

Reclame- & Terrassenbeleid gemeente Druten

1. Inleiding

Aanleiding voor een geactualiseerd reclamebeleid en nieuw terrassenbeleid is de wens vanuit de gemeenteraad voor een kwalitatief hoogwaardiger uitstraling van het centrumgebied in de kern Druten, met name het gebied Hogestraat en directe omgeving. Dat heeft recent een flinke impuls gekregen met de herbestrating en herinrichting van de openbare ruimte. Een logisch vervolg is dan ook dat kritisch wordt gekeken naar de ruimtelijke kwaliteit van reclames, uitstallingen en terrassen, met begrip voor het belang van winkelier of ondernemer.

In overleg met de gemeente is gekeken in hoeverre het oude reclamebeleid nog actueel was en waar aanvullingen of aanscherpingen nodig waren. Zo wordt met het beleid geanticipeerd op nieuwe reclame-uitingen als (bewegende) lichtreclame zoals LED-schermen, digitale billboards en lichtcouranten. Daarnaast heeft het beleid van Wijchen als referentie gediend in het kader van de gewenste harmonisatie voor gemeentelijk beleid tussen de gemeenten Druten en Wijchen.

Geheel in lijn met de Omgevingswet is het betrekken van de samenleving bij het opstellen van beleid. Specifiek voor dit beleid is voor ondernemers, winkeliers en betrokken inwoners een Klankbordavond georganiseerd. Tijdens deze avond is enerzijds een kijk gegeven op diverse verschijningsvormen van reclames en terrassen en is anderzijds de gelegenheid geboden om inzichten en ervaringen met en tussen deelnemers uit te wisselen met als doel om gezamenlijk de gewenste bandbreedte voor o.a. plaatsing en uitstraling van reclames en terrassen helder te krijgen.

Eveneens in lijn met de Omgevingswet zullen in het nieuwe reclame- en terrassenbeleid de regels niet voorop staan. Dat betekent dat gestreefd is naar een minimaal toetsingskader waarmee de gemeente kan sturen op kwaliteit en waarmee ondernemers de nodige ruimte krijgen voor het voeren van reclame en het plaatsen van terrassen. Naast criteria is daarom zoveel mogelijk gewerkt met beeldend materiaal, die de essentie van de criteria weergeven. Het beleid wordt zodoende op een overzichtelijke en gebruiksvriendelijke wijze gepresenteerd en is voor een brede doelgroep toegankelijk.

2. Doelstelling

Deze nota heeft tot doel beleid vast te stellen met betrekking tot het toelaten van reclame-uitingen en terrassen. Door criteria aan te reiken, ontstaat er duidelijkheid en rechtszekerheid voor inwoners, winkeliers en ondernemers.

Het reclamebeleid van Druten was voor het opstellen van deze nota vastgelegd in meerdere documenten, of vindt daar zijn formele basis. Dat betreft de Notitie Reclamebeleid (2010), de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) (2010) en de welstandsnota (2009). Voor de verschijningsvorm van terrassen was voorheen nog geen beleid opgesteld. Doel van dit document is één integrale nota voor reclame- én terrassenbeleid. Voor het actualiseren van het reclamebeleid is naast het centrum ook gekeken naar overige gebieden. Deze nota bevat een volledig toetsingskader en heeft, door het beeldend materiaal, het karakter van een beeldkwaliteitplan.

Terrassen horen bij horecagelegenheden, zorgen voor sfeer en dragen bij aan de levendigheid en verblijfskwaliteit van het centrumgebied. Ook reclames vormen een vanzelfsprekend deel van het straatbeeld, met name in winkel- en bedrijfsgebieden. Ze zijn onmisbaar voor een effectieve bedrijfsvoering en geven tegelijkertijd levendigheid en kleur aan een straat of gebied. Wel moet rekening worden gehouden met de ruimtelijke kwaliteit en uitstraling van een gebied en toegankelijkheid voor mindervaliden. Idealiter zijn de verschijningsvorm van reclames en terrassen en de beleving van ruimtelijke kwaliteit in balans en kunnen ze elkaars effect versterken. Vanuit deze principes is het beleid geformuleerd. Voor het terrassenbeleid is alleen gekeken naar het centrum van Druten; Hogestraat, Markt en Kattenburg. Het reclamebeleid dekt het gehele grondgebied van de gemeente Druten. De criteria zijn zo geformuleerd dat ze de winkeliers en ondernemers voldoende ruimte bieden. Maar het doel is ook om een prettig winkel- en verblijfsklimaat te creëren voor publiek, winkeliers en ondernemers. Zowel terrassen als reclames mogen geen afbreuk doen aan de gewenste ruimtelijke kwaliteit. Ook mogen vrijstaande objecten de verkeersveiligheid en toegankelijkheid van de openbare ruimte voor minder validen, niet belemmeren.

3. Soorten reclames

In deze Nota wordt uitsluitend gesproken over handelsreclame. Handelsreclame is iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te

dienen. Hieronder vallen onder andere bedrijfsnamen, logo's, vignetten, uithangborden, vlaggen, me-nuborden en uitstallingen:

- aan of op een gebouw;
- aan of op een bouwwerk, geen gebouw zijnde (zowel op openbare- als op privé-grond);
- als een op zichzelf staand bouwwerk (zowel op openbare- als op privé-grond);
- in een gebouw, voor zover dit zichtbaar is vanaf de openbare ruimte of openbaar gebied.

Reclame-uitingen welke geplakt zijn tegen en achter onder andere winkelruiten, tussen ramen vanabri's en op stadsplattegronden worden ook aangemerkt als reclame. De verkeerstekens zoals opgenomen in het RVV 1990, vallen niet onder het begrip reclame en dus ook niet onder dit beleid.

Voor overige bewegwijzering worden wel regels opgenomen.

Het beleid gaat ervan uit dat bij het plaatsen van reclame, rekening wordt gehouden met karakterverschillen van gebiedsdelen. Onderscheiden worden woongebieden, winkelgebieden, recreatie- en sportterreinen, bedrijventerreinen en het buitengebied. Per deelgebied zijn uitgangspunten opgenomen voor de plaatsing, het aantal, de maatvoering en de verschijningsvorm van reclame-uitingen. Voor reclame-uitingen bij monumenten zijn aparte criteria opgenomen. Deze criteria prevaleren boven de criteria van het deelgebied waar het monument zich bevindt en gelden zowel voor het monumentale object als voor het bijbehorende perceel.

Voor reclame in gebouwen geldt dat dit gewoonlijk een privaatrechtelijke aangelegenheid is, tenzij er sprake is van het gericht zijn op of zichtbaar zijn vanaf de openbare weg. Ideële reclame valt buiten het kader van deze Nota. Artikel 7 van de Grondwet bepaalt dat niemand voorafgaand toestemming nodig heeft om via drukpers, gedachten of gevoelens te openbaren. Dit kan via strooibiljetten, aanplakbiljetten, reclameborden, spandoeken etc. De gemeentelijke wetgever is niet bevoegd ten aanzien van de inhoud hierin beperkend op te treden. Wel kan de gemeente het openbaar bekendmaken (verspreiden) beperken in het belang van de openbare orde, zedelijkheid en andere zaken betreffende de huishouding van de gemeente. In dat geval houdt de gemeente de plicht een ieder 'een gebruik van enige betekenis' toe te laten. Met betrekking tot tijd en plaats van de uiting kan, volgens jurisprudentie, de gemeente wel regelend optreden.

4. Reclamebeleid gemeente Druten Reclames bij monumenten

Algemeen

Zijn zeer ondergeschikt, komen bescheiden over in het bebouwings- en straatbeeld en sluiten aan bij de gevelkarakteristiek en de monumentale landschappelijke en architectuurhistorische waarden.

Specifiek

Plaatsing + aantal

maximaal één reclame-uiting tegen de gevel van de begane grond nabij de entree of bij de inrit indien het gebouw niet direct aan de openbare (doorgaande) weg is gelegen;

Maatvoering

tegen de gevel: bescheiden en afgestemd op entree- of puibreedte;
haaks op de gevel: bescheiden en afgestemd op de schaal van het gebouw;
richtlijn maximaal 0,70 x 0,50 meter;
vrijstaande zuil of vrijstaand bordje, maximaal 1,2 meter hoog en 0,5 m², eventueel tweezijdig bedrukt.

Verschijningsvorm

reclame heeft een eigen vormgevingskwaliteit;
losse (doos)letters tegen de gevel;
bescheiden uithangbord, bij voorkeur in een traditionele vorm en met verfijnde detaillering;
geen verlichting, lichtbakken, knipperende of bewegende onderdelen. Eventueel kan reclame subtiel en/of indirect worden aangelicht;
geen productreclame;
geen spandoekframes;
geen vlaggen.

Materiaal, kleur en detaillering

afgestemd op de gevelkarakteristiek en op het straatbeeld en bijdragend aan een bescheiden uitstraling;
duurzaam materiaal, waarvan de kwaliteit ook op langere termijn behouden blijft;
geen felle kleuren en/of contrastrijke kleuren.

Vrijstaand bordje van 0,5m² en maximaal 1,2 m hoog.

Eén bescheiden bord tegen de gevel bij de entree.

Bescheiden uithangbord in een traditionele vorm en met verfijnde detaillering.

Reclames in woongebieden bij een bedrijf of een beroep aan huis

Onder reclames in woongebieden wordt begrepen alle gebieden die vanuit het bestemmingsplan een woonfunctie hebben.

Algemeen

Zijn ondergeschikt en komen bescheiden over in het bebouwings- en straatbeeld, belemmeren niet het zicht op de openbare ruimte of het open landschap en zijn afgestemd op de gevelkarakteristiek of het tuinkarakter.

Specifiek

Plaatsing + aantal

maximaal één reclame-uiting tegen de gevel op het niveau van de begane grond, gerelateerd aan de entree;
afgestemd op de gevelindeling;
één vrijstaand bord of zuiltje bij de inrit;
de reclame heeft een relatie met het bedrijf op het perceel;
geen reclame haaks op de gevel.

Maatvoering

losse (doos)letters tegen de gevel of klein bordje afgestemd op de gevelindeling;
richtlijn: maximaal 0,5 m²;
vrijstaande zuil of vrijstaand bordje, maximaal 1,2 meter hoog en 0,5 m², eventueel tweezijdig bedrukt.

Verschijningsvorm

geen verlichting, lichtbakken, knipperende of bewegende onderdelen;
de reclame heeft een eigen vormgevingskwaliteit;
zorgvuldig ontworpen en met een verzorgde uitstraling;
geen productreclame;
geen raamfolie;
geen spandoekframes;
geen vlaggen.

Materiaal, kleur en detaillering

afgestemd op de gevelkarakteristiek en bijdragend aan een bescheiden uitstraling;
duurzaam materiaal, waarvan de kwaliteit ook op langere termijn behouden blijft;
geen felle en/of contrastrijke kleuren.

Reclame is ondergeschikt en bescheiden.

Reclame komt bescheiden over in het straatbeeld.

Vrijstaand bordje, maximaal 1,2 meter hoog.

Reclames in woongebieden op bedrijfsbebouwing

Algemeen

Zijn ondergeschikt en komen bescheiden over in het bebouwings- en straatbeeld, belemmeren niet het zicht op de openbare ruimte of het open landschap en zijn afgestemd op de gevelkarakteristiek of het tuinkarakter.

Specifiek

Plaatsing + aantal

maximaal één reclame-uiting tegen de gevel, tenzij het gebouw met meerdere gevels aan een openbare weg grenst. Dan is een evenredig aantal toegestaan;
bij een grotere gevellengte dan 15 meter zijn twee reclame-uitingen tegen de gevel denkbaar;
één vrijstaande reclamezuil bij de inrit;
tegen de gevel op het niveau van de begane grond, gerelateerd aan de entree en afgestemd op de gevelindeling;
de reclame heeft een relatie met het bedrijf op het perceel;
niet op het dak.

Maatvoering

geschilderde (open) letters, losse doosletters of klein bordje, maximaal 0,5 m²;
vrijstaande zuil of vrijstaand bordje, maximaal 1,5 m breed en 1,5 m hoog eventueel tweezijdig bedrukt;
indien haaks op de gevel: niet groter dan 0,5 m², minimaal 2.20 m. boven het trottoir.

Verschijningsvorm

geen verlichting, lichtbakken, knipperende of bewegende onderdelen;
de reclame heeft een eigen vormgevingskwaliteit;

geen productreclame;
geen raamfolie;
geen spandoekframes.

Materiaal, kleur en detaillering

afgestemd op de gevelkarakteristiek of op het karakter van de tuin of straatbeeld en bijdragend aan een bescheiden uitstraling;
duurzaam materiaal waarvan de kwaliteit ook op langere termijn behouden blijft;
geen felle kleuren en/of contrastrijke kleuren.

Aanvulling voor reclames (naamsaanduidingen) op gebouwen met een maatschappelijke functie reclame kan subtiel en/of indirect worden aangelicht.

*Vrijstaande zuil of bord bij de inrit maximaal 1,5m hoog.
Gebouw met een maatschappelijke functie: reclame kan worden aangelicht.
Reclame is ondergeschikt en bescheiden in het straatbeeld.
Vrijstaand bord maximaal 1,5 m breed en hoog + één reclame-uiting tegen de gevel.*

Reclames in winkelgebieden of op winkels en cafés e.d. in woongebieden

Onder reclames in winkelgebieden wordt begrepen het winkelgebied in het centrum van Druten.

Algemeen

Zijn ondergeschikt en komen bescheiden over in het bebouwings- en straatbeeld, belemmeren niet de vrije doorgang en het zicht op de openbare ruimte en zijn afgestemd op de gevelkarakteristiek.

Specifiek

Plaatsing + aantal

maximaal drie reclame-uitingen per gevel, geplaatst tegen de gevel of luifel, tenzij het gebouw met meerdere gevels aan een openbare weg grenst. Dan is een evenredig aantal toegestaan, bij plaatsing tegen een luifel;

reclame tegen de gevel is afgestemd op de gevelindeling, passend binnen de contouren van de luifelrand;
reclame tegen de gevel is geplaatst onder de raamdorpel van de eerste verdieping en/of niet op bouwlaag met een woonbestemming;
de reclame heeft een relatie met het bedrijf op het perceel.

Maatvoering

tegen de gevel: niet breder dan 70% van de gevelbreedte;
richtlijn: maximaal 4 meter breed en 1 meter hoog;
haaks op de gevel: niet groter dan 1 m², maximaal 0,75 breed, vrije hoogte minimaal 2.20 boven het trottoir.

Verschijningsvorm

de reclame heeft vormgevingskwaliteit;
geschilderde letters, losse of geschakelde doosletters of bord;
geen knipperende of bewegende (licht) reclame op de gevel;
bewegende lichtreclame, lichtcouranten en productreclame is alleen toegestaan in de etalage / achter het glas;
raamfolie reclame: tot maximaal 50% van het glasoppervlak van de winkelgevel aan de voorzijde tenzij het een leegstand pand is of de functie hierom vraagt (zonnebankstudio), dan mag voor het gehele glasoppervlak raamfolie;
geen spandoekframes.

Materiaal, kleur en detaillering

afgestemd op de (historische) gevelkarakteristiek of op het straatbeeld en bijdragend aan een bescheiden uitstraling;
duurzaam materiaal, waarvan de kwaliteit ook op langere termijn behouden blijft;
felle kleuren beperkt toepassen.

*Raamfolie beperken tot maximaal 30% van het glasoppervlak van de winkelgevel.
Losse letters. reclame heeft vormgevingskwaliteit.
Maximaal twee reclame-uitingen per gevel.
Passend binnen de contouren van de luifelrand.
Plaatsing is afgestemd op de gevelindeling.*

Aanvulling voor losse reclame-uitingen

plaatsing is uitsluitend toegestaan tegen de gevel of binnen 1 meter van de gevel of tussen de bomen of zo dicht mogelijk bij de rijbaan, mits de vrije doorgang (van het voetgangers-gebied) minimaal 1,8

meter bedraagt, tenzij het voetgangersgebied smaller is, dan mag de vrije doorgang beperkt worden tot 1,5 meter en niet langs de parkeervakken en niet bij oversteekplaatsen (alleen tijdens openingstijden); maximaal één losse reclame-uiting per bedrijf niet hoger dan 1,5 meter en maximaal 1 meter breed ten opzichte van de looprichting; de afstand tussen twee reclame-uitingen moet minimaal 3 meter zijn; plaatsing alleen tijdens de openingstijden van de winkel / het bedrijf.

Aanvulling voor uitstallingen van producten

plaatsing is uitsluitend toegestaan direct tegen de gevel en maximaal 1 meter uit de gevel, mits de vrije doorgang (van het voetgangersgebied) minimaal 1,8 meter bedraagt, tenzij het voetgangersgebied smaller is, dan mag de vrije doorgang beperkt worden tot 1,50 meter; uitstallingen zijn niet breder dan 2 meter, behalve bij bloemen/planten en groente/fruit/voedingswaren. Dan is een breedte van maximaal de breedte van de winkel toegestaan; indien de gevel meer dan 16 meter breed is dan zijn maximaal twee aaneengesloten uitstallingen toegestaan; geen uitstallingen van witgoed, o.a. Koelkasten en wasmachines; plaatsing alleen tijdens de openingstijden van de winkel / het bedrijf.

Reclame in winkelgebieden

Losse reclame tegen de gevel plaatsen.
Uitstalling producten, maximaal 1 m uit de gevel, mits vrije doorgang minimaal 1,8 m bedraagt.
Uitstalling producten, niet breder dan 2 meter.
Vrije doorgang minimaal 1,8 meter, maximaal 1,0 meter.¹¹

Reclames op recreatie- en sportterreinen

Algemeen

Zijn ondergeschikt en komen bescheiden over in het bebouwings- en straatbeeld, zijn afgestemd op de gevelkarakteristiek en/of op het karakter van de omgeving.

Specifiek

Plaatsing + aantal

maximaal één naamsvermelding tegen de gevel ter plaatse van de entree;
maximaal één vrijstaande zuil of verzamelbord (voor alle clubs) bij de inrit;
sponsoringborden tegen scoreborden en tribunes of rondom het veld, niet naar openbaar gebied gericht;
maximaal 3 vlaggenmasten geconcentreerd geplaatst bij entree of inrit;

Maatvoering

tegen gevel: maximaal 3 meter breed en 0,5 meter hoog;
haaks op gevel: maximaal 0,8 meter breed en 0,8 meter hoog;
bord/zuil: maximale hoogte 1.50 meter en 1 m²;
borden rondom veld: hoogte maximaal 1,2 meter;
op scoreborden en tribunes: binnen de contouren, richtlijn hoogte maximaal 0.5 meter.

Verschijningsvorm

aanlichten van bord, zuil en reclametekst is toegestaan, lichtreclame niet;
geen reclame aanlichten op scorebord of tribune;
geen plaatsing reclame haaks op de gevel m.u.v. uithangbord horecavoorziening;
de naar de natuur gekeerde zijde van borden rondom het veld is donker van kleur;
reclame op scoreborden uitsluitend gericht naar veldzijde.

Borden rondom het veld maximaal 1,2m hoog.

Een bescheiden bord bij de inrit.

Op tribune plaatsen binnen contouren overkapping.

Reclames op bedrijventerreinen

Algemeen

Zijn geplaatst op eigen terrein, ondergeschikt in het bebouwings- en straatbeeld, afgestemd op de gevelkarakteristiek en belemmeren niet in ernstige mate het uitzicht op de openbare ruimte of het open landschap.

Specifiek

Plaatsing + aantal

maximaal één reclame-uiting per gebouw, tenzij het gebouw met meerdere gevels aan een openbare weg grenst. Dan is een evenredig aantal toegestaan;
relateren aan entreegebied;

evenwijdig aan de gevel;
afgestemd op de gevelindeling en architectuur van het pand;
niet op een plat dak of uitstekend buiten het gebouwsilhouet;
frames of roterende reclame; alleen direct tegen de gevel geplaatst en evenwijdig hieraan;
de plek van de reclame moet een relatie hebben met het bedrijf;
maximaal één vrijstaande reclamezuil per gebouw bij de entree of inrit;
maximaal drie vlaggenmasten per perceel bij de entree of inrit;
de reclame heeft een relatie met het bedrijf op het perceel.

Maatvoering

afgestemd op de maat en schaal en gevelgeleding van het gebouw;
tegen de gevel; richtlijn maximaal 50% van de lengte van de gevel met een maximum van 6 meter en 0,8 meter hoog of maximaal 7% van het betreffende geveloppervlak;
frames of roterende reclame; voldoende ondergeschikt in het gevelbeeld; richtlijn oppervlak maximaal 4,0m²;
vlaggenmast: maximaal 5 meter hoog;
vrijstaande zuil: maximaal 3 meter hoog en niet hoger dan de bouwhoogte van het op het betreffende perceel gesitueerde hoofdgebouw.

Verschijningsvorm

de reclame moet een eigen vormgevingskwaliteit hebben;
reclame integreren in het architectuurbeeld;
verlichting of aanlichten is toegestaan behalve aan de randen van terreinen welke grenzen aan landelijk gebied;
geen knipperende of bewegende elementen of onderdelen.

Aanvullend voor bedrijfsverzamelgebouwen

maximaal één reclame-uiting per bedrijf evenwijdig tegen de gevel van het gebouw;
de reclame-uiting is afgestemd op reclames van andere bedrijven in hetzelfde pand en op dezelfde gevel;
de plek van de gevelreclame moet een relatie hebben met de aan het bedrijf ter beschikking staande geveloppervlak;

Maximaal één vrijstaande reclamezuil voor alle bedrijven per gebouw

Afgestemd op de gevelindeling en architectuur.
Eén per gevel grenzend aan de openbare weg.
Eén vrijstaande zuil per gebouw bij entree of inrit.
Bij bedrijfsverzamelgebouwen reclame tegen de gevel qua plaatsing onderling afstemmen.
Bij bedrijfsverzamelgebouwen één vrijstaande zuil voor alle bedrijven per gebouw.
Losse letters met een eigen vormgevingskwaliteit.
maximaal één LED-reclame per bedrijfsverzamelgebouw

Aanvullend voor bewegende lichtreclame

(led-schermen, digitale billboards, lichtcouranten)
stralen geen aanstootgevende boodschappen en verbeeldingen uit;
vertonen qua vormgeving en/of kleur geen gelijkenis met verkeersrelevante informatiedragers, zoals verkeersborden/-signaleringen enz.;
zijn niet verblindend (conform Richtlijnen Lichthinder);
geen flikkerende afbeeldingen, films, tuimelende of wervelende overgangen;
maximaal 1 vervagende of verschuivende beeldwisseling per 20 seconden;

Reclames in het buitengebied

Algemeen

Zijn geplaatst op eigen terrein, passend bij de landelijke omgeving en afgestemd op de karakteristiek van de bebouwing. Zijn niet toegestaan op een onbebouwd perceel.

Specifiek

Plaatsing en aantal

één reclame-uiting tegen de gevel, afgestemd op de gevelindeling;
één bord bij de inrit en één bord op de gevel.

Maatvoering

tegen de gevel: richtlijn; maximaal 25% van de lengte van de gevel met een maximaal 2,00 meter hoog en 1,50 meter breed.
vrijstaande reclame: oppervlak maximaal 1 m², hoogte (inclusief constructie) maximaal 1,5 meter.

Verschijningsvorm

bij voorkeur geen zuil, maar een bord geplaatst op poten;
bescheiden uitstraling, passend bij de landelijke omgeving;
het materiaal is duurzaam;
aanlichten van de reclametekst, een lichtbak of lichtreclame is niet toegestaan;
vrijstaande reclame: één- of tweezijdig bedrukt.

Bescheiden bord tegen de gevel

Entree ver van de weg; vrijstaand bord bij de inrit. Bij voorkeur geen zuil, maar een bord 'op poten'.

Tankstations

Algemeen

Reclame-uitingen bij een verkoop-station voor motorbrandstoffen zijn uitgevoerd overeenkomstig de merkstandaard.

Specifiek

Plaatsing

bevestigd aan het verkoopstation, behoudens één zuil voor prijsaanduiding. De zuil is geplaatst op eigen grond en mag een maximale hoogte hebben zoals aangegeven in het bestemmingsplan voor bouwwerken geen gebouw zijn;
geen andere reclame op de zuil dan de merkreclame van het station;
geen reclame-uitingen boven de goot-of dakrand;

Maatvoering

de zuil mag een maximale hoogte hebben zoals aangegeven in het bestemmingsplan voor bouwwerken geen gebouw zijnde.

Verschijningsvorm

verlichte reclame is alleen toegestaan als het station open is;
mobiele reclame-uitingen zijn niet toegestaan

Reclames op rotondes

Algemeen

Zijn alleen toegestaan op specifieke (in overleg met de gemeente bepaalde) locaties en voldoende passend in het straatbeeld. Zijn in landelijk gebied voldoende ondergeschikt.

Specifiek

Plaatsing en aantal

bij elke aansluiting van een weg op de rotonde kan maximaal één bord worden geplaatst. Per rotonde is het maximaal toegestane aantal reclameborden dus gelijk aan het aantal wegen dat aansluit op de rotonde;
per rotonde de borden in plaatsing (in hoogte, afstand tot de weg en onderlinge afstand) op elkaar afstemmen;

Maatvoering

borden zijn maximaal 0,6 meter breed en 0,4 meter hoog, hoogte inclusief palen maximaal 0,5 meter;

Verschijningsvorm

per rotonde is de vormgeving van alle hierop geplaatste borden gelijk;
op bord alleen logo en bedrijfsnaam, geen verwijzingen, pijlen of contactgegevens.

Reclame-uitingen langs de openbare weg

Reclamedisplays aan lichtmasten op maaiveldniveau

De gemeente Druten heeft aan één partij het exclusieve recht verleend om, met uitsluiting van anderen, in en op openbare gemeente grond, reclamedisplays op maaiveldniveau aan lichtmasten te plaatsen en te exploiteren voor reclame affiches van het formaat A0 (84,1 x 118,9 cm), conform vastgelegde bepalingen op 45 aangewezen lichtmasten. Overige sandwichborden/driehoeksborden/displays langs de openbare weg zijn niet toegestaan.

Uitgangspunten voor de toegestane reclamedisplays zijn:

per periode mag aan maximaal vier adverteerders een vergunning worden verleend;
reclame mag maximaal 14 dagen vóór het plaatsvinden van de aangekondigde activiteit worden geplaatst;
binnen zeven dagen na afloop van de activiteit moet de reclame worden weggehaald;

reclame-uitingen dienen gerelateerd te zijn aan activiteiten binnen de regio Land van Maas en Waal, waarbij de prioriteit wordt gegeven aan activiteiten binnen de gemeente Druten.

Lichtmastreclame hoog aan de paal

Naast bovengenoemde displays heeft de gemeente Druten een overeenkomst afgesloten met één partij (exploitant) voor het leveren, plaatsen, beheren, onderhouden en exploiteren van lichtmastreclames aan 13 lichtmasten op 7 locaties binnen de bebouwde kom en op 6 locaties buiten de bebouwde kom. Deze lichtmastreclames zijn 0,8 X 0,8 meter en aangebracht op een standaardhoogte van 300 cm gemeten vanaf het maaiveld tot onderzijde reclamebord. Voor technische specificatie, plaatsing- en uitvoeringsrichtlijnen etc. wordt verwezen naar 'Eisen aan lichtmastreclame'.

Uitgangspunten voor de lichtmastreclames:

tussen 24:00 uur en 06:00 uur is de lichtmastreclame volledig uitgeschakeld;
materiaal is hoogwaardig, lichtgewicht en duurzaam;
bevestigd middels een vaste en solide constructie aan de lichtmast en uniform uitgevoerd op alle locaties;
niet toegestaan binnen een afstand van 25 meter tot verkeerslichten, kruispunten, T-aansluitingen, rotondes of overige belemmeringen, obstakels en belendingen;
per kruising zijn maximaal 4 lichtmastreclames mogelijk met in acht name van de afstand van 25 meter;
per T-aansluiting zijn maximaal 3 lichtmastreclames mogelijk met in acht name van de afstand van 25 meter;
belemmert niet het uitzicht op verkeersborden of bewegwijzeringborden;
geen lichtmastreclame aan ANWB-masten;
plaatsen haaks op de as van de weg;
op dezelfde weg: plaatsen op identieke wijze (aan één zijde van de lichtmast);
één reclameobject per mast;
alleen bevestigd op lichtmasten van minimaal 8 meter en hoger;
per drie lichtmasten, één lichtmastreclame;
niet boven de rijbaan (en fietspaden), maar boven de zijberm (contragewicht) of middenberm;
reclame verwijst alleen naar lokale bedrijven en instellingen. Andere commerciële reclame is niet toegestaan.

Reclame in plattegrondkasten langs de openbare weg

In de gemeente staan een aantal plattegrond-/informatiekasten met reclame-uitingen, welke zijn geplaatst op strategische plaatsen, zoals langs de invalswegen, bij de toegangen tot de wijken en in het centrum. Deze kasten hebben naast een informatieve functie tevens de functie van reclame-uiting. Plaatselijke ondernemers kunnen hierop een reclame-uiting aanbrengen. Uitgangspunten zijn:
De plattegrond-/informatiekasten mogen maximaal 2.50 m hoog zijn en maximaal 2.00m breed.
Het percentage aan oppervlakte ten behoeve van reclame-uitingen mag maximaal 30 % te bedragen.
Er mogen in de gemeente maximaal elf plattegrond-/informatiekasten geplaatst worden, waarvan drie in Druten en twee in ieder kerkdorp.

Digitale informatieborden

Maximaal 1 bord per toegangsweg per woonkern.
minimaal 1 meter vanaf de weg;
maximaal 2 meter breed en 4 meter hoog;
alleen reclames van lokale en regionale ondernemers;
maximaal 1 beeldwisseling per zes seconden;
geen reclames omtrent seks, tabak, drugs, alcohol of die aanstootgevend kunnen zijn in woord of beeld.

Reclame bij bouwwerken

Hieronder worden opschriften verstaan die betrekking hebben op de naam of aard van in uitvoering zijnde bouwwerken of op de namen van degenen die bij het ontwerp of de uitvoering van het bouwwerk betrokken zijn. Deze opschriften mogen worden geplaatst, mits ze voldoen aan de volgende voorwaarden:
De opschriften dienen bij of op de in uitvoering zijnde bouwwerken te worden aangebracht.
De opschriften mogen uiterlijk 4 weken voorafgaand aan het begin van de uitvoering worden aangebracht.
De opschriften dienen uiterlijk 2 weken na voltooiing van de werkzaamheden te worden verwijderd.
Maximaal toegestane oppervlakte van het bord bedraagt 12 m².

Spandoeken

Een spandoek mag worden opgehangen op de volgende locaties:
Mr. van Coothstraat te Druten;
Raadshuisstraat te Druten;
Kerkstraat te Druten.
In ieder kerkdorp één spandoek. Locatie bepalen in overleg met de gemeente Druten.

Aanvullend geldt:

per locatie maximaal één spandoek;
voor de periode waarin de actie wordt gehouden met een maximum van 21 dagen;
minimale hoogte van spandoeken boven een weg is 4,65 meter;
niet toegestaan voor bekendmaking van commerciële evenementen of andere commerciële activiteiten.

5. Juridisch kader

De nieuwe, geactualiseerde reclamenota van Druten is zowel een toetsingskader voor omgevingsvergunningplichtige reclames als voor APV-plichtige reclame-uitingen (o.a. uitstallingen, aanplakborden, spandoeken, tijdelijke reclames). Tevens worden in de nieuwe nota nadere regels omtrent plaatsing en uiterlijk van terrassen (centrum Druten) opgenomen. Daarmee is straks sprake van één integraal reclame- en terrassenbeleid voor de gehele gemeente Druten.

De nieuwe nota anticipeert hiermee op de Omgevingswet, die per 1 januari 2021 in werking treedt. Vanaf dat moment vervangt het Omgevingsplan bestaand beleid zoals vastgelegd in bestemmingsplannen, verordeningen / APV, welstandsnota's etc.

Ook het onderscheid tussen omgevingsvergunningplichtige en APV-plichtige reclame-uitingen vervalt hiermee.

De geactualiseerde nota 'Reclame- en terrassenbeleid' gaat per 1 januari 2021 op grond van overgangsregelgeving (Invoeringswet) dus naadloos op in het Omgevingsplan. Tot die tijd blijven de welstandsnota en de huidige APV de juridische grondslag voor toetsing.

Waar het gaat om omgevingsvergunningplichtige reclames wordt derhalve vanuit de welstandsnota verwezen naar de nieuwe reclamenota. Vanuit de APV wordt voor desbetreffende onderdelen eveneens verwezen naar de reclamenota. Daarmee is het beleid formeel juist geborgd, maar vindt tevens een integratieslag plaats naar één overzichtelijk document.

Aanpassing APV i.v.m. terrassenbeleid

Wat betreft terrassen is in de APV Druten een specifieke verwijzing opgenomen i.v.m. nadere (beleids-)regels. Daarin staat dat terrassen vergunningvrij zijn, mits voldaan wordt aan nadere regels voor terrassen, vastgelegd in de nota 'Reclame-en Terrassenbeleid'.

De juridische basis voor nadere regels i.v.m. gebruik, plaatsing en uiterlijk van terrassen ligt in de APV. Hiertoe is art. 2.1.5.1, lid 4 van de bestaande APV gewijzigd / vervangen en is een nieuw artikel toegevoegd.

6. Terrassenbeleid gemeente Druten

Inleiding

De terrassen dragen op een positieve wijze bij aan de beeldkwaliteit van de panden en de uitstraling en inrichting van het openbaar gebied. De terrassen zijn alleen geplaatst op de daartoe, op basis van dit beleid, aangewezen plaatsen en beperken niet de toegankelijkheid en verkeersveiligheid van de openbare ruimte.

Een terras mag niet worden geplaatst:

indien er geen vrije doorgang van minimaal 1,8 meter behouden blijft van het voetgangergebied;
indien op de locatie van het terras onderhoudswerkzaamheden moeten worden verricht;
op aanzegging van het bevoegd gezag in het belang van de openbare orde, de openbare ruimte, de openbare veiligheid, de volksgezondheid of de bescherming van het milieu.

Op of naast het terras aanwezige bomen dienen daarnaast toegankelijk te zijn voor regulier onderhoud en mogen niet worden gebruikt om materiaal aan te bevestigen.

Verlichting mag tijdelijk (niet jaarrond) in of aan een boom worden gehangen, mits deze de boom niet aantasten of in de groei belemmeren door bijvoorbeeld een bevestigingsmethode die kan ingroeien of door beschadiging van de bast.

Tijdens evenementen maakt de evenementenorganisatie samen met de horecaondernemers afspraken over het gebruik maken van het terras. Verwezen wordt hierbij naar het evenementenbeleid. Het is gebruikelijk om precario te heffen voor het innemen van een terras in de openbare ruimte. Vooralsnog is hiervoor niet gekozen.

Veiligheidseisen

Terrasmeubilair mag niet aard- of nagelvast worden aangebracht en moet direct van de terraslocatie kunnen worden verwijderd.

De ingang(en), nooduitgang(en) van de openbare inrichting, alsmede de uit- en inritten van alle omliggende panden en percelen mogen niet op enigerlei wijze worden geblokkeerd of belemmerd.

Brandkranen, bluswaterwinplaatsen en nutsvoorzieningen moeten goed zichtbaar en onbelemmerd bereikbaar zijn voor hulpvoertuigen. In een straal van 90 cm rondom een brandkraan mag niets worden geplaatst.

Specifiek

Plaatsing

Markt

binnen een strook van 1,5 meter vanaf de gevel en/of als vrijstaand terras binnen de zone gemarkeerd in het plaveisel (zie foto)

Hogestraat

Algemeen:

binnen een zone van maximaal 3,5 meter vanaf de gevel mits de vrije doorgang van het voetgangersgebied minimaal 1,8 meter bedraagt (zie foto)

het terras is niet breder dan de breedte van de gevel van het bijbehorende pand / onderneming.

Specifiek:

Hogestraat 1-11: in de zone direct tegen de gevel. De maximale diepte van het terras is gemarkeerd in het plaveisel (zie foto);

Hogestraat 60-60A: in de zone direct tegen de gevel tot een diepte van maximaal 4 meter (zie foto)

Hogestraat 38-44, 67a-c, 69-3: Binnen een zone van maximaal 3,5 meter vanaf de gevel, mits de vrije doorgang van het voetgangersgebied 1,8 meter bedraagt. Per (toekomstige) horecagelegenheid is een vrijstaand terras mogelijk op het plein tussen de boomvakken, mits niet breder dan de breedte van het pand, loodrecht gemeten vanaf de gevel (zie foto).

Hogestraat 69-3: vrijstaand terras mogelijk binnen het vierkant, zoals aangegeven in het plaveisel.

Kattenburg

binnen een zone van maximaal 3 meter vanaf de gevel mits de vrije doorgang van het voetgangersgebied minimaal 1,8 meter bedraagt (zie foto)

1. Pleinruimte Hogestraat 38-44, 67a-c: vrijstaande terras mogelijk tussen de boomvakken.

2. Hogestraat 69-3: binnen het vierkant.

Markt: binnen een strook van 1,5 meter vanaf de gevel.

Markt: binnen een strook van 1,5 meter vanaf de gevel en/of binnen de zone gemarkeerd in het plaveisel.

Hogestraat 1-11: diepte terras is gemarkeerd in het plaveisel.

Hogestraat algemeen: binnen een zone van maximaal 3,5 meter vanaf de gevel, mits de vrije doorgang minimaal 1,8 meter bedraagt.

Kattenburg: binnen een strook van 3,0 meter vanaf de gevel.

Beeldkwaliteit

Meubilair

losse tafels en stoelen bestaande uit metaal, aluminium, (hard)hout, kunststof of rotan;

Geen loungebank of ander massief ogend meubilair, mits geplaatst tegen de gevel of haaks op de gevel tegen de terrasafscheiding.

Opslag

geen terrasmeubilair op vrijstaande terrassen buiten het terrassenseizoen (1 november – 1 april);

geen opslag van terrasmeubilair buiten het terrassenseizoen (1 november - 1 april);

Windschermen

in de zone tegen de gevel; alleen haaks op de gevel;

vrijstaande terrassen (Markt en pleintje Hogestraat): haaks op de gevel en ter afsluiting aan de achterzijde niet langer dan de diepte van het terras;

alle windschermen zijn conform bestaande windschermen op de Markt; gesloten tot maximaal 1,10 hoog, daarboven transparant tot maximaal 1,60 en uitgevoerd in aluminium of staal, in een donkere antracietkleur;

aaneengeschilderde terraschermen zijn op één horizontale lijn geplaatst;

geen reclame-uitingen op windschermen. De naam van het bedrijf is wel toegestaan op de schermen. Per schermdeel maximaal 1x de naam.

Verlichting

toegestaan mits rustig in kleur en intensiteit

Parasols

parasols hebben één staander, een maximale maat van 4x4 m en kunnen te allen tijde worden ingeklapt;

de parasols zijn niet breder dan het terras waarop ze gebruikt worden;

de onderzijde van de volant (de zijkant die naar beneden hangt) moet minimaal 2,20 meter hoog zijn;

per terras één type en kleur parasol;

geen felle kleuren;

bescheiden reclame op de volant is mogelijk.

Terrasverwarming

mits doorgang niet wordt beperkt. Kleur niet opvallend. Grijs, zwart

Bloem- en plantenbakken

plaatsen binnen de terrasruimte;

dragen niet bij aan een gesloten uitstraling en/of worden niet gebruikt om het terras af te sluiten.

Meubilair: geen loungebanken tenzij geplaatst direct tegen – en evenwijdig aan de gevel.

Opslag: Geen opslag buiten het terrasseizoen.

Windschermen: Windschermen op de Markt.

Meubilair: losse tafels en stoelen bestaande uit metaal, aluminium, hout, kunststof of rotan.

7. Uitvoeringsplan

Het maken van beleid is een eerste aanzet tot een uniforme aanpak van reclame-uitingen.

Op basis van het beleid is het mogelijk om een aantal vormen van reclame-uitingen toe te staan.

Indien men een reclame-uiting wil gaan voeren moet men goed bedacht zijn op de vraag of er een omgevingsvergunning voor nodig is of niet. Zodra geen omgevingsvergunning nodig is, is de reclame-uiting in beginsel vergunningvrij, mits voldaan wordt aan de voorwaarden genoemd in de APV. Wanneer een reclame-uiting omgevingsvergunningplichtig is, kan de omgevingsvergunning worden aangevraagd bij het bevoegd gezag.

Een jaar na inwerkingtreding van dit beleid, zal er een evaluatie plaatsvinden. Dan wordt gekeken of het beleid uitvoerbaar is, of het handhaafbaar is en of de regels voldoende zijn of niet. Afhankelijk van de uitkomst daarvan, kan zowel versoepeling als aanscherping van het beleid aan de orde zijn.

Hardheidsclausule

De hardheidsclausule als bedoeld in artikel 4:84 Awb is uiteraard ook hier van toepassing.

Dit betekent dat van deze beleidsregels wordt afgeweken indien bijzondere omstandigheden tot gevolg hebben dat toepassing van de beleidsregels voor een belanghebbende gevolgen heeft die onevenredig zijn in verhouding tot de met de beleidsregel te dienen doelen. In de praktijk geldt de hardheidsclausule als een bevoegdheid van het college van burgemeester en wethouders om van de voorschriften en voorwaarden af te wijken.

8. Overgangsrecht

8.1 Overgangsrecht / uitsterfconstructie locatie-gebonden reclame

Gekozen wordt om alle bestaande reclame-uitingen die eerder vergund zijn of pasten binnen de algemene regels uit het reclamebeeld 2010, onder het overgangsrecht te laten vallen. Er moet wel sprake zijn van een functionele relatie tussen reclame-uiting en gebouw c.q. erf waartegen ze zijn aangebracht c.q. waarop ze zijn geplaatst.

Voor deze reclame-uitingen geldt een zogeheten “uitsterfconstructie”. Dat wil zeggen zolang de reclame-uiting ongewijzigd blijft wat betreft omvang, kleur en plaats op het gebouw of ondergrond, mag deze blijven staan en zal er niet handhavend tegen worden opgetreden.

Zodra er sprake is van wijziging, vervanging of verplaatsing van de reclame-uiting dient een nieuwe omgevingsvergunning aangevraagd te worden. Uiteraard dient die aanvraag te passen binnen de Welstandcriteria. Betreft het niet omgevingsvergunningplichtige reclame, dan dient deze te voldoen aan dit nieuwe beleid.

Voor het plaatsen van nieuwe reclame-uitingen moet een omgevingsvergunning worden aangevraagd c.q. deze dienen te voldoen aan dit beleid. Wanneer dat niet wordt gedaan, wordt er direct handhavend opgetreden. Voor terrassen geldt geen overgangsrecht, omdat deze niet eerder omgevingsvergunningplichtig waren of onder algemene regels vielen. Terrassen dienen daarom aan het nieuwe terrassenbeleid te voldoen.

8.2 Uitzonderingen overgangsrecht

Dit overgangsrecht is niet van toepassing op:

1. sandwichborden/driehoeksborden;
2. reclameobjecten die op gemeentegrond zijn geplaatst (o.a. bordjes op rotondes);
3. reclame geregeld bij contract.

Voor deze soorten reclame-uitingen geldt het navolgende overgangsrecht:

8.2.1 Sandwichborden en driehoeks-borden

Sandwichborden en driehoeksborden met handelsreclame zijn niet toegestaan in de gemeente Druten. Verwezen wordt naar de mogelijkheid van een reclame op de displays bij de lichtmasten.

De gemeente heeft hiervoor afspraken gemaakt met een concessiehouder.

8.2.2 Reclameobjecten die op gemeenteground zijn geplaatst

Deze reclame-uitingen moeten in overeenstemming worden gebracht met dit beleid. Na inwerkingtreding van het beleid zal er actief gehandhaafd gaan worden. De gemeente reguleert reclame op gemeenteground via bestaande en/of nieuwe concessiehouders.

8.2.3 Reclame geregeld bij contract

Voor contracten inzake reclame-uitingen, die zijn afgesloten met een externe partij, geldt dat deze tegen het einde van de looptijd nader bekeken worden. De gemeente heeft dan de volgende mogelijkheden:

- het contract verlengen;
- dezelfde externe partij een nieuw contract aanbieden;
- een contract afsluiten met een nieuwe externe partij.

9. Handhaving

Zonder handhaving is het introduceren van geactualiseerde en nieuwe beleidsregels ten aanzien van reclame-uitingen en terrassen niet zinvol. Het te voeren beleid valt of staat met de controle op de uitvoering ervan en aansluitend hierop in een aantal gevallen handhaven. Om te voorkomen dat het nieuwe reclamebeleid niet goed wordt opgevolgd, zal na de vaststelling ervan het handhavingstraject moeten worden bezien.

Indien een reclame-uiting bezwaren oplevert dan wel zonder vergunning is geplaatst, dient handhavend te worden opgetreden en de reclame-uiting onverwijld te worden vervangen, verwijderd of gewijzigd. Voor reclame-uitingen waarbij een exclusief contract is afgesloten, zal handhaving niet of nauwelijks aan de orde zijn. De externe partij dient zich immers te houden aan het gesloten contract. Een verdere prioriteitenstelling en de uitvoering zal in het jaarlijks op te stellen handhavingsuitvoeringsprogramma worden uitgewerkt. In dit programma worden alle handhavingzaken op het gebied van de fysieke leefomgeving geprioriteerd en naar gelang de beschikbare capaciteit opgepakt.

Bijlage

Verslag bijeenkomst winkeliers/ondernemers

Maandag 1 april, D'n Bogerd, Druten

Aanwezig

Gemeente Druten: wethouder RO, ambtelijke delegatie

Adviseurs Gelders Genootschap

Klankbordgroep Hogestraat

Evenementenorganisaties (Drupro, Dickens)

Ondernemers: ong. 30 personen

Stuurgroep Ondernemers

OogCafé Druten

Gemeenteraad: 2 raadsleden

Doel bijeenkomst

Met winkeliers en ondernemers uit het centrum-winkelgebied in Druten het gesprek aangaan over de gewenste ruimtelijke kwaliteit van reclames, uitstallingen en terrassen.

Dit vervolgens een vertaling geven in nieuw op te stellen reclame- en terrassenbeleid.

Opzet

Adviseurs van het Gelders Genootschap hielden een inleiding over ruimtelijke en kwalitatieve aspecten van reclames en terrassen. Dit werd geïllustreerd aan de hand van voorbeelden uit Druten en andere gemeenten. Toegelicht werd hoe je vanuit de volgende perspectieven kunt kijken naar de kwaliteit van reclames en terrassen:

1. Levert het terrasmeubilair een positieve bijdrage aan het straatbeeld / de openbare ruimte?
2. Past het terras bij Druten?
3. Uitstallingen: kan het / kan het niet?
4. Is de reclame voldoende ondergeschikt aan de gevel?
5. Is de reclame afgestemd op de indeling van de gevel?
6. Heeft de reclame voldoende kwaliteit?

Voor elk van deze perspectieven was een paneel gemaakt met daarop foto's van reclames, uitstallingen en terrassen. De deelnemers konden vervolgens met groene of rode plakkers aangeven of de betreffende voorbeelden wel of niet bijdroegen aan ruimtelijke kwaliteit.

Na afloop werd per paneel gekeken naar de resultaten en werd dit met de deelnemers geanalyseerd.

Voorafgaand aan het interactieve deel van de bijeenkomst werd door de belangengroep 'OogCafé Druten' een rapport aangeboden aan de wethouder. Dit betrof het Handboek 'Toegankelijkheid openbare ruimte en gebouwen', met tips en adviezen.

Bevindingen

In het algemeen was er een breed draagvlak te vinden voor de gedachte dat reclames en terrassen qua verschijningsvorm moeten aansluiten bij de bestaande (hoge) kwaliteit van het winkelgebied en openbare ruimte. Zeker met de kwaliteitsimpuls die het gebied Hogestraat / Markt recent heeft ondergaan.

Specifiek / thematisch

De foto's van beplakte panelen zijn aan het eind van dit verslag weergegeven. Hieruit blijkt dat over de meeste voorbeelden nagenoeg geen discussie ontstond. Het was ofwel een geslaagd voorbeeld van ruimtelijke kwaliteit, of het was evident dat de getoonde reclame, terras of uitstalling niet bijdroeg aan de ruimtelijke kwaliteit. Bij een enkel voorbeeld waren de meningen wat meer verdeeld, maar dan bleek vooral te komen door het perspectief van waaruit men naar het voorbeeld keek. Gaat het om de kwaliteit van het materiaal, kleurstelling, combinatie van zaken (terrassafscheiding, parasols, bestaande pui etc.). Afhankelijk daarvan kan het beeld positief of negatief zijn.

Reactieformulieren

Naast de discussie zelf, was er ook gelegenheid om ter plekke op door de gemeente uitgedeelde reactieformulieren, een mening te geven of vraag te stellen. Daardoor kwamen ook met de ruimtelijke kwaliteit samenhangende vraagstukken naar voren. Bijvoorbeeld dat een nieuw en aangescherpt beleid ook vraagt om meer inzet op handhaving door de gemeente. Verder moet er meer aandacht komen voor de parkeerproblematiek van fietsen, met name bij horecagelegenheden. De fietsen belemmeren namelijk regelmatig de doorgang voor voetgangers. Daarom is er behoefte aan meer fietsenstallingen. Tevens moet de gemeente beter handhaven op fietsers die ongeoorloofd gebruik maken van loopstroken. Voor ondernemers aan de Hogestraat moeten wat betreft het materiaal en inrichting van terrassenafscheidings door de gemeente dezelfde eisen worden gesteld, als eerder aan winkeliers aan de Markt. Dit ging immers om forse investeringen door de winkeliers. In het nieuwe terrassenbeleid moet dit duidelijk worden aangegeven.



Uit de ingevulde reactieformulieren en uit de discussie blijkt verder dat kwaliteit niet betekent dat reclames en terrassen eenheidsworst moeten zijn. Variatie en een gezellige uitstraling zijn wenselijk en dat kan prima gecombineerd met aandacht voor kwaliteit.

Conclusie

De bijeenkomst werd door de deelnemers als heel positief ervaren. Goed dat in een vroeg stadium de gelegenheid is gegeven om op een informele manier met elkaar van gedachten te wisselen.

De aanwezige wethouder zegt toe om rekening te houden met de gemaakte opmerkingen en op de formulieren aangegeven reacties. Waar het niet de eigen portefeuille betreft, neemt hij dit mee richting de betreffende collega-wethouder.

De wethouder kijkt verder terug op een geslaagde avond met een goede opkomst en prima discussie. Hij bedankt alle aanwezigen voor hun inbreng.

M. Bogie

Gelders Genootschap