persbericht kan bekend gemaakt worden dat de gemeente nieuw beleid heeft vastgesteld. Mocht het nieuwe beleid tot acties leiden (bijvoorbeeld dwangsom of bestuursdwang) dan kan dit via een persbericht bekend gemaakt worden.

Planning

25 april 2011	aanleveren nota aan concernstaf
3 mei 2011	bespreking nota door college B&W
19 mei 2011	publicatie inspraak
7juni2011	interactieve bijeenkomst met diverse partijen (ondernemers- en winkeliersverenigingen en burgers)
3 juli 2011	einde inspraak
18 juli 2011	aanleveren nota aan concernstaf
2 augustus 2011	behandeling door college B&W
5 september 2011	behandeling door commissie S&B (advies aan Raad)
16 april 2012	aanleveren nota aan concernstaf
24 april 2012	behandeling door college B&W
21 mei 2012	behandeling door commissie S&B (advies aan Raad)
4 juni 2012	vaststelling door Raad
3 ° kwartaal 2012	informereren van de externe doelgroep over definitief/vastgesteld beleid
3 ^{de} kwartaal 2012	uitgifte folder

Bijlage 1:

Begrippenlijst en afkortingenlijst

Abri	een bushaltehokje met verlichte tweezijdige vitrine met vaak dubbelzijdige reclameposters
Apv	Algemene plaatselijke verordening
Banieren	vlaggen waarvan de hoogte groter is dan de lengte
Digitale reclame	electronische schermen of objecten die worden gebruikt om het publiek te informeren. <ul style="list-style-type: none">- Digital signage advertising: out-of-home-advertising waarin content en boodschappen worden weergegeven op digitale borden met het doel om gerichte boodschappen te geven op specifieke locaties op specifieke tijdstippen met diverse technieken zoals LED en LCD.;- digitale informatiezuilen;- elektronische informatiesystemen.
Handelsreclame	een permanent dubbelzijdig reclamebord waarbij één zijde wordt gebruikt voor commerciële doeleinden en een zijde voor publicaties van informatieve aard van de gemeente
Mupi	een permanent dubbelzijdig reclamebord waarbij één zijde wordt gebruikt voor commerciële doeleinden en een zijde voor publicaties van informatieve aard van de gemeente
SB	afdeling Stadsbeheer
RWO	afdeling Ruimte, Wonen en Ondernemen
WH	afdeling Veiligheid, Vergunningen en Handhaving
Wabo	Wet algemene bepalingen omgevingsrecht
Wro	Wet ruimtelijke ordening

Bijlage 2: Bronnen

Internet:

- <http://www.alkmaar.nl>
- <http://www.eersel.nl>
- <http://www.heemstede.nl>
- <http://www.heerhugowaard.nl>
- <http://www.jcdecaux.nl>
- <http://www.voogdpromotions.nl>
- <http://www.rechtspraak.nl>
- <http://www.nhd.nl>

boeken:

- Beleidsnota's die doorwerken, Hoppe e.a., Coutinho Bussum, ISBN 90 62 83 42 7 -2
- Woordenboek der Nederlandse Taal (dikke Van Dale)
- Algemene wet bestuursrecht, Tekst en Commentaar vijfde druk, ISBN 978 90 130 2296 4
- Wet algemene bepalingen omgevingsrecht, Tekst en Commentaar ISBN 978 90 13 05559 7
- Werken aan juridische kwaliteitszorg, Elsevier, ISBN 90 5901 590 8
- Rapportagetechniek, Wolters Noordhoff, ISBN 90 01 29138 4

Andere bronnen: (tijdschriften, rapporten, brochures en dergelijke)

- Reclame(borden)beleid 1996 van Den Helder
- Welstandsnota Den Helder, vastgesteld op 12 mei 2004, gewijzigd 18 januari 2010.
- Programmatisch handhavingsbeleid "Meer dan Handhaving", vastgesteld 2 maart 2006
- Begroting over het jaar 2007 van de gemeente
- Algemene plaatselijke verordening, in werking getreden 18 november 2011
- De nota "Handhaving Gemeente Den Helder, deel 1 en deel 2", vastgesteld 1 december 2011
- Gemeentelijk beleid voor reclame in de openbare ruimte, door de Stichting Welstandszorg Noord-Holland i.s.m. OSL Rotterdam
- Lijst van feiten betreffende misdrijven, overtredingen en Mulder gedragingen, door het Ministerie van Justitie
- Houdbaar handhavingsrecht, door F.C.M.A. Michiels

Bijlage 3: algemene richtlijnen voor reclame.

- Reclames dienen technisch, reclametechnisch en visueel optimaal te worden aangepast aan het gebouw en/of ingepast in de omgeving en mogen niet ontsierend zijn zowel ten opzichte van het goed waaraan de reclame is bevestigd als ten opzichte van de omgeving;
- Er moet een direct verband bestaan tussen de reclame-uiting en de activiteiten die in het pand plaatsvinden, m.u.v. reclame-uitingen op sportvelden in het kader van sport-sponsoring;
- Reclame-uitingen mogen voor de omgeving niet hinderlijk zijn (voor gebruikers, omwonenden en het verkeer);
- Reclames aan gevels mogen in het algemeen niet hoger worden aangebracht dan de onderkant van de verdiepingsvloer van de eerste verdieping. In incidentele gevallen kan van deze algemene regel worden afgeweken indien het gaat om panden waarin op meerdere verdiepingen bedrijfsactiviteiten plaatsvinden, opslag van goederen uitgesloten;
- Het aantal, de grote en de soort van de per gebouw toelaatbare reclames zijn afhankelijk van de afmeting, de schaal, de structuur en de aard van het gebouw, alsmede van het reclameobject op zich en in zijn omgeving;
- Uitgaande van de afmeting, de schaal, de structuur en de aard van het gebouw, het profiel en de breedte van de straat wordt van geval tot geval bepaald hoe ver een reclame-object uit het gevelvlak mag steken, met dien verstande, dat in het algemeen de reclameobjecten ten hoogste 70 cm (incl. bevestiging) buiten het gevelvlak mogen steken;
- Uit het gevelvlak stekende reclame-objecten dienen niet hoger te worden aangebracht dan de scheiding van de begane grond en de eerste verdieping;
- (Licht)reclame onmiddellijk achter ramen of deuren, met uitstraling naar buiten, wordt als reclame object aangemerkt;
- Twee vlaggen/banieren worden gelijk gesteld met één reclame-object loodrecht op de gevel. N.B. In het gebied "binnenstad" zijn geen vlaggen/banieren toegestaan;
- Reclame op luifels en zonneschermen wordt toegestaan als zij bestaan uit losse letters (geschilderd of plakletters) op de onderflap/onderrand;
- Reclameobjecten moeten aan goede technische en constructieve eisen voldoen. Zij moeten vervaardigd zijn van duurzaam materiaal en goed onderhouden worden;
- Wanneer het aanlichten van reclame is toegestaan mag dit slechts in beperkte mate (zwakke aanlichting) en de hoeveelheid lux mag niet hinderlijk zijn voor de bewoners of gebruikers van het betreffende pand en de belendende panden.

Als ontsierende reclame worden in ieder geval aangemerkt:

- a. reclames die niet voldoende in harmonie zijn met de architectuur van het gebouw en/of met het karakter van de omgeving;
- b. reclames waarvan de bevestigingsconstructie in verhouding tot de aan te brengen reclame en het gebouw te ver uit het gevelvlak steekt, danwel reclames die niet loodrecht op of niet evenwijdig aan en vlak tegen de gevel zijn geplaatst;
- c. geen lichtcouranten (m.u.v. welkomst-/evenementenborden) of lichtreclame met veranderlijk of knipperend licht.
- d. reclames, waarvan de opschriften niet zijn samengesteld uit esthetisch verantwoorde letters en/of tekens, alsmede die waarvan de tekst, eventueel in combinatie met een afbeelding, grafisch niet goed verzorgd is;
- e. reclames waarvan de kleurstelling in disharmonie is met het pand en/of de omgeving (dus geen felle kleuren). Huisstijl (kleurstelling) is in beperkte mate toegestaan mits welstandelijk aanvaardbaar (ter beoordeling commissie Ruimtelijke Kwaliteit);
- f. reclames in de vorm van lichtreflexborden;
- g. reclames aangebracht op borden welke vervaardigd zijn van niet deugdelijk of niet weerbestendig materiaal;
- h. reclames op displays (sandwichborden e.d.) en spandoeken;
- i. lichtbakken (verlichte losse letters wel aanvaardbaar);
- j. reclames aangebracht door het dichtplakken van raampartijen op de begane grond danwel de verdieping van een pand;
- k. reclames die mechanisch bewegen;
- l. toevoeging van nieuwe lichtmastreclame;
- m. reclames die zijn aangebracht op/aan de openbare weg danwel openbaar groen in de vorm van krijt of verf (of aanverwante materialen);
- n. reclames die zijn aangebracht op een pand welke niet (meer) in gebruik is (pand staat leeg/te huur/te koop)
- o. gevelbeschilderingen die dienen als reclame-uiting;

p. reclames op rolluiken/rolschermen/rolhekken.

Bijlage 4: **gebiedgerelateerde richtlijnen voor reclame**

Reclame-uitingen in woongebieden (inclusief positief bestemde bedrijfsbebouwing in een woonomgeving)

In een gebied waar hoofdzakelijk wordt gewoond hoort geen reclame. Er ontbreekt immers een relatie tussen het wonen en reclame. Uitzonderingen zijn huizen met een praktijkruimte voor het uitoefenen van een vrij beroep (de arts, architect of en verzekeringsadviseur) of hiermee vergelijkbare functies. In dergelijke gevallen is een bescheiden aanduiding aanvaardbaar op of aan de gevel, bij de voordeur of bij de toegangsdeur van het bedrijf.

Plaatsing en aantal

- Eén reclame uiting per woning/perceel;
- Bevestiging tegen de gevel t.p.v. de bedrijfstoegang;
- Bij aanwezigheid van voortuinen is plaatsing van een bord in de tuin denkbaar, mits zorgvuldig (als tuinmeubel) vormgegeven, geïntegreerd in het tuinontwerp. Het toepassen van beperkte aanlichting (zwak) is toelaatbaar. Totaalhoogte maximaal 1 meter.

Maatvoering

- geen grotere oppervlakte dan 0,5 m²;
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden en/of vignet (geen merkreclames!).

Vormgeving

- De reclame-uiting is aangebracht op een plat bord dan wel losse letters tegen de gevel op de begane grond van het onroerend goed;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren.

Overige

- De reclame-uiting moet betrekking hebben op de dienst die wordt verleend of het bedrijf of het beroep dat wordt uitgeoefend in/op de onroerende zaak;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Voor bedrijfsbebouwing met een positieve bestemming in een woonomgeving gelden de volgende uitgangspunten:

Plaatsing en aantal

- Maximaal één reclame-uiting per naar de straat gekeerde gevel met een voor publiek toegankelijke entree.
- Permanente reclamezuilen die losstaan van de gevel zijn in beginsel niet toegestaan;
- Gecentreerd aangebracht op de borstwering van de eerste verdieping, niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping. Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen.
- Het integreren van vrijstaande bescheiden reclametekens in de voortuin is denkbaar mits plaats, vormgeving en kleur worden afgestemd op de omgeving. Het toepassen van lichtbakken is dan niet toelaatbaar, beperkte aanlichting wel. De maximale hoogte van een dergelijk element is sterk afhankelijk van de situatie, doch mag de 2.25 m niet overschrijden;
- Reclame op dakranden en dakgoten worden niet toegestaan;
- Het per bedrijf plaatsen van vlaggenmasten/banieren is niet toegestaan.

Maatvoering

- reclames evenwijdig aan de gevel:
 - o Gecentreerd aangebracht op de borstwering van de eerste verdieping, niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping. Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen.
 - o Maximaal 50% van de gevelbreedte, niet hoger dan 45 cm en maximaal 25 cm dik;
 - o Geen lichtreclame;
 - o Achter en/of op ramen, gaat ten koste van 50% van reclame op de gevel;
- reclames loodrecht op de gevel:

- o Niet hoger aangebracht dan de onderkant van de verdiepingsvloer van de eerste verdieping. (let op verkeer: hoogte minimaal 2.20 m boven het trottoir en tenminste 4.20 m boven de rijweg);
 - o Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen;
 - o Ten hoogste 70 cm (inclusief bevestiging) buiten het gevelvlak stekend;
 - o Niet groter dan 1.00 m²;
 - o De dikte van het object mag niet meer bedragen dan 25 cm.
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden en/of vignet (geen merkreclames!).

Vormgeving

- In de voorgevel moet de reclame-uiting als zelfstandig element zijn vormgegeven. Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft hierdoor ondergeschikt aan het gebouw;
- Reclame op luifels en zonneschermen wordt toegestaan als zij bestaan uit losse, geschilderde letters of plakletters;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren.

Overige

- Geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Reclame-uitingen in winkelgebieden (uitgezonderd Binnenstad)

In gebieden met een uitgesproken winkelkarakter zijn de mogelijkheden om reclame te maken ruimer dan in woongebieden. In het algemeen kan worden gesteld dat reclame bij winkels op de begane grond moet worden geplaatst. Daardoor ontstaat een logische relatie tussen het reclameteken en de functie. Bovendien wordt de overlast voor eventuele bovenwoningen hierdoor beperkt. Voor de binnenstad gelden andere welstandscriteria.

Plaatsing en aantal

- Het aan de gevel aanbrengen van reclameborden, geschilderde of losse tekens/letters, vlaggen, banieren zijn toelaatbaar;
- Geen reclame aangebracht op bouwlagen met een woonbestemming of bouwlagen met een bedrijfsbestemming zonder publieksfunctie, tenzij in de woning een praktijkruimte voor het uitoefenen van een vrij beroep zit;
- Maximaal twee reclame-uitingen per gevel;
- Losse reclameletters op de dakrand mogen alleen aangebracht worden bij grotere gebouwen waarin meerdere winkels zijn gevestigd. Deze reclame moet bij de hoofdingang van - bijvoorbeeld - een winkelcentrum komen. Gedacht kan worden aan de naam van een winkelcentrum;
- Permanente reclamezuilen die losstaan van de gevel zijn niet toegestaan;
- Maximaal een stoepbord per bedrijf bij voorkeur binnen 1 meter uit de gevel van het betreffende bedrijf, maar maximaal 30cm uit de stoeprand, mits de verkeersveiligheid niet in het geding komt;
- Het per bedrijf plaatsen van vlaggenmasten is niet toegestaan. Bedrijven kunnen samen voor het totale winkelgebied een overzichtsplan maken dat door de gemeente en de Welstandscomm is-siewordt beoordeeld;
- Lichtbakken en verwijfsborden zijn niet toegestaan;
- Reclamevlaggen/banieren tot een maximum van één vlag/banier per 4 m. gevellengte. Per gevel/perceel mogen maximaal twee gevelvlaggen/banieren worden aangebracht (het betreft hier vlaggen/banieren aan de gevel en niet in masten!);
- Gevelreclame moet loodrecht op, of evenwijdig en vlak aan de gevel worden geplaatst.

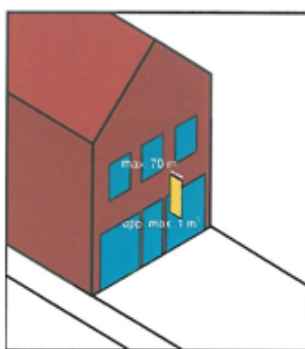
Maatvoering van reclames loodrecht op de gevel

- Niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping (let op verkeer: hoogte minimaal 2.20 m boven het trottoir en tenminste 4.20 m boven de rijweg). Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen;
- Ten hoogste 70 cm (inclusiefbevestiging) buiten het gevelvlak stekend;

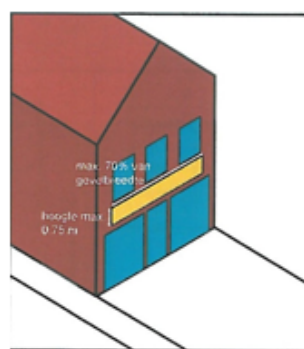
- Niet groter dan 1.00 m²;
- De dikte van het object mag niet meer bedragen dan 25 cm.

Maatvoering van reclames evenwijdig aan de gevel

- Gecentreerd aangebracht op de borstwering van de eerste verdieping, niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping. Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen.
- Niet breder dan 70% van de gevelbreedte.
- Niet hoger dan 75 cm;
- De dikte van het object mag niet meer bedragen dan 25 cm;
- Zonneschermen of markiezen met een reclame-uiting mogen een maximale uitval hebben van 2 meter.



Loodrecht op gevel maximaal 70 cm uit gevel steken en maximaal 1.00 m²



Evenwijdig aan gevel maximaal 70% van gevelbreedte en maximaal 75 cm hoog

Vormgeving

- In de voorgevel moet de reclame-uiting als zelfstandige element zijn vormgegeven. Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft daardoor ondergeschikt aan het gebouw;
- De samenhang en de ritmiek van de straatwand mogen door de reclame niet worden verstoord;
- Indien er sprake is van meerdere reclame-uitingen op een gevel dan dienen deze in een eenduidige vormgeving uitgevoerd te worden;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluorescerende kleuren;
- Geen daglichtreflecterende reclame.

Overige

- Geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Reclame-uitingen in de Binnenstad

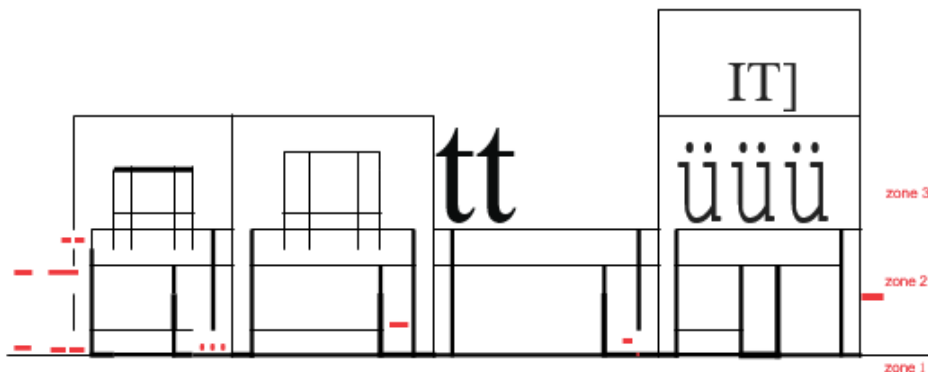
De navolgende straten zijn begrepen in dit kader onder het gebied "Binnenstad": De Beatrixstraat, de Keizerstraat, de Spoorstraat, de Koningstraat, de Wezenstraat, de Breewaterstraat, de Califomiëstraat en het Julianaplein.

In de afgelopen jaren en de aankomende jaren wordt de binnenstad opgeknapt. Doelstelling is om het oude karakter van de stad te herstellen. De openbare ruimte krijgt een herinrichting en de gevels worden aangeheeld en opgeknapt. Ook de winkelstraten komen hierbij aan de beurt. Voorwaarde is wel dat de winkeliers/eigenaren van de panden in de winkelstraten hieraan meewerken. Individualiteit van het pand, diversiteit en kleinschaligheid zijn de belangrijkste aspecten voor de beeldkwaliteit in de winkelstraten (Spoorstraat, Beatrixstraat en Keizerstraat). De toe te stane reclame in de winkelstraten moet ingetogen zijn en is geheel afhankelijk van het pand. Voorwaarde voor de hele binnenstad is dat de reclame moet passen en aansluiten bij de architectuur van het pand, waardoor het wordt geïntegreerd in het gevelbeeld. Het pand moet één uitstraling hebben en niet zoals nu vaak het geval is een gevel op de begane grond die geheel afwijkend is van de gevel van de verdiepingen. Daarnaast moeten in

de winkelpuien de parcellering van de panden tot uiting komen (dus geen reclameborden over twee panden). Een en ander is opgenomen in het beeldkwaliteitskader dat onderdeel uitmaakt van het Uitwerkingsplan Stadshart Den Helder.

Het plaatsen van vrijstaande reclameobjecten in het gebied Binnenstad is niet toegestaan, met uitzondering van 1 gestandaardiseerd stoepbord!

De gevel is in te delen in zones, waar eigen richtlijnen voor gelden.



Plaatsing en aantal

- Maximaal twee reclame-uitingen per naar de straat gekeerde gevel, met een voor publiek toegankelijke entree;
- Het aan de gevel aanbrengen van reclameborden of losse tekens/letters zijn toelaatbaar;
- Geen reclame aangebracht op bouwlagen met een woonbestemming of bouwlagen met een bedrijfsbestemming zonder publieksfunctie, tenzij in de woning een praktijkruimte voor het uitoefenen van een vrij beroep zit;
- Reclame-objecten die los staan van de gevel zijn niet toegestaan, met uitzondering van 1 gestandaardiseerd stoepbord welke wordt geplaatst binnen de gele markering op de weg en de gevel van het desbetreffende bedrijf;
- Lichtbakken en verwijsborden zijn niet toegestaan;
- Het plaatsen van reclamevlaggen/vlaggenmasten/ banieren is niet toegestaan;
- Gevelreclame moet loodrecht op, of evenwijdig en vlak aan de gevel worden geplaatst. Reclame op dakranden en dakgoten is niet toegestaan.
- Samenvoegen van reclame over meer dan één pand is niet toegestaan, de parcellering van de panden moet tot uitdrukking komen;
- Luifels zijn niet toegestaan, daarom is reclame gecombineerd met luifels niet toegestaan;
- Zonneschermen of markiezen met een reclame-uiting mogen een maximale uitval hebben van 2 meter en blijven binnen de penanten.

Maatvoering van reclames zone 1

- Losse letters op het raam;
- Geen dichte vlakken;
- Maximaal 60% van de breedte van de pui;
- Maximaal 30 cm hoog;
- Reclame haaks op de gevel / uithangborden niet toegestaan.

Maatvoering van reclames zone 2 evenwijdig aan de gevel

- Losse letters op de gevel, of reclame op een bord;
- Vlak op de gevel;
- Boven entree of gecentreerd op de gevel;
- Niet breder dan 60% van de gevelbreedte;
- Niet hoger dan 60% van de bandbreedte (afstand tussen bovenkant winkelpui en onderkant kozijn van de eerste verdieping), met een maximum van 60cm;
- Reclame blijft binnen de penanten van het pand;
- Zonneschermen en markiezen met een reclame-uiting mogen een maximale uitval hebben van 2 m. Minimale doorgangshoogte van 2 m.

Maatvoering van reclames zone 2 loodrecht op de gevel

- Uithangborden haaks op de gevel zijn toegestaan;
- Maximale hoogte van 60cm;
- Niet breder dan 70 cm (inclusief bevestigingsmateriaal);
- Maximaal 25cm dik;
- Plaatsing gedeeltelijk in zone 1 en 3 is niet aanvaardbaar;
- Bevestigingsconstructie zoveel mogelijk uit het oog onttrekken.

Maatvoering van reclames zone 3

- Reclame is niet toegestaan;
- Uitzondering kan gemaakt worden voor panden aan de Beatrixstraat gelet op de grote van de gevels van de panden.

Vormgeving

- Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft daardoor ondergeschikt aan het gebouw;
- De samenhang en de ritmiek van de straatwand mogen door de reclame niet worden verstoord;
- Indien er sprake is van meerdere reclame-uitingen op een gevel dan dienen deze in een eenduidige vormgeving uitgevoerd te worden;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren;
- Geen daglichtreflecterende reclame;
- Het stoepbord (AD-formaat) moet zijn vervaardigd van metaal, rechthoekig frame met een enkelvoudig slank profiel. De poten mogen verend worden uitgevoerd. Gelet op de eisen die de wind en de arbo stelt, wordt de voet massief uitgevoerd. Kleurstelling RAL 7043 (donkergrijs).

Overige

- Geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.



In de binnenstad dient zorgvuldig met reclame-uitingen te worden omgegaan, dus niet zo!

Reclame-uitingen op bedrijventerreinen

Op bedrijventerreinen zal reclame als minder storend worden ervaren. Handelsreclame en/of naamsovername is slechts mogelijk op het terrein van het bedrijf zelf. Verwijsreclame is uitsluitend middels een standaardvoorziening aan de ingang van het industrieterrein toegestaan.

Omdat het hier gaat om een grotere concentratie van bedrijven, zal de reclame hier ook overdadiger zijn. Uitgangspunt blijft dat de reclame op een logische plaats tegen de gevel aangebracht dient te worden, bijv. bij de entree, en afgestemd dient te zijn op de massa c.q. gevelopzet. Als plaatsing tegen een gevel niet mogelijk is - bijvoorbeeld bij een gevel van louter glas - moet de reclame bij de hoofdingang worden geplaatst. Verticale reclamezuilen zijn mogelijk als ze een plaats krijgen aan de kant van de ingang van het bedrijf.

Bij bedrijfsverzamelgebouwen wordt de gezamenlijke presentatie getoond, zo nodig met een verwijzing naar de onderneming. Plaatsing van reclame op de dakrand is mogelijk, als tenminste wordt uitgegaan van kleine losse letters met de naam van het gebouw. De plaats van de belettering moet te maken hebben met de ingang van het bedrijfsverzamelgebouw. Huurders/gebruikers van het bedrijfsverzamelgebouw wordt aangeraden om samen een vrijstaand reclameobject bij de hoofdingang te plaatsen.

Algemeen

- Het reclame-object moet op de entree of de gevel van de bebouwing geplaatst worden en moet afgestemd te zijn op de massa en de gevelopzet;
- Het reclame-object mag de samenhang en de ritmiek van de straatwand niet verstoren;

- Indien plaatsing tegen de gevel niet mogelijk is, bijvoorbeeld bij glasvliesgevels, moet de reclame boven of in de buurt van de entree te worden aangebracht;
- Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen;
- Het reclame-object moet op eigen terrein worden geplaatst;
- Reclame moet worden geïntegreerd in de bouwstijl en zich beperken tot het hoogst noodzakelijke.

Reclame-uitingen op of aan een gebouw op bedrijventerreinen

Plaatsing en aantal

- Eén reclame uiting per naar de openbare weg gekeerde gevel van een gebouw/perceel;
- Maximaal 4 reclame-uitingen per gebouw/perceel zijn toegestaan, waarvan maximaal 2 aan de gevel, bij bedrijfsverzamelgebouwen ter beoordeling van de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit (grootte passend in verhouding met de grootte/uitstraling van gebouw);
- Plaatsing van reclame op de dakrand is alleen mogelijk door middel van losse letters.

Maatvoering

- Gevelreclame loodrecht op de gevel maximaal 1.0 x 1.0 x 0.25 m;
 - o Afstand tot de rijbaan minimaal 60 cm, horizontaal gemeten (i.v.m. de verkeersveiligheid);
- Gevelreclames evenwijdig aan de gevel of op de dakrand niet breder dan 70% van de gevelbreedte en de hoogte in verhouding met de hoogte van het gebouw tot maximaal 1.00 m. Wanneer de gevelopzet en de massa van het bouwwerk het toestaat kan van de maximale hoogte van 1m worden afgeweken. De dikte van het object mag niet meer bedragen dan 25 cm.

Vormgeving

- Gevelreclame passend in architectuur van de pand;
- Reclametoepassingen dienen ondergeschikt te zijn ten opzichte van het hoofdgebouw en bij voorkeur meegenomen worden in het ontwerp;
- In de voorgevel de reclame-uiting als zelfstandig element vormgeven, waarbij de plaatsbepaling is afgestemd op en in verhouding met de oorspronkelijke gevel;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren;
- Geen daglichtreflecterende reclame;
- Aanlichten van reclame is toegestaan (geen lichtbakken!).

Overige

- De reclame-uiting moet betrekking hebben op de dienst die wordt verleend of het bedrijf of het beroep dat wordt uitgeoefend in/op de onroerende zaak;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Vrijstaande reclame-uitingen/ reclamezuilen op bedrijventerreinen

Plaatsing en aantal

- Bij de entree van het erf of op de parkeerplaats;
- Eén reclamezuil mag worden geplaatst, mits verticaal uitgevoerd en geplaatst bij de toegang van het bedrijf of bij de inrit van het terrein;
- Reclame is niet toegestaan op of aan de erfafscheidingen van bedrijven;
- Geen reclame-uitingen die het uitzicht op de openbare ruimte of het open landschap ernstig belemmeren;
- Bij bedrijfsverzamelgebouwen is één verzamelobject mogelijk, geplaatst bij de toegangzijde van het gebouw dan wel bij de inrit van het terrein, waarop op eenvormige wijze de gebruikers worden vermeld;
- Vlaggen-/banienmasten zijn toegestaan met een maximum van drie, afhankelijk van de grootte en de inrichting van het terrein, bij voorkeur te plaatsen bij de ingang van het gebouw of het terrein, mits het geldende bestemmingsplan het toestaat. Bedrijven kunnen ook samen voor het totale bedrijventerrein een overzichtsplan maken dat door de gemeente en de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit wordt beoordeeld.

Maatvoering

- de maximale hoogte is 2,5 meter (mede afhankelijk van de voorschriften van het geldende bestemmingsplan);
- maximaal 1 meter breed en 30 cm dik.

Vormgeving

- De reclame-uiting als zelfstandig element vormgeven, waarbij de maatvoering en detailleringen zijn afgestemd op en harmoniëren met het hoofdgebouw;
- Reclame beperken tot het hoogst noodzakelijke;
- Geen mechanisch bewegende delen;
- Geen daglichtreflecterende reclame;
- Geen lichtcouranten of lichtreclame met veranderlijk of knipperend licht;
- Aanlichten van reclame is toegestaan (geen lichtbakken!)
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren.

Overige

- De reclame-uiting moet betrekking hebben op de dienst die wordt verleend of het bedrijf of het beroep dat wordt uitgeoefend in/op de onroerende zaak;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Reclame-uitingen in, op en bij monumenten en beschermd stads- of dorpsgezichten

Het vaststellen van een monument of een beschermd stads- of dorpsgezicht heeft als doel het behoud van de cultuurhistorische waarden. Om deze waarden te beschermen en wellicht te versterken dienen reclame-uitingen in zijn algemeenheid gekenmerkt te worden door een gebruik van traditionele middelen, materialen en kleuren. Het is van groot belang dat terughoudend met reclame-uitingen moet worden omgegaan.

Een deel van de Gemeente Den Helder is aangewezen als beschermd Stadsgezicht. Het betreft: de forten, de Liniewal, Kanaalweg, Prins Willem Alexander Singel, de Grachtengordel, de Oude Rijkswerf, de Haven, Fort Kijkduin en het Huisduinerkwartier. Daarnaast kent de gemeente nog 43 rijksmonumenten, 3 provinciale monumenten en 123 gemeentelijke monumenten.

Gezien de complexbescherming en de geplande gebiedsontwikkeling van Willemsoord tot integraal stadsdeel, zijn voor dit gebied eigen criteria voor reclameobjecten opgesteld. Deze kunnen nog worden aangevuld door het nog op te stellen beeldkwaliteitplan.

Voor een woning met praktische ruimte en/of bijzonder doeleinden (met een positieve bestemming) gelden de volgende uitgangspunten :

Plaatsing en aantal

- Maximaal één reclame uiting per woning/perceel;
- Bevestiging tegen de gevel t.p.v. de bedrijfstoegang;
- Bij aanwezigheid van voortuinen is plaatsing van een bord in de tuin denkbaar, mits zorgvuldig (als tuinmeubel) vormgegeven, geïntegreerd in het tuinontwerp. Het toepassen van beperkte aanlichting is toelaatbaar. Totaalhoogte maximaal 1 meter.
- In de voorgevel moet de reclame-uiting als zelfstandig element zijn vormgegeven. Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft hierdoor ondergeschikt aan het gebouw;
- Zonneschermen of markiezen met een reclame-uiting mogen een maximale uitval hebben van 2,5 meter;
- Reclame op dakranden en dakgoten is niet toegestaan.

Maatvoering

- geen grotere oppervlakte dan 0,5 m².

Vormgeving

- In de voorgevel moet de reclame-uiting als zelfstandig element zijn vormgegeven. Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft hierdoor ondergeschikt aan het gebouw;

- De reclame-uiting is op traditionele wijze aangebracht, Voorbeelden hiervan zijn het uithangbord en het beletteren van kroonlijsten of luifels boven entree of etalage partijen;
- Reclame beperken tot het hoogst noodzakelijke;
- Geen daglichtreflecterende reclame;
- Aanlichten van reclame is toegestaan (geen lichtbakken!).
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren.
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden en/of vignet (geen merkreclames!).

Overige

- De reclame-uiting moet betrekking hebben op de dienst die wordt verleend of het bedrijf of het beroep dat wordt uitgeoefend in/op de onroerende zaak;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Voor bedrijfsbebouwing met een positieve bestemming gelden de volgende uitgangspunten:

Plaatsing en aantal

- Maximaal één reclame-uiting per naar de straat gekeerde gevel met een voor publiek toegankelijke entree.
- In de voorgevel moet de reclame-uiting als zelfstandig element zijn vormgegeven. Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft hierdoor ondergeschikt aan het gebouw;
- Zonneschermen of markiezen met een reclame-uiting mogen een maximale uitval hebben van 2,5 meter;
- Reclame op dakranden en dakgoten worden niet toegestaan;
- Het integreren van een vrijstaande bescheiden reclametekens voor de voorgevel op eigen terrein is denkbaar mits plaats, vormgeving en kleur worden afgestemd op de omgeving. Het toepassen van lichtbakken is niet toelaatbaar, beperkte aanlichting wel. De maximale hoogte van een dergelijk element is sterk afhankelijk van de situatie, doch mag de 2.25 m niet overschrijden. Het plaatsen van dergelijke vrijstaande reclametekens in woonbebouwing is niet toegestaan.

Maatvoering

- reclames evenwijdig aan de gevel:
 - o Gecentreerd aangebracht op de borstwering van de eerste verdieping, niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping. Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen.
 - o Maximaal 50% van de gevelbreedte, niet hoger dan 45 cm en maximaal 25 cm dik;
 - o Achter en/of op ramen, gaat ten koste van 50% van reclame op de gevel;
- reclames loodrecht op de gevel:
 - o Niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping (let op verkeer: hoogte minimaal 2.20 m boven het trottoir en tenminste 4.20 m boven de rijweg);
 - o Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen;
 - o Ten hoogste 70 cm (inclusief bevestiging) buiten het gevelvlak stekend;
 - o Niet groter dan 1.00 m²;
 - o De dikte van het object mag niet meer bedragen dan 25 cm.

Vormgeving

- De reclame-uiting is op traditionele wijze aangebracht, voorbeelden hiervan zijn het uithangbord en het beletteren van kroonlijsten of luifels boven entree of etalage partijen;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren;
- Grote ongelede vlakken met reclameboodschappen zijn niet toegestaan;
- Reclame beperken tot het hoogst noodzakelijke;
- Geen mechanisch bewegende delen;
- Geen daglichtreflecterende reclame;
- Aanlichten van reclame is toegestaan (geen lichtbakken!).










- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden en/of vignet (geen merkreclames!).








Overige

- Geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Reclame-uitingen Willemsoord

Algemene voorschriften	<ol style="list-style-type: none"> 1) De reclame-uiting is als zelfstandig element vormgegeven. Plek, afmeting en vormgeving zijn afgestemd op het gebouw en beperkt zich tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft hierdoor ondergeschikt aan het gebouw; 2) Terughoudend in effect op de openbare ruimte; 3) Per functie maximaal één reclame-uiting per publiek toegankelijke entree. 4) Reclame-uiting is te allen tijden gekoppeld aan de entree, dit houdt in: <ol style="list-style-type: none"> a) naast de entree, of b) boven de entree, of c) direct om de hoek van de entree 5) Wanneer er sprake is van meerdere functies in een gebouw met een gezamenlijke entree, dan worden de reclame-uitingen zoveel mogelijk gecombineerd in één reclameobject gekoppeld aan de gezamenlijke entree. 6) Bevestigingsconstructies zijn zoveel mogelijk uit het zicht. 7) Reclame-uitingen worden vlak op de gevel geplaatst. 8) Reclame-uitingen, voorschriften voor vormgeving: <ol style="list-style-type: none"> a) Losse letters <ol style="list-style-type: none"> o Metaal, in materiaaleigen kleur zoals RVS o Grijstinten o Modern, industrieel lettertype b) Transparante naamborden <ol style="list-style-type: none"> o Transparante plaat met losse letters c) Reclame-uiting op markies is toegestaan d.m.v. losse letters, aan onderzijde/rand van uitkragend deel. Kleur letters: wit, grijs of zwart. 9) Vlaggenmasten zijn toegestaan, mits: <ul style="list-style-type: none"> > Per drie plaatsen, terughoudend in totaal aantal > Zwarte mast met banier > In één lijn geplaatst > Geplaatst aan de kade, niet voor een pand 10) Bedrijvenborden zijn toegestaan, mits: <ul style="list-style-type: none"> > Geplaatst bij de toegangen van Willemsoord en bij de parkeervelden > Deze alleen gebruikt worden om de locatie van de bedrijven aan te geven > Vormgeving als zuilen met plattegrond 11) Vaste aankondigingborden zijn toegestaan, mits: <ul style="list-style-type: none"> > Deze gebruikt worden voor tijdelijke informatie, als evenementen of tentoonstellingen > Deze centraal beheerd/georganiseerd worden 12) Banieren zijn toegestaan (als uitzondering op regel 2), mits: <ul style="list-style-type: none"> > Per gevel maximaal 1 banier. Afwijking hiervan, bijvoorbeeld bij lange gevels, kan met goedkeuring van de commissie voor ruimtelijke kwaliteit. > Per functie maximaal 1 banier > Per oand dezelfde twee banier en bevestigingsconstructie wordt toegepast
------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> > Haaks op de gevel > Maatverhouding 1:4 > Zwarte achtergrond met witte letters, een kleuraccent toegestaan > Geen logo's of afbeeldingen <p>Voor nieuwbouw gelden dezelfde voorschriften voor reclame-uitingen als bij de monumenten. Voor nieuwbouw zijn echter afwijkingen ten opzichte van de richtlijnen toegestaan, wanneer de reclame-uiting een integraal onderdeel is van de architectuur, en dit leidt tot kwaliteitsverbetering. Dit zal worden beoordeeld door de adviescommissie voor Ruimtelijke Kwaliteit.</p>
<p>Niet toegestaan</p>	<p>Reclame-uitingen achter en op ramen; Reclame-uitingen schuin of haaks op de gevel; Reclame op dakranden en dakgoten bestaande uit losse, geschilderde of plakletters; Het per bedrijf plaatsen van reclame-objecten die losstaan van de gevel; Het per bedrijf plaatsen van vlaggen/vlaggenmasten; Toepassen van lichtreclame, lichtbakken, bewegende reclame of aangelichte reclame-uitingen (aanlichten van panden is wel toegestaan); Het toepassen van (gevel/steiger)doeken, gevelbeschilderingen, billboards, raamplakkaten of raamfolie.</p>
<p>Illustraties en voorbeelden reclame-uitingen</p>	
<p>Ad 3) Plaats van reclame</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  <p>a) naast de entree</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>b) boven de entree</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>c) om de hoek</p> </div> </div>
<p>Ad 4) Gecombineerde reclame</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>fout: meerdere plekken voor reclame</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>goed: gecombineerde reclame</p> </div> </div>
<p>Ad 7a) Losse letters</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <p>goed: losse letters bij de entree</p>

		
<p>Ad 7c) Transparante borden</p>		
<p>Ad 7e) Reclame op markies</p>		
<p>Ad 8) Vlaggenmast</p>		
	<p>goed: plaatsing en type vlaggenmast</p>	

Ad 9)
Bedrijvenbord



vormgeving bedrijvenbord

Ad 11)
Banieren

maatverhouding en tekstrichting



fout



goed

Niet toegestaan



billboard



Reclame-uitingen op sportterreinen

Het aanbrengen van handelsreclame waarbij de teksten niet zijn gericht op het complex, zijn niet aanvaardbaar. Naamsreclame voor de sportvereniging in verband met de bereikbaarheid is wel mogelijk. Maar dan moet zo'n aanduiding wat betreft maat, vormgeving en kleur wel zijn afgestemd op de omgeving.

- Bij naamsreclame voor de sportvereniging moet de maat, vormgeving en kleur afgestemd zijn op de omgeving;
- Vlaggen-/baniermasten zijn toegestaan met een maximum van drie, afhankelijk van de grootte en de inrichting van het terrein, bij voorkeur te plaatsen bij de ingang van het gebouw of het terrein;
- Reclameborden van sponsors gericht op het complex zelf zijn gebruikelijk. Borden waarvan de buitenzijde donker van kleur is, rond het speelveld, gericht op het veld, met een maximale hoogte vanaf het maaiveld gerekend van 1.20 meter, zijn aanvaardbaar;
- Borden in de tribune (geen beperkingen);
- Clubnaamaanduiding op de kantine:
 - o Alleen d.m.v. losse letters of een plat gevelreclamebord, niet buiten het silhouet van het gebouw (dus niet op daken en goten);
 - o Maximaal 2 reclame-uitingen per clubgebouw, aangebracht aan de gevels met een maximale afmeting van 1 m2 reclame-uiting en maximaal 25 cm dik.

Reclame-uitingen in het buitengebied

In dit gebiedsdeel is niet de Apv maar de Landschapsverordening Noord-Holland van toepassing. Het uitgangspunt is dat opschriften, aankondigingen of afbeeldingen dan wel constructies ten behoeve daarvan, in welke vorm ook, welke vanaf een openbare weg, een spoorweg of een openbaar water zichtbaar zijn, in beginsel niet thuishoren in het buitengebied. Ze passen slecht bij het karakter van de omgeving en vormen een visuele vervuiling.

Het verbod is in een aantal gevallen niet van toepassing. Bijvoorbeeld bij pompstations, abri's ten behoeve van het openbaar vervoer en reclamemasten waarvoor een verklaring van geen bezwaar op grond van de Wet op de Ruimtelijke Ordening (oud) is afgegeven of die in een rechtens onaantastbaar bestemmingsplan zijn opgenomen.

Lichtreclame past niet in het buitengebied en zal met name 's avonds opzichtig zijn. Lichtreclame in het buitengebied is daarom niet toelaatbaar. Alleen in uitzonderlijke gevallen kan er toestemming verleend worden, bijvoorbeeld bij benzinestations en restaurants langs provinciale wegen. Er moet dan een verzoek tot ontheffing ingediend worden bij de provincie Noord-Holland. De bebouwde kom grens wijzigt regelmatig. Uitgegaan dient te worden van de laatst vastgestelde versie. Deze kan afwijken van de versie die van toepassing is op het moment van vaststelling van deze nota "Bedrijven(positief) in beeld".

Als de aanvraag ook omgevingsvergunningsplichtig is voor de activiteit "bouwen", valt de aanvraag wel onder de werking van het 'reclamebeleid' en moet ook een aanvraag om een omgevingsvergunning "bouwen" worden ingediend bij de gemeente. De gemeente heeft haar eigen verantwoordelijkheid, waardoor het besluit om wel of geen omgevingsvergunning voor de activiteit "bouwen" te verlenen los staat van het besluit van de Provincie om de ontheffing wel of niet te verlenen.

Plaatsing en aantal

- Maximaal één naamsaanduiding aan een gevel aan een bedrijfsgebouw per perceel/bedrijf;

- Reclame op een gebouw mag niet geheel of gedeeltelijk boven de dakrand worden geplaatst;
- Slechts één vrijstaande reclame-uiting per positief bestemd bedrijf (kan tweezijdig) met een direct visueel verband tussen het bord en (de toegang van) het bedrijf;
- Twee vlaggen-/baniermasten worden gelijkgesteld met 1 vrijstaande reclame-uiting;
- Lichtreclame is niet toegestaan, aanlichting wel;
- Geen reclame toegestaan op een onbebouwd perceel;
- De naamsaanduiding op een logische wijze plaatsen; dat wil zeggen op een gevel grenzend aan het erf bij de toegang van het bedrijf en integreren met de gevelopzet.

Maatvoering

Op of aan een gebouw

- Agrarische bestemming, perceelsgebonden, maximale afmeting van de naamsaanduiding is 3% van de geveloppervlakte met een maximum van 2.5 m² (maximaal 1 m² aangelicht);
- geen agrarische bestemming, perceelsgebonden, de totale oppervlakte van het opschrift mag niet meer bedragen dan 5% van de geveloppervlakte met een maximum van 4 m² (maximaal 1 m² aangelicht), hierbij telt de reclame op het perceel mee.

Vrijstaand op een bebouwd perceel:

- Maximaal oppervlakte per object 2 m²;
- Maximale breedte 2 m en een maximale hoogte van 1,5 m;
- Vlaggen-/baniermasten, maximaal twee masten met een hoogte van maximaal 6 m, mits in overeenstemming met het bestemmingsplan.

Vormgeving

- De reclame-uiting moet in overeenstemming zijn met de architectonische opbouw van de gevel en daaraan zo mogelijk bijdragen. Plaats, afmeting en kleur worden mede daardoor bepaald;
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden en/of vignet (geen merkreclames!.)

Overige

- Geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Reclame-uitingen in overgangsgebieden en verbindingssassen

Met overgangsgebieden worden de zones bedoeld waar de andere gebieden (woon-, winkelgebieden, beschermde gezichten, bedrijventerreinen, sportterreinen en buitengebied) aan elkaar grenzen. Deze gebieden vallen vaak samen met verbindingssassen, waar het verkeer de enige duidelijk aanwijsbare functie is. Het aanzicht van de buitenruimte wordt hier dan ook in mindere mate door bebouwing bepaald. Niet bij elke overgang is een dergelijk gebied aanwezig, sommige gebieden sluiten naadloos op elkaar aan.

Overgangsgebieden zijn vanwege hun functionele karakter en, meestal, grote verkeersstromen, geschikte plaatsen voor het maken van tijdelijke reclame voor bijvoorbeeld evenementen en voorstellingen. Ook zullen zich in deze gebieden vaak informatiedragers bevinden, zoals gemeente- en wijkplattengronden.

Wanneer de gemeente besluit medewerking te verlenen aan de plaatsing van dragers voor wisselende reclame uitingen (billboards, etc.) dan zullen deze gebieden daarvoor in het algemeen de meest aangevoelen plekken zijn. Overigens zal ook hier een zorgvuldige plaatskeuze en afstemming op de omgeving noodzakelijk blijven en blijft een welstandstoetsing dus ook nodig. In de reclamenota zijn de objectgerelateerde richtlijnen nader gespecificeerd in paragraaf 4.3. Er zijn richtlijnen voor pompstations, permanente reclame in de openbare ruimte en tijdelijke reclame-uitingen.

Bijlage 5:
Richtlijnen voor pompstations

Tot voorheen gold er geen specifiek beleid met betrekking tot het maken van reclame op pompstations. Gevolg hiervan was een wildgroei met een rommelige uitstraling. Binnen de gemeente Den Helder zijn 10 pompstations.

Algemene criteria	<ul style="list-style-type: none"> - slechts bedrijfsgebonden merkreclame, logo en/of naamsaanduiding en interne spaaracties; - geen verwijsreclame en spandoeken; - lichtreclame alleen toegestaan tegen de luifelrand, de pompeilanden en de pompshop; - brandstofproducten- /prijzborden alleen inwendig zwak verlichten of zwak aanlichten. Oplichtende tekst en cijfers zijn niet toegestaan; - verlichting ten behoeve van reclamedoelinden mag geen hinderlijke instraling hebben op lichtdoorlatende openingen in gevels of daken van woningen; - de vormgeving, plaats en kleur dient te worden afgestemd op de desbetreffende gevelopzet; - verkeersveilige plaatsing en een vrije doorgang van 1,25 meter trottoir; - bij lichtreclame of aanlichten van reclame, mag de hoeveelheid lux niet hinderlijk zijn voor de bewoners of gebruikers van de belendende panden.
Sneltoetscriteria	<p>Als aan de algemene voorwaarden en bovenstaande eisen wordt voldaan kan het plan worden afgehandeld als voldaan wordt aan de onderstaande specifieke criteria (na accodering door de welstand).</p> <p>Reclame tegen de gevel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aan borden of letters, maximaal 5 % van de betreffende gevel met een maximum van 10m² per 40 m¹ gevel; - Maximaal 75% van de gevelbreedte; - aan lichtreclame 3% van betreffende gevelopzet met een maximum van 5m² per 40m gevel; - Achter en/of op ramen, gaat ten koste van 50% van reclame op de gevel (1m² achter raam = -0,5 m² op de gevel); - Dakranden en boeidelen in huisstijlkleuren max. 15% van het betreffende geveloppervlak. Dit gaat ten kosten van de maximale hoeveelheid reclameborden; - Maximaal 2 vlaggen tegen de gevel. Deze mogen alleen aanwezig zijn tijdens openingstijden; <p>Reclame op de dakrand</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3% van de betreffende geveloppervlak; - maximaal 5 m²; - gaat ten kosten van de maximale hoeveelheid aan reclame tegen de gevel. <p>Luifel</p> <ul style="list-style-type: none"> - dakranden en boeidelen in huisstijlkleuren met logo of brandstofmerk toegestaan; - verlichting alleen naar de weg toegekeerde zijde; - maximaal 2 spandoeken voor acties alleen onder de luifel en maximaal 2 m². <p>Vrijstaande reclame-uiting</p> <ul style="list-style-type: none"> - maximaal één brandstofproduct-/prijzbord met een afmeting van 1,5 m² per pompeiland met een maximum van 6 m² (eventueel dubbelzijdig); - per pompeiland één aanbiedingen- of actiebord van 1.25 m²; - maximaal 2 instructie- of verwijsborden voor nevenfuncties (wasstraat, water en lucht) van maximaal 0.5 m²; - Maximale hoogte en lengte van een bord 1,5 m; - Maximaal 2 vlaggen-/baniermasten van 6 meter hoog;

Bijlage 6: **Richtlijnen voor zelfstandig vaste reclameobjecten**

Lichtmastreclame

Onder deze reclame verstaan we (on)verlichte reclamebakken die, binnen de bebouwde kom, aan lantaarnpalen worden bevestigd. Vaak gaat het om uitingen langs doorgaande wegen. Meestal verwijzen deze borden naar een in de omgeving van het bord gevestigd bedrijf.

Binnen de gemeente Den Helder is er voor gekozen om het plaatsen van deze borden uit te besteden aan een partij. Bij afwijkingen of onregelmatigheden hoeft de gemeente dan alleen deze partij daar op aan te spreken. Uitbreiding van het aantal lichtmastreclames wordt niet toegestaan.

Algemene criteria	<ul style="list-style-type: none"> - Eenvormigheid en kwaliteit; - Plaatsing waarbij de verkeersveiligheid niet in het geding komt; - Toevoeging van nieuwe lichtmastreclame is niet toegestaan. <p>Afmetingen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Standaardafmetingen (breedte x hoogte) 700 x 1000 mm; Het reclamebord mag het uitzicht op verkeersborden of niet bewegwijzeringsborden belemmeren; Het reclamebord wordt niet boven de rijbaan aangebracht, maar boven de zijberm of middenberm, waarbij de onderzijde van het reclamebord wordt aangebracht op de standaardhoogte van 3500 mm, gemeten vanaf het maaiveld; Bij plaatsing van reclame-uitingen in de buurt van kruispunten en T-aansluitingen moet worden uitgegaan van: <ul style="list-style-type: none"> een afstand tot het kruispunt van minimaal 50 meter op wegen waar de snelheid maximaal 30-50 km per uur is; een afstand tot het kruispunt van minimaal 100 meter op wegen waar de snelheid maximaal 70-80 km per uur is.
-------------------	---

Driehoeksborden

Driehoeksborden voorzien in een duidelijke behoefte en voorkomen of vormen een goed alternatief voor wild plakken.

Algemene criteria	<ul style="list-style-type: none"> - maximaal 54 driehoeksborden in Den Helder en 25 driehoeksborden in Julianadorp; - de driehoeksborden worden geplaatst overeenkomstig het plaatsingsplan; - de kruisingen van de wegen en straten dienen vrij te blijven van driehoeksborden; - de ingangen van omliggende percelen mogen niet geblokkeerd worden. De borden mogen geen belemmering vormen voor de uitoefening van werkzaamheden voor bedrijven en/of instellingen; - de driehoeksborden mogen niet in groenzones worden geplaatst; - driehoeksborden mogen worden gebruikt voor commerciële en ideële reclame; - een bedrijf mag slechts gedurende 30 dagen per jaar op de driehoeksborden adverteren; - de affiches van één bedrijf en/of ten behoeve van één evenement of eenmalige gebeurtenis dienen na een aansluitende periode van 10 dagen te worden verwijderd; - ingeval van calamiteiten zullen de driehoeksborden onmiddellijk door de contractpartij verwijderd moeten worden. Gebeurt dit niet dan zal de gemeente dit doen op kosten van de contractpartij; - De kleuren die op deze borden worden aangebracht mogen geen gelijkenis vertonen met de kleuren van verkeersborden (geen rode achtergrond met zwart opschrift); - de kartonnen borden waarop de affiches worden geplakt mogen niet zichtbaar zijn voor het publiek; - de contractpartij moet er voor zorgen dat de affiches niet losraken; - het is toegestaan alle driehoeksborden te vervangen door sandwichborden. Het plaatsen van driehoeksborden is dan niet meer toegestaan.
-------------------	--

Billboards

Billboards zijn buitenreclameborden met een affiche formaat van (breedte x hoogte)± 3300 x 2400 mm. Zij worden geplaatst als vrijstaande reclame langs de openbare weg in de bebouwde kom. Deze reclame kenmerkt zich o.a. doordat het niet bedrijfsgebonden is. Er wordt dus geen reclame gemaakt voor het bedrijf of pand dat zich in de directe omgeving bevindt. Er wordt geadverteerd voor meestal landelijke artikelen of bedrijven. In de gemeente Den Helder zijn 32 billboards geplaatst (stand 2de kwartaal 2007)

Voor plaatsing van billboards wordt eerst overleg gepleegd met afdeling Stadsbeheer van de gemeente. In onderling overleg wordt een locatie gekozen, waarbij is gekeken naar het openbaar terrein en de verkeersveiligheid. Dit beleid tot een betere beheersbaarheid van deze vorm van reclame in het openbaar. Het recht om billboards te plaatsen is uitbesteedt aan één partij.

Algemene criteria	- De plaatsing van de abri's vindt plaats op de locaties die in overeenstemming met de gemeente zijn gekozen; - Geen uitstraling naar huizen.
-------------------	--

Abri's

Abri's zijn bushaltekokjes bij haltes van het openbaar vervoer.

De gemeente Den Helder heeft ook voor het plaatsen van abri's een contract gesloten met één partij. In dit contract is opgenomen dat het bedrijf de abri's plaatst, onderhoudt en schoonmaakt. In totaal zijn in de gemeente 77 abri's geplaatst (stand 2de kwartaal 2007). Om de kwaliteit en uniformiteit te waarborgen is er één standaardmodel (75 abri's in de gemeente zijn van dit model). Twee abri's zijn van een ander model.

Algemene criteria	- De plaatsing van de abri's vindt plaats op de locaties die in overeenstemming met de gemeente zijn gekozen; - Geen uitstraling naar huizen.
-------------------	--

Mupi's

Een mupi is een permanent dubbelzijdig reclamebord waarbij één zijde wordt gebruikt voor commerciële doeleinden en een zijde voor publicaties van informatieve aard van de gemeente. De gemeente Den Helder heeft ook voor het plaatsen van mupi's een contract gesloten met één partij. In totaal zijn in de gemeente Den Helder 51 mupi's geplaatst (stand 2de kwartaal 2007).

Algemene criteria	- De plaatsing van de abri's vindt plaats op de locaties die in overeenstemming met de gemeente zijn gekozen; - Geen uitstraling naar huizen.
-------------------	--

Permanente vrije plakplaatsen

De APV verbiedt om op de openbare weg aanplakbiljetten aan te brengen. Dat mag alleen op plaatsen waar dat is toegestaan Burgemeester en Wethouders.

Binnen de gemeente zijn tien door de gemeente geplaatste en onderhouden plakplaatsen, waarop vrij kan worden geplakt. Buiten deze plaatsen is het verboden aanplakbiljetten aan te brengen.

In de aanloop naar de verkiezingen geldt een uitzondering voor politieke partijen. De gemeente plaatst dan nog een aantal grote verkiezingsborden waar veel voorbijgangers langskomen.

Algemene criteria	- Tien plakplaatsen, m.u.v. de verkiezingstijd, dan worden er meerdere borden geplaatst een aangewezen voor het plakken door politieke partijen; - Elke organisatie in beginsel vrij om op deze borden affiches of stickers te plakken; - Na afloop van het evenement of de eenmalige gebeurtenis moeten de affiches door de organisator worden verwijderd.
-------------------	---

Welkomst- en evenementenborden

Op een aantal locaties in de stad heeft de gemeente zogenaamde welkomst- en evenementenborden geplaatst. Hierop kan een organisatie publiek informeren over datum, tijdstip en plaats van een evenement of een eenmalige gebeurtenis.

Algemene criteria	- Maximaal 8 welkomst- en evenementenborden; - Uniforme uitstraling; - Passend in het straatgevelbeeld; - Geen sprake van een opeenhoping van reclame-uitingen van welke aard dan ook; - matrixborden zijn toegestaan; - De hoogte (inclusief onderconstructie) is maximaal 3 m;
-------------------	---

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">- De afstand van het rand van het bord tot de wegverharding dient ten minste 1 meter te zijn;- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden;- Geen informatie over evenementen die plaatsvinden buiten de gemeente;- Het beheer moet in handen zijn van een breed gedragen organisatie (bijvoorbeeld citymarketing of de W V). |
|--|--|

Bijlage 7: Richtlijnen voor tijdelijke reclame-uitingen

Onder tijdelijke reclame worden de borden of (span)doeken verstaan waarop reclame wordt gemaakt voor een bepaald (commercieel) evenement, de opening van een bedrijf, de verhuur of verkoop van onroerend goed of een bouwproject. Nieuw in deze sfeer zijn de omvangrijke steigerdoeken die tijdens een renovatie of verbouwing van een pand aan de steigers worden bevestigd.

Verrijdbare reclame betreft reclamevoertuigen en/of borden die geplaatst zijn op een aanhanger of een dusdanige constructie hebben dat de borden makkelijk verplaatsbaar zijn. Voor deze reclame op voertuigen is in de APV geregeld zijn dat het verboden is om een voertuig die voorzien is van handelsreclame op de weg te parkeren met het kennelijke doel om daarmee reclame te maken. Deze vorm van reclame maken vindt plaats op de openbare weg, de gemeentelijke groenvoorzieningen en overig onbebouwd terrein zowel binnen als buiten de bebouwde kom. Omdat deze vorm van reclame zeer storend werkt in deze omgeving, daarnaast soms onnodig, de vaak schaarse parkeerruimte inneemt en gevaarlijke verkeerssituaties kan opleveren, is deze vorm van reclamevoering niet toegestaan. Onder mobiele reclameobjecten vallen naast de verrijdbare reclame ook de zeppelins die voor reclamedoeleinden worden gebruikt. In beginsel is dit gelet op de verkeersveiligheid ook in de lucht, niet toegestaan.

Voor tijdelijke reclame geldt altijd een overeen te komen maximale periode waarvoor een vergunning wordt verleend. Tijdelijke reclames zijn niet lichtgevend of worden niet aangelicht, tenzij daarvoor vergunning wordt verleend.

Borden (geen driehoeksborden) of (span)doeken voor de aankondiging van manifestaties, tentoonstellingen, bijzondere bijeenkomsten.

Algemene criteria	- Het aantal en de afmetingen is afhankelijk van de objecten en de plaatsing hiervan; de objecten mogen niet langer geplaatst worden dan twee weken voorafgaand aan gebeurtenis tot de dag na de gebeurtenis; aankondigingen voor evenementen van buiten de gemeente zijn niet toegestaan; verlichting van de objecten is niet toegestaan; plaatsing van een object tegen/aan monumentale panden is niet toegestaan; het gebruiken van openbaar groen zoals bomen, voor de plaatsing van het object is niet toegestaan; het plaatsen van andere borden dan driehoeksborden is niet toegestaan.
-------------------	---

Raamplakkaten

Algemene criteria	- maximaal 25% van het raamoppervlak; - het gebruiken van raamplakkaten gaat ten koste van 50% van de toegestane reclame aan de gevel; - aankondigingen voor evenementen van buiten de gemeente zijn niet toegestaan.
-------------------	---

Uitverkoop reclame

Algemene criteria	- aankondigingen van uitverkoop (opheffingsuitverkoop) mogen niet langer geplaatst worden dan vier aangesloten weken per half jaar; - maximaal 50% van het raamoppervlak.
-------------------	--

Steigerdoeken

Algemene criteria	- steigerdoeken mogen slechts geplaatst zijn tijdens de duur van de werkzaamheden en moeten daags erna worden verwijderd; - de doeken moeten constructief goed geplaatst worden zodat zijn geen gevaar kunnen opleveren voor de veiligheid;
-------------------	--

- aankondiging voor evenementen van buiten de gemeente zijn niet toegestaan;
- verlichting van de doeken is niet toegestaan.

Bijlage 8:

Noordhollands Dagblad pagina 1



[Nieuws](#) [Service](#) [Abonneren](#) [Archief](#) [Banen](#) [Auto's](#) [Woningen](#) [Vakantie](#) [Voordeelbezorger](#) [Rubr](#)

Log in om deze site aan te passen aan uw voorkeuren. Nieuwe gebruiker? [start hier](#).

Nieuws | Cultuur

[overzicht](#) | [voorpagina](#)

Route langs historische Haagse muurreclames

ANP | Gepubliceerd op 11 oktober 2006, 16:55

Laatst bijgewerkt op 11 oktober 2006, 17:02

DEN HAAG - De Stichting Haags Industrieel Erfgoed (SHIE) heeft een route samengesteld langs ongeveer veertig historische muurreclames en reclamelijsten in Den Haag. Wandelaars en fietsers kunnen het routeboekje 'Muurvlakte te huur' vanaf volgende week woensdag afhalen bij de gemeente of de VW.

Vooraf in de eerste decennia van de vorige eeuw was Den Haag overdekt met reclame-uitingen. In de jaren vóór welstand- en monumentencommissies waren blinde gevels op prominente plaatsen met veel verkeer in trek bij adverteerders. De eigenaren van de gevels zagen daar wel brood in. 'Muurvlakte te huur' was dan ook een veel geziene reclametekst. Met de komst van neon en lichtbak werd de muurreclame steeds minder populair.

Vorig jaar begon de SHIE een restauratieproject om de kleurrijke muurschilderingen te behouden. Inmiddels zijn de restauraties van de koffiedrinker van Reuser & Smulders aan de Brouwersgracht en de muurreclame van schildersbedrijf Logher aan de Johan van Hoonstraat afgerond. Volgende week woensdag begint de opknopbeurt van de reclame van rijwielhandelaar Van Herwaarden aan de Molenstraat. De SHIE is van plan om nog zeven muurreclames te laten restaureren met behulp van de gemeente Den Haag en een aantal fondsen.

Cultuur | [o reacties](#)

[Link](#) | [Stuur dit artikel door](#) | [Printen](#) | [Bewaar dit artikel](#)



[DeArl](#)

[Letter](#)

[Helior](#)
[heUom.](#)

[Zoek t](#)
[nieuw](#)
[1](#)

[Zoe](#)
[Geavar](#)

[Het 01](#)
[Leven](#)



[Laats t](#)
['Banl](#)
[fin ar](#)
[ABN'](#)
[Gem](#)
[Dien](#)
[orde](#)
[Estla](#)
[Sovj.](#)

<http://www.nhd.nl/nieuws/cultuur/artic1el006079.ece>

1-5-2007

Bijlage 10:
Landschapsverordening Noord-Holland 2005

Bijlage 11: **Voorschriften Apv uitgewerkt**

In het kader van deregulering is de Algemene plaatselijke verordening gewijzigd.

Artikel 2:10: Het plaatsen van voorwerpen op of aan de weg in strijd met de publieke functie ervan

1. Het is verboden de weg of een weggedeelte anders te gebruiken dan overeenkomstig de publieke functie daarvan, als:
 - a. 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 onderhoud van de weg;
 - b. het beoogde gebruik hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand.
2. Het college kan nadere regels stellen ten aanzien van terrassen en uitstallingen.
3. Het college kan ontheffing verlenen van het in het eerste lid gestelde verbod.
4. Het verbod in het eerste lid van het vorige artikel geldt niet voor:
 - a. evenementen als bedoeld in artikel 2:24;
 - b. reclame-uitingen als bedoeld in artikel 4:15;
 - c. standplaatsen als bedoeld in artikel 5:17.
5. Het verbod in het eerste lid van dit artikel geldt niet voorzover in het daarin geregelde onderwerp wordt voorzien door de Wet beheer rijkswaterstaatwerken, artikel 5 van de Wegenverkeerswet, of het Provinciaal wegenreglement.

Artikel 2:42 Plakken en kladden

1. Het is verboden een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf die plaats zichtbaar is te bekrassen of te bekladden.
2. Het is verboden zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende op een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf die plaats zichtbaar is:
 - a. een aanplakbiljet of ander geschrift, afbeelding of aanduiding aan te plakken, te doen aanplakken, op andere wijze aan te brengen of te doen aanbrengen;
 - b. met kalk, krijt, teer of een kleur of verfstof een afbeelding, letter, cijfer of teken aan te brengen of te doen aanbrengen.
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 4:15 Verbod reclame

1. Het is verboden zonder vergunning van het bevoegd gezag reclame te {laten} maken of te {laten} wijzigen, voor zover deze vanaf een openbare land-, water- of spoorweg of vanaf en andere voor het publiek toegankelijke plaats zichtbaar of hoorbaar is, voor zover deze geen betrekking heeft op de vrijheid van meningsuiting als bedoeld in artikel 7 van de Grondwet.
2. Het in het eerste lid gestelde verbod geldt niet ten aanzien van:
 - a. opschriften, aankondigingen en afbeeldingen in het inwendig gedeelte van een onroerende zaak;
 - b. opschriften en aankondigingen op zuilen, borden, muren of andere constructies, overeenkomstig artikel 2:42 APV aangewezen door het college;
 - c. opschriften en aankondigingen betrekking hebbend op:
 - i. openbare verkoping, aanbiedingen ter verkoop, verhuur of verpachting van een onroerend zaak, voor zolang zij feitelijke betekenis hebben;
 - ii. het beroep, de dienst, of het bedrijf dat in of op het onroerend zaak wordt uitgeoefend of waarvoor die zaak is bestemd, zomede op naamborden;

mits deze opschriften en aankondigingen gezamenlijk geen grotere oppervlakte hebben dan 0,50 m² en geen van alle een grotere afmeting in een richting hebben dan 1,00 meter en mits deze opschriften en aankondigingen zijn aangebracht op of aan het onroerend goed;

- d. opschriften betrekking hebbend op de naam en/of aard van in uitvoering zijnde bouwwerken en/of op de namen van degenen die bij het ontwerp en/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;
 - e. opschriften en aankondigingen aan gebouwen en inrichtingen van openbaar vervoer, indien deze zijn aangebracht ten dienste van dat vervoer;
3. Burgemeester en Wethouders kunnen delen van de gemeente aanwijzen waarin het gestelde in het eerste lid niet van toepassing is voorzover de handelsreclame het verkeer niet in gevaar brengt of ernstige hinder ontstaat voor de omgeving;
 4. Het in het eerste lid gesteld verbod geldt voorts niet voor zover de Verordening opschriften en opslag Noord-Holland (Landschapsverordening) van toepassing is danwel een omgevingsvergunning voor de activiteit "bouwen" voor de reclame-uiting benodigd is;
 5. Onverminderd het bepaalde in artikel 1:8 kan de vergunning bedoeld in het eerste lid worden geweigerd:
 - a. indien de reclame, hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand;
 - b. in het belang van de verkeersveiligheid;
 - c. in het belang van de voorkoming of beperking van overlast voor gebruikers van het in de nabijheid gelegen onroerende zaak;
 - d. indien de reclame geen betrekking heeft op een ter plaatse gevestigde zaak, inrichting of bedrijf, of op een ter plaatse uitgeoefend beroep.

Artikel 4:16 [gereserveerd]

Artikel 5:7 Parkeren van reclamevoertuigen

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