

Reclamebeleid gemeente Waalre

Afdeling VROM/BWT

april 2005

RECLAMEBELEID 2005

Hoofdstuk 1. Inleiding

Tot op heden is er geen allesomvattend concreet reclamebeleid geformuleerd. Er is op slechts enkele punten beleid gemaakt en vaak worden ad hoc beslissingen genomen. Het vormen van een reclamebeleid is een van de middelen om een aantrekkelijke gemeente te behouden. Om de wildgroei van reclame, in het bijzonder de uitgestalde reclame-uitingen langs wegen, te voorkomen is het noodzakelijk dat hiervoor gemeentelijk beleid wordt vastgesteld. Het beleid is vooral bedoeld om reclameaanvragen zoveel mogelijk op eenduidige wijze te kunnen beoordelen en om ongewenste en/of illegale reclame tegen te gaan.

In toenemende mate rijst de vraag naar een gecoördineerd gemeentelijk beleid met integrale afweging van een veelheid van en soms tegenstrijdige belangen bij de inrichting van de openbare ruimte en de formulering van het reclamebeleid. De complexiteit vraagt om een zo strak en helder mogelijk beleid voor reclame, dat in deze nota is vastgelegd.

Hoofdstuk 2. Doelstelling

De laatste jaren worden steeds hogere eisen gesteld aan de kwaliteit van de openbare ruimte: aan comfort en veiligheid, maar ook aan kwaliteit van het straatbeeld en de belevingswaarde daarvan. Het te voeren beleid beoogt het scheppen van een beleidskader waarin de mogelijkheid tot het maken van reclame is vastgelegd. Hierdoor ontstaat een evenredige op de woon- en leefomgeving afgestemde invulling die de woon- en leefomgeving aantrekkelijk maakt en houdt. Daarnaast moet er voorkomen worden dat reclame-uitingen de verkeersveiligheid in gevaar brengen.

Het is de bedoeling te komen tot een uniform beleid voor de gehele gemeente. Daarom is het van belang het huidige toetsingskader vast te stellen waaraan vergunningsaanvragen kunnen worden getoetst. Bovendien dient het beleid bij het bestuur een zodanig draagvlak te hebben en te behouden, dat handhaving ervan op een adequate wijze kan plaatsvinden.

Zonder voldoende toezicht en handhaving heeft het maken van regels namelijk geen zin.

De doelstellingen van deze notitie zijn dan ook vaststelling van het te voeren beleid en aangeven wie verantwoordelijk is voor de vergunningverlening, controle en handhaving.

Daarnaast wordt vastgesteld hoe om te gaan met al dan niet vaste reclameobjecten die op dit moment reeds zijn geplaatst. Hiervoor wordt een overgangsregeling vastgesteld.

Hoofdstuk 3. Definitie reclame

In de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) is de volgende definitie opgenomen. Handelsreclame: iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen.

Deze nota heeft betrekking op allerlei reclame-uitingen die op een zodanige wijze naar buiten worden gebracht dat hiervoor toestemming (vergunning) van de gemeente nodig is.

Onder deze reclame-uitingen vallen bijvoorbeeld:

- Borden en lichtreclames, die vanaf de weg zichtbaar zijn;
- Borden, spandoeken, vlaggen e.d. die op, in of boven de weg zijn aangebracht;
- Geluidswagens.

Voor het maken van reclame via de media (radio, tv, kranten, internet e.d.) is geen gemeentelijke toestemming c.q. vergunning nodig. Venten, colporteren en inzamelingen valt buiten het bestek van deze nota.

Hoofdstuk 4. Inleiding juridisch kader

De mogelijkheden om gemeentelijk reclamebeleid te ontwikkelen worden begrensd door een aantal wetten, zoals de Grondwet en door een aantal wetten in formele zin, zoals de Woningwet en de Gemeentewet.

Er wordt in de wetgeving onderscheid gemaakt tussen enerzijds handelsreclame (commerciële reclame) en anderzijds uitingen waarin gedachten en gevoelens worden geopenbaard. De vrijheid van meningsuiting mag slechts in beperkte mate door gemeentelijke regelgeving of gemeentelijk beleid worden ingeperkt. Hierbij mag slechts achteraf worden ingegrepen, indien bijvoorbeeld de openbare orde wordt verstoord. Handelsreclame daarentegen mag wel aan voorafgaande toestemming (vergunning of kennisgeving) worden gebonden.

Van belang zijn de artikelen 6 en 7 van de Grondwet (vrijheid van meningsuiting), de artikelen 40 tot en met 44 van de Woningwet (bouwvergunningvereiste) en de artikelen 147 tot en met 149 van de Gemeentewet (verordenende bevoegdheid van de raad). Bij rijkswegen hebben we te maken met de Wet beheer rijkswaterstaatswerken en bij provinciale wegen (buiten de bebouwde kom) met de Wegenverordening Noord-Brabant en de landschapsverordening Noord Brabant 2002.

Op gemeentelijk niveau zijn beperkingen opgenomen in de APV, te weten:

- Artikel 2.1.5.1 Voorwerpen of stoffen op, aan of boven de weg;
- Artikel 2.4.2 Plakken en kladden; artikel 4.1.7a Geluidhinder in de openlucht;
- Artikel 4.7.2 Vergunningsplicht handelsreclame (nieuwe APV);
- Artikel 4.7.3 Aanschrijving;
- Artikel 5.1.6 Parkeren van reclamevoertuigen

4.1 Permanente reclames, de juridische kaders

De vrijheid voor het openbaren van gedachten en gevoelens door middel van de drukpers is verankerd in de Grondwet. Hierbij gaat het om reclame-uitingen met een ideëel karakter. Deze zijn niet gebonden aan voorafgaande toestemming van de overheid. Deze notitie beperkt zich tot verwijsreclame voor commerciële doeleinden (handelsreclame), naam aanduidingen, aankondigingen voor evenementen en festiviteiten.

Vergunningplichtige bouwwerken

Indien een reclameconstructie en/of uiting is aan te merken als een “bouwwerk” in de zin van artikel 40 van de Woningwet, is voor het plaatsen ervan een bouwvergunning vereist. De bouw aanvraag wordt dan getoetst aan het bestemmingsplan, de bouwverordening, indien het een monument betreft wordt tevens getoetst aan regelingen met betrekking tot monumenten, aan redelijke eisen van welstand en aan het bouwbesluit. Uit de jurisprudentie blijkt dat er bij reclametekens al snel sprake is van een bouwvergunningplichtige situatie.

Licht bouwvergunningplichtig

Het komt voor dat een reclameconstructie een licht bouwvergunningplichtig bouwwerk is in de zin van de Woningwet. De licht vergunningplichtige aanvraag wordt getoetst aan het bestemmingsplan, stedenbouwkundige voorwaarden van de bouwverordening, aan redelijke eisen van welstand (welstandsnota), de regeling met betrekking tot monumenten en de constructieve veiligheid.

Redelijke eisen van welstand

Een van de beoordelingsaspecten voor een reclamevergunning is, dat de reclame-uiting dient te voldoen aan redelijke eisen van welstand. In de Welstandsnota en in de bijlage bij dit reclamebeleid zijn reclamecriteria opgenomen waar iedere reclame-uiting aan wordt getoetst. Deze reclamecriteria zijn reeds door de raad vastgesteld. Een reclame-uiting dient te allen tijde aan deze criteria te voldoen.

Monumentenwet

Voor het aanbrengen van reclame op een beschermd monument is op basis van de Monumentenwet 1988 vergunning nodig van burgemeester en wethouders. Toetsingscriterium is daarbij het landschapsschoon. Indien tevens sprake is van een bouwwerk, gelden daarnaast ook nog de toetsingscriteria als genoemd elders in dit hoofdstuk.

Algemene Plaatselijke Verordening (APV)

Artikel 4.7.2 regelt het maken van handelsreclame waarvoor geen bouwvergunning nodig is. De APV treedt pas in werking als een hogere regeling niet in dit onderwerp voorzien. Eerst moet dus beoordeeld worden of één van deze wetten van toepassing is, voordat de regels van de APV van toepassing zijn.

Handelsreclame

Aanbrengen van handelsreclame (commerciële reclame) aan een onroerende zaak is gebonden aan een vergunning van burgemeester en wethouders op basis van artikel 4.7.2 APV. In het vierde lid van art. 4.7.2 APV worden vier toetsingscriteria genoemd:

- Redelijke eisen van welstand;
- Verkeersveiligheid
- Voorkoming en beperking van overlast voor omwonenden;
- Buiten de bebouwde kom, ter bescherming van landschapsschoon en natuur.

Voorwerpen of stoffen op, aan of boven de weg.

Voor zover er sprake is van het gebruik van de weg of van een weggedeelte, anders dan overeenkomstig de bestemming daarvan, is eveneens een vergunning van burgemeester en wethouders noodzakelijk op grond van artikel 2.1.5.1 APV. Dit artikel is met name van toepassing als het gaat om uitstallingen op de openbare weg en om vlaggenmasten voor commerciële doeleinden. Dit artikel kan eveneens worden gebruikt indien het gaat om winkelwagentjes etc.

Parkeren van reclamevoertuigen

Op basis van art. 5.1.6 APV is het verboden om een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame op de weg te parkeren met het kennelijk doel om daarmee handelsreclame te maken. Van dit verbod kunnen burgemeester en wethouders ontheffing verlenen.

Hoofdstuk 5. Taakverdeling

Bij de uitvoering van het onderwerp “reclame” zijn diverse gemeentelijke afdelingen betrokken. De afdeling VROM verzorgt de APV vergunningsaanvragen en verleent de noodzakelijke bouwvergunningen voor reclameborden en lichtreclames die binnen dit beleid passen. Aanvragen die niet binnen het beleid passen gaan via burgemeester en wethouders (zie mandatenoverzicht). Tevens houdt de afdeling VROM zich bezig met toezicht op verkeerd of illegaal geplaatste reclame-uitingen.

De afdeling Management en Bestuursondersteuning is verantwoordelijk voor de plattegrondkasten (Voorlichting) en de afdeling Technische Zaken en Verkeer houdt zich bezig met reclameborden op sportvelden,abri's alsmede openbare verlichting (verkeer).

Het lijkt een versnipperd geheel, doch in het streven naar integrale productverantwoordelijkheid is dit een verantwoorde taakverdeling. Wel is het noodzakelijk dat er een stuk is waarin het gemeentelijk beleid is te vinden. Deze nota is hiervoor het geschikte gereedschap.

Hoofdstuk 6. Reclamebeleid

6.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt per (reclame) onderdeel aangegeven wat het huidige beleid is en wat het wordt. Het gemeentelijk beleid moet erop gericht zijn het maken van reclame niet (onnodig) te beperken, doch wel zodanig te reguleren dat het uiterlijk aanzien van de gemeente en de verkeersveiligheid niet worden aangetast en dat de overlast voor anderen beperkt blijft.

6.2 Reclameborden naast rijkswegen

Huidig beleid

Het verlenen van vergunningen en toestemmingen voor het plaatsen van (reclame)borden in de berm van de Rijkswegen A 67/A2 en A 69 is een competentie van Rijkswaterstaat. De gemeente heeft hier geen zeggenschap over. Voor zover borden buiten de bermen (in weilanden e.d.) staan is Gedeputeerde Staten of burgemeester en wethouders het bevoegde gezag. Dit is afhankelijk van de situatie of het een rijksweg betreft of niet. Het gemeentelijk beleid is gericht op het weren van permanente of tijdelijke reclameborden, zoals billboards. De reden daarvoor is gevaar voor de verkeersveiligheid en landschapsvervuiling. Ook reclameborden op karren en wielen worden niet toegestaan.

Nieuw beleid

Het huidige beleid wordt gehandhaafd.

In de gemeente Waalre zijn geen geschikte locaties voorhanden, zoals bedrijfsterreinen naast een rijksweg, waarop –zonder inbreuk te maken op het landschap- permanente reclameborden kunnen worden geplaatst. Als voorbeeld wordt verwezen naar de volgende situatie.

Het bedrijf Interbest b.v. heeft recentelijk een verzoek gedaan tot het plaatsen van een reclamemast aan de A2 op de gemeente grond van Waalre. Het voorstel van Interbest b.v. luidde om deze mast op het terrein van het brandweeropleidingscentrum te plaatsen. Na een uitvoerig onderzoek van Interbest kwam deze locatie namelijk als enige geschikte locatie uit het onderzoek. Vestiging op deze locatie is echter van gemeentewege niet gewenst daar dit terrein midden in de Groene Hoofdstructuur ligt. Bovendien tasten deze grote reclamemasten in grote mate het landschap aan.

Omdat Waalre een zeer groene gemeente is en er geen bedrijventerreinen direct langs de snelweg zijn gesitueerd, komt geen enkele plek binnen de gemeente in aanmerking voor plaatsing van een reclame-mast.

Er wordt dan ook niet op het voorstel van het bedrijf Interbest b.v. ingegaan. Omdat er in de toekomst meerdere aanvragen van dergelijke bedrijven worden verwacht wordt het standpunt ingenomen dat deze reclamemasten binnen de gemeente Waalre niet gewenst zijn.

6.3 Permanente reclameborden

Permanente reclameborden (bijvoorbeeld op karren of door middel van billboards) die geen enkele relatie hebben met het perceel waarop of in de nabijheid waarvan ze zijn aangebracht, worden niet toegestaan. Reden voor het weren van niet-functionele reclameborden is de noodzaak om te voorkomen dat het landschap of het dorpsgericht visueel in ontoelaatbare mate wordt verstoord. De welstandscommissie speelt hierin momenteel nog een belangrijke rol. Permanente reclameborden die wel een directe relatie hebben met een perceel, worden in beginsel wél toegestaan. Dit is echter afhankelijk van het advies van de welstandscommissie, de verkeersveiligheid en de mate van overlast voor gebruikers van de in de nabijheid gelegen onroerende zaken. Indien deze drie genoemde criteria geen aanleiding geven de vergunning te weigeren, wordt de vergunning voor een functioneel (directe relatie met het perceel waarop het wordt aangebracht) permanent reclamebord normaliter verleend.

Nieuw beleid

Het huidige beleid continueren.

Parkeren van reclamevoertuigen

Inleiding

Op grond van artikel 5.1.6 van de APV is het verboden een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame, op de weg te parkeren met het kennelijke doel om daarmee handelsreclame te maken.

In de praktijk zal het moeilijk zijn om op basis van dit artikel op te treden tegen geparkeerde voertuigen. Slechts in geval van excessen, bijvoorbeeld indien duidelijk is dat een voertuig niet meer rijvaardig is of gedurende een langere periode op dezelfde plek staat geparkeerd zonder te zijn verplaatst, bestaat de mogelijkheid en is er aanleiding om op te treden.

Nieuw beleid

Indien een reclamevoertuig hinderlijk staat geparkeerd, onnodig schaarse parkeerruimte inneemt of duidelijk niet meer rijvaardig is, een aanschrijving doen uitgaan. Het toezicht houden op het plaatsen van reclamevoertuigen is primair een taak van de buitengewoon opsporingsambtenaar.

Plattegrondkasten

Op een 7-tal plaatsen in de gemeente zijn plattegrondkasten geplaatst, waarop aan de achterzijde reclame is aangebracht. Deze plattegrondkasten zijn eigendom van en in beheer bij Reclame Bureau Limburg (RBL) die in ruil voor de reclamerechten op de achterzijde van deze kasten, kosteloos zorgdraagt voor het periodiek "verversen" van de gemeentelijke plattegronden.

Nieuw beleid

Het huidige beleid wordt gehandhaafd.

Abri's

In de gemeente staan op diverse plaatsen bushokjes (abri's), die deels eigendom van de gemeente zijn en deels in eigendom toebehoren aan particuliere bedrijven (Viacom/Alrecon). De gemeentelijke abri's worden in ruil voor de reclamerechten onderhouden en schoongehouden door Viacom.

Viacom/ Alrecon zorgt zelf voor onderhoud en vervanging in ruil voor de reclamerechten.

Nieuw beleid

Het beleid ten aanzien hiervan blijft ongewijzigd.

Reclameborden naast sportvelden

Een andere vorm van permanente reclame is te vinden naast de diverse sportvelden. Voor zover bekend zijn hiervoor geen regels afgesproken en zijn de verenigingen vrij in het plaatsen van reclameborden naast de velden en op scoreborden e.d..

Nieuw beleid

Voor het plaatsen van reclameborden naast sportvelden is volgens de nieuwe Woningwet een (lichte) bouwvergunning nodig. De betreffende bestemmingsplannen zullen hierop in de toekomst aangepast moeten worden. Teneinde reclameborden naast sportvelden en op scoreborden e.d. mogelijk te maken is het verlenen van vrijstelling middels artikel 19, lid 3 van de wet op de ruimtelijke ordening (WRO),

juncto art. 20 BRO noodzakelijk, omdat in het bestemmingsplan hier geen rekening mee gehouden wordt.

Op de reeds op de sportvelden aanwezige reclameborden is het overgangsrecht van toepassing. Omdat het zeer moeilijk aantoonbaar is welke borden reeds voor de inwerkingtreding van de nieuwe woningwet aanwezig waren, zal er dan ook niet of nauwelijks gehandhaafd gaan worden.

Infoborden

Bij binnenkomst in de gemeente staan op diverse plaatsen infoborden. Deze borden zijn qua afmeting vergunningsplichtig. Het doel van deze infoborden is het kenbaar maken van lokale activiteiten en festiviteiten door

- verenigingen uit de gemeente Waalre
- instellingen t.b.v. het algemene nut of een maatschappelijk belang, die een binding met de gemeente hebben
- de gemeente zelf

Het plaatsen van de mededelingen op de infoborden gebeurt door Waalrese verenigingen. Zij ontvangen hiervoor een vergoeding. De coördinatie en financiële afwikkeling wordt ter hand genomen door het Comité Aalst-Waalre. Plaatsing vindt niet eerder plaats nadat de vergoeding is ontvangen. Daarbij gelden nog de volgende uitgangspunten:

- vol is vol
- first in first out
- volgorde wordt vastgesteld door CAW

Nieuw beleid

Het beleid hiervan blijft ongewijzigd.

Reclameborden en displays in winkelgebieden

Over het algemeen voldoen deze borden aan redelijke eisen van welstand. Desalniettemin is het de taak van de gemeente om wildgroei te voorkomen en de straten, voetgangersgebieden en stoepen begaanbaar te houden voor voetgangers en rolstoelers. In verband hiermede wordt maximaal één display of bord per winkel toegestaan en dienen de borden zodanig te worden geplaatst dat voetgangers, rolstoelers en kinderwagens zonder problemen kunnen passeren.

Nieuw beleid

Huidige beleid continueren.

Permanente verwijzingsborden

Om te voorkomen dat langs wegen een verzameling van borden verrijst met daarop de namen van allerlei bedrijven, winkels, verenigingen en andere instanties is er d.d. 7 maart 1995 een notitie vastgesteld, waarin alle winkels en bedrijven met een commerciële grondslag uitgesloten zijn van verwijzingsborden. In die notitie is besloten om door middel van een systeem van groene verwijzingsborden verwijzingen te maken naar gemeentelijke gebouwen, instellingen, en functionele (publieke) gebouwen. Inmiddels zijn de borden vervangen door andere groene borden (ANWB- model).

Nieuw beleid

Het huidige beleid (d.d. 7 maart 1995 vastgesteld) continueren.

6.4 Tijdelijke reclameborden

Inleiding

Onder tijdelijke borden worden verstaan borden waarop reclame wordt gemaakt voor een bepaald (commercieel) evenement, terwijl de borden op zich geen verwijzingsfunctie hebben. Bekende voorbeelden zijn de zogenaamde driehoeks- en sandwichborden rondom lantaarnpalen en verkeersborden waarop circussen, beurzen, theatervoorstellingen e.d. worden aangekondigd. Ook spandoeken en reclamevlaggen vallen onder deze categorie.

Onder tijdelijke reclameborden worden mede begrepen de borden die projectontwikkelaars en aannemers plaatsen bij een bouwproject. Ook verkoopborden van makelaars vallen hieronder.

Op grond van artikel 2.1.5.1 van de APV is het verboden zonder vergunning van burgemeester en wethouders de weg of een weggedeelte (zie voor de definitie hiervan de wegenwet) gebruiken anders dan overeenkomstig de bestemming daarvan. Bovendien is op grond van artikel 4.7.2. van de APV voor het maken van handelsreclame met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die vanaf de weg of vanaf een andere voor het publiek toegankelijke plaats zichtbaar is, een vergunning van burgemeester en wethouders nodig.

Een vergunning kan worden geweigerd:

- a. indien de reclame, hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand (zie reclamecriteria opgenomen zowel in dit beleid als in de welstandsnota);

- b. in het belang van de verkeersveiligheid;
- c. in het belang van de voorkoming of beperking van overlast voor gebruikers van de in de nabijheid gelegen onroerende zaak;
- d. voor zover de onroerende zaak of de daarop aanwezige zaak zich bevindt buiten de bebouwde kom, in het belang van de bescherming van landschapsschoon en natuur.

Sandwich- en Driehoeks borden:

Huidig beleid

Op 13 april 1993 hebben burgemeester en wethouders de "Beleidsregels (driehoeks)- reclameborden" vastgesteld.

Daarbij is bepaald dat reclameborden uitsluitend mogen worden geplaatst, indien het een evenement betreft met een algemeen cultureel karakter en in hoofdzaak gericht is op de Waalrese bevolking.

Een evenement wordt geacht in hoofdzaak te zijn gericht op de Waalrese bevolking, indien dit evenement in de gemeente Waalre plaatsvindt. Evenementen welke buiten de gemeente plaatsvinden worden geacht in principe niet in hoofdzaak op de Waalrese bevolking te zijn gericht. Uitzonderingen daarop zijn grootschalige evenementen met een algemeen cultureel karakter, zoals het kerstwintercircus, de Zuid Nederlandse Beurs, Holiday on Ice en de Woonbeurs.

Voor evenementen buiten de gemeente mogen slechts 5 reclameborden worden geplaatst, terwijl voor een evenement, dat binnen de gemeente plaatsvindt, 10 reclameborden mogen toegestaan. De borden mogen uiterlijk veertien dagen voorafgaande aan het evenement met geplastificeerde draad worden bevestigd aan lantaarnpalen en dienen onmiddellijk na afloop van het evenement te worden verwijderd. Wordt hieraan niet voldaan dan zullen de borden op kosten van de vergunninghouder door de gemeente worden verwijderd.

In de praktijk komen er ook verzoeken tot plaatsing van tijdelijke reclameborden binnen van andere dan algemeen culturele instellingen (bijvoorbeeld Nierstichting) ter ondersteuning van (landelijke) acties (collecten etc.) waaraan vergunning wordt verleend. Daarnaast is niet altijd duidelijk wanneer sprake is van een evenement met een algemeen cultureel karakter. De laatste tijd verschijnen er steeds meer borden met reclame voor evenementen in de naburige gemeenten. Deze borden staan vaak op minder gewenste locaties en bemoeilijken het onderhoud van trottoirs en bermen. Het vastgestelde beleid voldoet op dit punt dus niet (meer), c.q. wordt niet strikt in acht genomen.

Nieuw beleid

Er wordt geen onderscheid meer gemaakt tussen culturele, commerciële evenementen of evenementen binnen of buiten de gemeente Waalre.

Het totaal aantal te plaatsen borden blijft beperkt tot ten hoogste 100 borden voor de gehele gemeente.

Borden mogen slechts een periode van veertien dagen voorafgaand aan het evenement en tot drie dagen na het evenement geplaatst zijn. Geen vergunning meer verlenen voor langdurige plaatsing (meer dan 1 maand) van reclameborden, teneinde anderen ook een kans tot plaatsing te geven.

Vergunning voor losse borden (sandwich- en driehoeks borden) wordt verleend voor:

- Maximaal gedurende 14 dagen;
- Maximaal 20 borden per evenement;
- Aantal borden per straat dient in overeenstemming te zijn met het karakter van de straat waarin deze worden aangebracht.
- Afmeting maximaal 90 cm breed en 120 cm hoog;
- op uitsluitend de hieronder genoemde uitvalswegen en doorgaande routes:
 - Burgemeester Mollaan
 - O.L. Vrouwendijk
 - Heikantstraat
 - Juliana de Lannoylaan
 - Koningin Julianalaan
 - Willibrorduslaan
 - Molenstraat
 - Eindhovenseweg
 - Valkenswaardseweg
 - Gorlooplaan
 - Brabantialaan
 - Sophiastraat
 - Markt
 - Den Hof
 - Kerkhoflaan
 - Raadhuisstraat (nieuwe gedeelte)
 - De Bus
- De reclameborden mogen niet zodanig worden aangebracht dat zij het verkeer hinderen of in gevaar brengen;

- De reclameborden mogen niet binnen een afstand van 10 meter van kruispunten worden geplaatst;
- Niet op uitzichtbepalende plaatsen;
- Indien de lantaarnpaal op het trottoir is gesitueerd mogen de reclameborden uitsluitend worden aangebracht binnen de rand van het trottoir;
- Op het trottoir dient een doorgang van ten minste 90 cm te worden vrijgehouden ten behoeve van rolstoelgebruikers en voetgangers;
- De borden dienen van goede kwaliteit te zijn en in een goede staat te worden gehouden (zorgplicht vergunninghouder).
- Schade aan personen en/of eigendommen van de gemeente en/of derden, die het gevolg is van het (de) aangebrachte bord (en) komt voor rekening van de personen of instantie aan wie deze vergunning is verleend;
- De reclameborden die in strijd met de vergunning, dan wel zonder vergunning worden geplaatst, zullen door de gemeente Waalre, op kosten van de betreffende persoon of instantie die het bord heeft geplaatst, worden verwijderd.

Borden bij bouwprojecten:

Deze borden zijn vanwege hun afmeting en constructie een bouwwerk en hiervoor is een bouwvergunning nodig. Omdat er nagenoeg altijd sprake is van strijdigheid met het vigerende bestemmingsplan wordt er meestal bouwvergunning verleend met gebruikmaking van de tijdelijke vrijstellingsmogelijkheid als bedoeld in artikel 17 van de Wet op de Ruimtelijke Ordening (WRO). Aan de plaatsing van de borden wordt een zodanige termijn verbonden, met een maximum van 5 jaar, dat de (ontsierende) borden direct na realisering van het bouwproject worden verwijderd en niet onnodig lang blijven staan.

Nieuw beleid

Het huidige beleid continueren.

Borden van makelaars/verhuurders e.d.:

Deze borden zijn meestal van beperkte omvang en worden nagenoeg altijd op eigen terrein geplaatst. In dergelijke gevallen hoeven geen extra eisen te worden gesteld. Hebben de borden echter een oppervlakte van meer dan 2 m² en/of zijn ze hoger dan 1 m, of geplaatst op een constructie, dan vallen ze onder de (lichte) bouwvergunningplicht. In dit soort gevallen zal ook meestal een tijdelijke vrijstelling als bedoeld in artikel 17 van de Wet op de Ruimtelijke Ordening (WRO) noodzakelijk zijn. In de overige gevallen de plaatsing aan een termijn binden van maximaal 6 maanden, met de mogelijkheid gemotiveerd verlenging te vragen.

Nieuw beleid

Het huidige beleid continueren.

Op de reeds aanwezige borden van makelaars is het overgangsrecht van toepassing. Daar het zeer moeilijk aantoonbaar is welke borden reeds voor de inwerkingtreding van de nieuwe woningwet aanwezig waren, zal er dan ook niet actief gehandhaafd worden.

6.5 Tijdelijke verwijzingsborden

Inleiding

Onder tijdelijke verwijzingsborden worden verstaan borden die bezoekers de weg wijzen naar een incidenteel (al dan niet periodiek terugkerend) evenement. Deze verwijzingsborden hebben slechts een tijdelijke functie. Voor het plaatsen van tijdelijke verwijzingsborden langs wegen is vergunning nodig op grond van artikel 2.1.5.1 van de APV. Een vergunning kan worden geweigerd:

- a. indien 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. indien het beoogde gebruik hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand;
- c. in het belang van de voorkoming of beperking van overlast voor gebruikers van de in de nabijheid gelegen onroerende zaak.

Huidig beleid

In beginsel worden tijdelijke verwijzingsborden toegestaan ten behoeve van incidentele evenementen, gedurende de duur van die evenementen, mits de afmetingen beperkt blijven (maximale afmeting 50 x 20 cm) De borden mogen pas een dag voor het evenement worden geplaatst.

Nieuw beleid

Huidige beleid continueren, doch wel de duur van de aankondiging voor evenementen beperken tot een dag vóór en een dag ná het evenement.

In gevallen waarbij, bijvoorbeeld vanwege (langdurige) wegafsluitingen, verwijzingsborden naar bedrijven noodzakelijk zijn, hiervoor per geval een afweging maken en de periode beperken tot de periode van de afsluiting.

6.6 Lichtreclames aan lichtmasten

Inleiding

Lichtreclamebakken aan lichtmasten hebben soms (tevens) de functie van een verwijzingsbord, maar worden meestal puur als reclameobject gebruikt. Het aanbrengen van lichtreclamebakken aan lichtmasten is technisch niet zonder meer mogelijk. De masten moeten van voldoende sterkte zijn om het extra gewicht van de bakken te kunnen dragen. De meeste in de gemeente Waalre geplaatste lichtmasten zijn vanwege een geringe wanddikte niet geschikt voor het aanbrengen van lichtreclamebakken. Ook moeten er extra elektrische voorzieningen worden getroffen om een lichtmast geschikt te maken voor het aansluiten van lichtreclamebakken. Alleen de masten naast de Eindhovenseweg/Valkenswaardseweg zijn van voldoende lengte (10 m) en sterkte.

Huidig beleid

Het huidige beleid is om, vanwege het uiterlijk aanzien van de gemeente (groene karakter) en de ongeschiktheid van het merendeel van de lichtmasten, geen lichtreclamebakken aan lichtmasten toe te staan.

Nieuw beleid

Er zijn in de gemeente zeer weinig lichtmasten geschikt voor het plaatsen van lichtreclamebakken. Aangezien het plaatsen van een beperkt aantal lichtreclamebakken op specifiek daarvoor aangewezen locaties het groene karakter niet aantast staan wij onder de hieronder genoemde voorwaarden lichtreclamebakken aan lichtmasten toe:

- De lichtreclamebakken dienen op minimaal 15 meter afstand van een kruising te worden geplaatst en niet op uitzichtbepalende plaatsen;
 - De lichtbakken dienen gekoppeld te worden aan de brandduur van de lichtmasten;
 - Het toestaan van maximaal 50 lichtreclamebakken aan lichtmasten op uitsluitend uitvalswegen en doorgaande routes zoals:
- Burgemeester Mollaan
 - O.L. Vrouwendijk
 - Heikantstraat
 - Juliana de Lannoylaan
 - Koningin Julianalaan
 - Willibrorduslaan
 - Molenstraat
 - Eindhovenseweg
 - Valkenswaardseweg
 - Gorlooplaan
 - Branbantialaan
 - Sophiastraat
 - Markt
 - Den Hof
 - Kerkhoflaan
 - Raadhuisstraat (nieuwe gedeelte)
 - De Bus

De kosten voor het geschikt maken of vervangen van lichtmasten ten behoeve van de bevestiging van lichtreclamebakken moeten door de aanvrager vergoed worden.

6.7 Vlaggenmasten

Omdat het plaatsen van vlaggenmasten vaak uit stedenbouwkundig- en welstandsoogpunt niet bezwaarlijk is en wij tevens van mening zijn dat de constructie van een 'standaard' vlaggenmast van zodanig beperkte omvang is, is er geen sprake van een bouwwerk in de zin van de Woningwet. Indien er sprake is van een zodanig hoge mast dat er een extra constructie nodig is om de vlaggenmast op zijn plaats te houden (bijvoorbeeld kabels) is het mogelijk dat een vlaggenmast wel wordt gezien als een bouwwerk in de zin van de Woningwet. Dit zal per geval worden bekeken.

Vergunningen voor vlaggenmasten worden verleend mits:

- Tegen het plaatsen geen planologische bezwaren bestaan;
- Tegen het plaatsen geen stedenbouwkundige bezwaren bestaan;
- Het plan voldoet aan de welstandscriteria;
- De hoogte van de vlaggenmast maximaal 8 meter bedraagt;

Tevens wordt per aanvraag bekeken hoeveel vlaggenmasten op het betreffende perceel maximaal worden toegestaan.

6.8 Reclames bij bedrijfspanden e.d.

Inleiding

Het aanbrengen van reclames is geregeld in artikel 4.7.2 van de APV. Op grond van dit artikel is het de rechthebbende op een onroerend goed verboden zonder vergunning van burgemeester en wethouders dit goed of een daarop aanwezige zaak te gebruiken of het gebruik toe te laten voor het maken van handelsreclame met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die vanaf de weg of vanaf een andere voor het publiek toegankelijke plaats zichtbaar is.

Onder reclames moeten in dit verband worden verstaan reclameborden, lichtbakken, losse (neon) letters, terrasafscheidings, figuren etc.

Het verbod geldt niet indien er sprake is van tijdelijke aankondigingen (niet meer dan 9 weken) of in gevallen waar de Woningwet van toepassing is. De Woningwet is van toepassing indien sprake is van bouwen. Onder "bouwen" wordt krachtens artikel 1, lid 1, onder a van de Woningwet verstaan: "Het plaatsen, het geheel of gedeeltelijk oprichten, vernieuwen of veranderen en het vergroten van een bouwwerk, alsmede het geheel of gedeeltelijk oprichten, vernieuwen of veranderen en het vergroten van een standplaats."

Hieruit volgt dat in de meeste gevallen de Woningwet van toepassing zal zijn en de APV dus niet geldt. Toetsing aan het (per 1 januari 2003 in werking getreden) Besluit bouwvergunningvrije en licht-bouwvergunningplichtige bouwwerken levert het volgende resultaat op.

Indien het reclamebord, gemeten vanaf het aansluitend terrein, minder dan 1 m hoog is en de bruto-oppervlakte minder is dan 2 m² en het voor-, zij- of achtererf voor niet meer dan 50% wordt bebouwd, is sprake van bouwen van beperkte betekenis en hiervoor is geen bouwvergunning nodig. Voor reclameborden tot 3 m hoogte, gemeten vanaf het aansluitend terrein, en met een bruto-oppervlakte van minder dan 5 m², geldt de eis van een lichte bouwvergunning. Voor overige bouwwerken geldt de normale vergunningeis.

In het geval er sprake is van een vergunningvrij bouwwerk is er geen bouwvergunning vereist, doch bestaat wel de mogelijkheid om (achteraf) het bouwwerk te laten beoordelen op redelijke eisen van welstand. (zie artikel 19 Woningwet). Er kan dus sprake zijn van repressief welstandstoezicht.

Huidig beleid

Het huidige beleid is er op gericht excessen op het gebied van reclameborden aan te pakken. Als er een illegaal reclamebord wordt ontdekt, wordt in eerste instantie de mogelijkheid gegeven een (bouw)vergunning aan te vragen. Indien men daartoe niet bereid is, wordt er een aanschrijving bestuursdwang uitgedaan. De aanvraag wordt voorgelegd aan de welstandscommissie en getoetst aan redelijke eisen van welstand.

Nieuw beleid

Het huidige beleid continueren.

6.9 Plakken en kladden

Inleiding

Op grond van artikel 2.4.2, lid 1 van de APV is het verboden de weg of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf de weg zichtbaar is te bekrassen of te bekladden. In lid 2 van voornoemd artikel is bepaald dat zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende op de weg of op dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf de weg zichtbaar is:

- a. een aanplakbiljet of ander geschrift, afbeelding of aanduiding, aan te plakken of op andere wijze aan te brengen;
- b. met kalk, krijt, teer of een kleur- of vetstof enige afbeelding, letter, cijfer of teken aan te brengen.

De intentie van bovenvermeld artikel is het ongewenst beplakken en beschrijven van andermans eigendom te verbieden, doch niet om de vrijheid van meningsuiting te beperken.

Huidig beleid

De gemeente hanteert momenteel als beleid op het gebied van het aanbrengen van affiches waarop handelsreclame staat, dat deze op gemeentelijke eigendommen niet worden toegestaan. Voor het aanbrengen van affiches op niet-gemeentelijke eigendommen is een vergunning nodig op grond van artikel 4.7.2 van de APV. Hierbij wordt een terughoudend beleid gehanteerd in verband met het uiterlijk aanzien van de gemeente. Met de verkiezingen worden speciale verkiezingsborden geplaatst waarop de politieke partijen kunnen plakken. De verkiezingsborden blijven echter uit dit beleid. Hier zal een apart voorstel voor komen. Daarnaast staat er aan de O.L. Vrouwedijk een aanplakbord waarop doorlopend vrij geplakt kan worden.

Nieuw beleid

Huidig beleid continueren.

Indien er overlast (excessen) ontstaat als gevolg van wildplakken hiertegen optreden door middel van bestuursdwang. Dat wil zeggen de plakker of opdrachtgever achterhalen en de keuze laten tussen zelf verwijderen of verwijdering door de gemeente op kosten van de overtreder. Op dit moment zijn er verspreid over de gemeente een drietal plakborden aanwezig, waarop doorlopend vrij geplakt kan worden.

Hoofdstuk 7. Overige gevallen en vrijstelling

Ongetwijfeld zullen zich in de praktijk gevallen en situaties voordoen waarmee in deze nota geen rekening is gehouden. In dergelijke gevallen wordt de beslissing aan het college van burgemeester en wethouders gelaten. Burgemeester en wethouders zijn bovendien bevoegd vrijstelling van de in deze nota genoemde beleidsregels te geven.

Hoofdstuk 8. Overgangsbepalingen

Bestaande reclame-uitingen die geplaatst zijn met de benodigde vergunningen en/of melding en afwijken van het nieuwe beleid, worden gerespecteerd. Bij nieuwe aanvragen op dezelfde locatie wordt het reclamebeleid onverkort toegepast. Voor reclame-uitingen die reeds langer gedoogd worden, maar niet in overeenstemming zijn met het reclamebeleid, wordt een overgangstermijn gehanteerd. Hierbij zijn de volgende situaties te onderscheiden:

- er is geen vergunning en/of melding, maar de reclame-uiting past binnen het reclamebeleid: de mogelijkheid wordt geboden om, binnen zes weken na aanschrijving, de reclame-uiting te legaliseren door middel van het aanvragen van een vergunning en of melding. Wordt hiervan geen gebruik gemaakt, dan wordt een handhavingprocedure opgestart;
- er is geen vergunning en/of melding én de reclame-uiting past niet in het reclamebeleid:
 - de reclame-uitingen die korter dan twee jaar aanwezig zijn, moeten binnen zes weken na aanschrijving worden verwijderd;
 - de reclame-uitingen die langer dan twee jaar aanwezig zijn, m.u.v. reclame-uitingen die (verkeers)onveilig zijn, moeten binnen 1 jaar verwijderd zijn.

NB: de houder van de reclame-uiting dient zelf aan te tonen dat de betreffende reclame-uiting reeds twee jaar aanwezig is.

Hoofdstuk 9. Handhaving

Voor een effectief reclamebeleid is toezicht op naleving van de afspraken en optreden tegen overtredingen van afgesproken regels zeer belangrijk.

Om snel en adequaat te kunnen optreden tegen verkeerd of illegaal geplaatste reclame-uitingen zijn twee zaken zeer belangrijk:

- signaalfunctie van buitendienstmedewerkers; De medewerker handhaving van de sectie Bouwen en Woningtoezicht en de buitengewoon opsporingsambtenaar houden toezicht op het voorkomen van het plaatsen van illegale reclame.
- vaste procedures voor handhaving; er is een vastgestelde Notitie Handhaving Bouwregelgeving gemeente Waalre. Deze notitie kan onverkort van toepassing worden verklaard op reclames.

Hoofdstuk 10. Leges

In de legesverordening 2005 van de gemeente Waalre zijn in hoofdstuk 9 (Overige stukken) de volgende legesbedragen opgenomen:

- 9.1.3 een reclamevergunning ingevolge artikel 2.1.5.1 van de APV (voorwerpen of stoffen op, aan of boven de weg) € 18,15, te verhogen met een tarief per reclameobject van € 36,30.
- 9.1.3.c een vergunning ingevolge artikel 4.7.2 van de APV (ontsierende, hinderlijke of gevaarlijke reclames een basistarief van € 45,-, te verhogen met een tarief per verwijzingsbord van € 2,20.

Bovenstaande tarieven zijn voldoende kostendekkend en behoeven geen andere dan trendmatige verhoging.

Hoofdstuk 11. Financiën

De kosten van de vergunningverlening worden gedekt door de legesinkomsten. Indien gekozen wordt voor lichtreclamebakken aan lichtmasten moet dit op een zodanige wijze geschieden dat tenminste de kosten geheel gedekt worden door de bijdrage van de reclame-exploitant.

Hoofdstuk 12. Communicatie

Het nu voorliggende beleid brengt eenduidigheid en duidelijkheid in de wirwar van eisen op het gebied van reclame.

Nu de opmerkingen van de afdelingshoofden zijn verwerkt en geëvalueerd en het beleid is afgestemd met onder meer OCW wordt het reclamebeleid ter vaststelling aan burgemeester en wethouders voorgelegd.

Versie maart 2005

Welstandscriteria met betrekking tot reclametekens

0.0 inleiding

Reclame is niet meer weg te denken uit onze samenleving. De invloed van reclame op ons dagelijks leven is de afgelopen decennia steeds groter geworden. Er is vrijwel geen medium dat gevrijwaard is van reclameboodschappen. Vrijwel elke (al dan niet virtuele) omgeving zal vroeg of laat met reclame-uitingen worden geconfronteerd.

Reclame kan veel verschillende vormen aannemen. De traditionele vorm, een wervende boodschap, heeft inmiddels een subtielere pendant gekregen in de vorm van sponsoring. Veel non-profitorganisaties blijven in leven dankzij de "steun" van de commercie. Maar ook commerciële bedrijven zien in het verhuren van reclameruimte een aantrekkelijke tweede bron van inkomsten. Zo kan een stadsbus een rijdend billboard worden, en worden literatuurprijzen vernoemd naar uitgeverijen van tijdschriften. Er is een belangrijk onderscheid te maken tussen plaatsgebonden en niet-plaatsgebonden reclame. Waar niet-plaatsgebonden reclame slechts tot doel heeft de consumptie van een bepaald product te bevorderen, of aan te zetten tot een bepaalde handeling, is het doel van plaatsgebonden reclame in eerste instantie de aanwezigheid van de producent, de persoon, het bedrijf of instantie achter de reclame, in een bepaalde omgeving herkenbaar te maken. Dit is een van de oudste vormen van reclame: het uithangbord, de gevelbelettering.

In de openbare ruimte treffen we voornamelijk plaatsgebonden reclame aan. Niet-plaatsgebonden reclame wordt, in Nederland, slechts zeer restrictief toegelaten: een beperkt aantal billboards op de belangrijkste verbindingssassen van een stad, het logo van de voornaamste geldschiet op de gevel van een woontoren. Verder zijn er de al eerder genoemde mobiele reclame-uitingen, en kan de argeloze voorbijganger overal worden geconfronteerd met tijdelijke reclamemanifestaties, flyers en (illegaal) plakwerk. Plaatsgebonden reclame heeft in de openbare ruimte een duidelijke functie: zowel producent als consument zullen erbij gebaat zijn wanneer de consument snel zijn weg naar de producent weet te vinden. Er is in die gevallen zowel een privébelang als een gemeenschappelijk belang te onderkennen. Voor niet-plaatsgebonden reclame in de openbare ruimte is het gemeenschappelijk belang afwezig, of op zijn minst zeer twijfelachtig. Bij alle reclame-uitingen is er bovendien een tegengesteld belang aan te wijzen: dat van de ruimtelijke kwaliteit van onze dagelijkse leefomgeving. Een overdaad aan reclame tast die kwaliteit aan.

Welstandszorg bewaakt de ruimtelijke kwaliteit van onze dagelijkse leefomgeving. Reclame-uitingen in de openbare ruimte zijn dan ook onderwerp van welstandstoetsing.

Om in de gebouwde omgeving het fenomeen reclame beheersbaar te houden is het voor gemeenten van belang hierover een afgewogen beleid voor te formuleren. Deze algemene notitie kan de eerste aanzet voor dat beleid zijn. Bovendien verschaft hij duidelijkheid omtrent de wijze waarop de welstandscommissie in voorkomende gevallen toetst. Elke aanvraag wordt echter, zoals de wet dat eist, individueel beoordeeld zowel op zichzelf als in relatie tot de omgeving.

Reclame is een uitermate precedentgevoelig fenomeen en heeft de neiging, onder de druk van de concurrentie, steeds groter en opzichtiger te worden. Juist daarom is het formuleren van een beleid zeer belangrijk. Afwijkingen van het beleid zullen al snel tot een vervaging van de normen leiden en het begrip van de burger voor de wijze van beoordelen zal hierdoor afnemen. Het is dus van groot belang dat een gemeentelijke visie op de grenzen en mogelijkheden van reclametoepassing in een hanteerbaar beleid wordt omgezet, en dat dit beleid op standvastige wijze wordt gehandhaafd.

Beoordelingsaspecten

Bij het vaststellen van normen voor reclametekens, is het zinvol onderscheid te maken tussen de verschillende gebieden in een gemeente.

Een woonwijk vraagt een andere benadering dan een winkelgebied, een beschermd dorpsgezicht, maar ook het buitengebied, zal ernstig aangetast worden bij plaatsing van reclametekens die op een bedrijventerrein gebruikelijk zijn.

0.2 Gebiedsindeling

Met betrekking tot het toepassen van reclametekens gaat deze notitie uit van de volgende indeling:

Bebouwde kom: 2.0

woongebieden 2.1

winkelgebieden 2.2

beschermd stads- of dorpsgezicht 2.3

Bedrijventerrein: 3.0

Sportterreinen: 4.0

Buitengebied: 5.0

Agrarisch

niet agrarisch

Overgangsgebieden en verbindingssassen 6.0

Per gebied zal een eigen beleid geformuleerd worden met zijn eigen uitgangspunten en normen.

1.0 Algemene voorwaarden

In het algemeen geldt dat reclametekens alleen aanvaardbaar zijn indien zij een directe relatie hebben met de gekozen situering, de afmetingen en kleuren afgestemd zijn op het karakter van de directe omgeving en zij niet groter zijn dan voor een goede leesbaarheid voor die situering noodzakelijk is. De reclametekens dienen qua afmetingen en plaatsing op de gevelopzet afgestemd te worden. De hierna te noemen maximum maten dienen in dit licht gezien te worden; er zullen zich situaties voordoen waarbij ook deze maximum maten de welstand nog te zeer zullen verstoren. Het toepassen van losse letters en aanlichten van reclameteksten verdient de voorkeur boven het toepassen van lichtbakken. Bij lichtbakken is het raadzaam een donker fond te kiezen met heldere letters, ook i.v.m. de verkeersveiligheid (verblindingeffecten).

Merkreclames zijn alleen denkbaar indien het bedrijf slechts één product voert; te denken valt b.v. aan een autodealer. Dit om een wildgroei aan tekens te voorkomen.

Tenslotte: Ook een reclame vraagt om een zorgvuldige vormgeving en een goede integratie in de gebouwde context.

2.0 Bebouwde kom

2.1 Woongebieden

In een gebied dat hoofdzakelijk is ingericht voor woondoeleinden passen geen reclametekens. Er ontbreekt immers een relatie tussen het woonmilieu en reclame-uitingen.

Woningen met praktijkruimte

Een uitzondering hierop vormen woningen met een praktijkruimte voor het uitoefenen van een vrij beroep, zoals een arts, architect of verzekeringsadviseur. In dergelijke gevallen is een bescheiden aanduiding aanvaardbaar.

Maximale oppervlakte 0.20 m².

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

Aanlichten van de reclametekst verdient de voorkeur boven lichtreclame.

Bevestiging tegen 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 lichtbakken is dan niet geschikt, beperkte aanlichting wel. Totaalhoogte maximaal 1.20 m.

Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden.

Bedrijfsbebouwing met positieve bestemming

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

Alleen aanduidingen die betrekking hebben op naam en aard van het bedrijf zijn toelaatbaar. Het voeren van een merkreclame is alleen mogelijk indien het bedrijf slechts één merkproduct verkoopt (denk b.v. aan een autodealer). In andere gevallen zal al snel door een te veel aan reclames een onrustig totaalbeeld ontstaan.

Per 10 meter gevelbreedte aan straatzijde is 1 m² reclame mogelijk. Per gebouw dient in principe niet meer dan 1 reclameteken gelijktijdig zichtbaar te zijn. Uitzondering hierop kan gemaakt worden voor gebouwen die gevels aan meer dan een straat hebben. Het aantal tekens blijft dan 1 per naar de straat gekeerde gevel. Bij een grotere gevelbreedte dan 15 m zijn twee reclametekens denkbaar. De reclame dient te worden aangebracht op begane grond niveau, in ieder geval onder de verdiepingsramen. Uiteraard gelden ook hier weer de algemene uitgangspunten m.b.t. vormgeving, kleurstelling en plaatsing t.o.v. het gevelvlak. 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 geschikt, beperkte aanlichting wel. De maximale hoogte van een dergelijk element is sterk afhankelijk van de situatie, doch mag de 2.25 m niet overschrijden.

2.2 Winkelgebieden

In gebieden met een uitgesproken winkel en/of promenade karakter zijn de mogelijkheden tot reclamevoering ruimer dan in woongebieden. Gezien de grote vormverscheidenheid van winkelgebieden en reclames, is het niet mogelijk richtlijnen te formuleren die 100% uitsluitel geven over de aanvaardbaarheid van reclames.

Algemeen kan gesteld worden dat de reclames op winkelniveau, d.w.z. het begane grond niveau geplaatst dienen te worden, zodat er een directe en logische relatie tussen het reclameteken en de functie ontstaat en de overlast voor eventuele bovenwoningen beperkt wordt.

In beginsel dient de oppervlakte van reclametekens al of niet verlicht, de 2 m² per 10 meter gevelbreedte aan de straatzijde, niet te overschrijden.

Plaatsing tegen de luifel, is beter dan plaatsing op de luifel.

De hoogte van de reclame dient op die van de luifel afgestemd te worden met een maximum hoogte van 0.5m. Bij een plaatsing evenwijdig aan de luifel is een lengte van maximaal 60% van de winkelbreedte denkbaar. Loodrecht op de luifel geen reclametekens aanbrengen. Loodrecht onder de luifel bestaat vaak de mogelijkheid op bescheiden maar effectieve wijze reclame te voeren. Indien geen luifel

aanwezig is, kan een lichtbak met bovenstaande afmetingen op de gevel aangebracht worden mits qua afmetingen en plaatsing afgestemd op de gevelopzet. Loodrecht op de gevel is er per 6 m¹ winkelbreedte een reclame mogelijk met een maximale oppervlakte van 0.75 m², met een maximale hoogte en breedtemaat van 1.25 m.

Per gebouw van minder dan 10 meter breedte aan straatzijde, dient in principe niet meer dan één recla-meteken gelijktijdig zichtbaar te zijn. Een uitzondering is te maken voor gebouwen die gevels aan meer dan één straat hebben. Het aantal tekens blijft dan één per naar de straat gekeerde gevel.

2.3 Beschermd stads- of dorpsgezicht

Het vaststellen van een beschermd stads- of dorpsgezicht heeft het behoud van de cultuurhistorische waarden van een dergelijk gebied ten doel. Om een harmonie met deze waarden te bereiken dienen reclame-uitingen in zijn algemeenheid gekenmerkt te worden door een gebruik van traditionele middelen, materialen, vormen en kleuren. Voorbeelden van traditionele middelen zijn het uithangbord en het beletteren van kroonlijsten of luifels boven entree of etalage partijen. Uiteraard is het van groot belang dat de reclameaanduiding op harmonieuze manier opgenomen wordt in de architectuur van het pand of zelfs daartoe bijdraagt.

Felle kleuren, grote ongelede vlakken met reclameboodschappen evenals lichtbakken zijn storend doordat zij onvoldoende passen in de traditionele karakteristiek. Het aanlichten van losse letters op gevel of luifel biedt een goed alternatief voor lichtbakken.

3.0 Bedrijventerreinen

Bij bedrijventerreinen kan een onderscheid gemaakt worden tussen verschillende soorten boodschappen.

1. Naam-, beroeps- en/of productaanduiding met een directe relatie tot het betreffende bedrijf.
2. Verwijzingsreclame c.q. routeborden op het bedrijventerrein.
3. Gezamenlijke presentatie van de bedrijven m.b.t. b.v. masten bij de entree van het terrein.

Ad 1

Gezien de grotere schaal van de gebouwen en het utilitaire karakter, is een grotere hoeveelheid reclame denkbaar. Uitgangspunt blijft dat de reclame op een logische plaats tegen het gebouw aangebracht dient te worden, b.v. bij de entree, en afgestemd dient te zijn op de massaopzet en gevelopzet.

Indien plaatsing tegen een gevel niet mogelijk is,

b.v. bij glasvliesgevels, de reclametekst boven

of

in de buurt van de entree aanbrengen. Ook is een plaatsing op de dakrand dan mogelijk

indien

uitgegaan wordt van losse letters. Los geplaatste ornamenten zijn denkbaar, mits zorgvuldig vormgegeven, geplaatst bij de toegang tot het bedrijf en qua hoogte afgestemd op het kantoorgedeelte van het bedrijf met een maximum hoogte van 3.50 m. Per bedrijf is maximaal één merkreclame toelaatbaar.

Ad 2

Routeborden in één uniform kader zijn mogelijk. Per terrein zal een dergelijk kader moeten worden ontwikkeld en vormgegeven. Alleen naamsaanduidingen van het bedrijf en branche, c.q. beroepsaanduiding zijn toegestaan.

Ad 3

Een gezamenlijke presentatie bij de entree van het bedrijventerrein is denkbaar eventueel in combinatie met een plattegrond en routebeschrijving. Een zorgvuldige vormgeving is dan essentieel. De hoogte dient beperkt te blijven tot 5m. maximaal.

4.0 Sportterreinen

Sportterreinen zijn meestal in een "groene" omgeving gesitueerd. Het aanbrengen van reclames niet gericht op het complex zelf is slecht passend en niet aanvaardbaar. Naamsreclame voor de sportvereniging zelf is i.v.m. de bereikbaarheid wel mogelijk, mits deze aanduidingen qua maat, vormgeving en kleurstelling zijn afgestemd op het karakter van de omgeving. Het verdient aanbeveling één uniform systeem te ontwikkelen.

Ten aanzien van Reclame-uitingen zijn twee richtingen te onderscheiden:

- Reclame-uitingen, gericht op het complex zelf zoals naamsaanduiding van de kantine.
- Reclame-uitingen langs de velden.

Het verdient aanbeveling per sportcomplex één uniform systeem te ontwikkelen. Reclame-uitingen langs de velden zijn toegestaan en dienen hun boodschap naar de velden toegekeerd uit te dragen en zijn aan de achterzijde donker gekleurd en hebben een hoogte van maximaal 1,20 meter.

Het toepassen van lichtreclame dient verder beperkt te blijven tot één lichtreclame per vereniging, aangebracht op het clubgebouw met een maximale afmeting van 1.00 m².

5.0 Buitengebied

Reclameborden, aankondigingen en verwijzingsborden horen niet thuis in het buitengebied. Ze passen slecht bij het karakter van de omgeving en vormen een visuele vervuiling. Zeker nu het recreatieve ka-

rakter van het buitengebied meer aandacht krijgt, is het van belang het karaktersverschil tussen de bebouwingskernen en het buitengebied te bewaren c.q. te versterken.

5.1 Algemene voorwaarden

Gebieden die een bijzondere landschappelijke kwalificatie in het bestemmingsplan of streekplan toegerekend hebben gekregen zijn in principe niet geschikt om enige vorm van reclame toe te laten. Ter bescherming van het landschapsschoon en ter behoud van het specifieke karakter van deze gebieden is een zeer terughoudend beleid noodzakelijk. In de overige gebieden kunnen reclameborden en/of tekens vrijstaand aan de weg alleen worden toegestaan voor niet agrarische bedrijven met een positieve bestemming. Dit om een teveel aan borden in het buitengebied te weren. Bij agrarische bedrijven is het wel mogelijk kleine bordjes te plaatsen (b.v. "eieren te koop") bovendien is een naamsaanduiding op stal of bedrijfsgebouw mogelijk.

Lichtreclames passen niet in het buitengebied en zullen m.n. 's avonds als zeer dominant en opzichtig ervaren worden. Daarom is het plaatsen van lichtreclames in het buitengebied in principe niet toelaatbaar. Verwijsborden zijn in beginsel niet toegestaan evenals niet perceelsgebonden reclameborden en algemene merktekens.

De vormgeving, kleurstelling en plaatsing dient in harmonie met de omgeving te zijn. Dus geen felle kleurwisselingen en schreeuwende kleurcombinaties. Een donker fond met lichtkleurige letters is met name in het buitengebied van belang.

5.2 Agrarische bestemming, perceelsgebonden

Onbebouwd perceel.

Geen reclame toegestaan.

Vrijstaand op een bebouwd perceel.

In principe geen naamsaanduidingen vrijstaand op het perceel. Kleine bordjes met "te koop" producten zijn mogelijk:

slechts één reclameteken per positief bestemd bedrijf (kan tweezijdig zijn),
een direct visueel verband tussen het bord en (de toegang van) het bedrijf,
maximale afmetingen 0.60 m², maximale hoogte 1.25 m, maximale breedte 1.25 m,
geen lichtreclame of aanlichting, donkere achtergrond met lichte belettering.

Op of aan een gebouw.

Eén naamsaanduiding op bedrijfsbebouwing per perceel/bedrijf is mogelijk. Maximale afmetingen van de naamsaanduiding is 3% van de geveloppervlakte met een maximum van 2.5 m². 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.

5.3 Niet agrarische bestemming, perceelsgebonden

5.4

Onbebouwd perceel (met positief bestemde, niet agrarische bestemming).

De oppervlakte mag maximaal 0.5 m² bedragen.

De hoogte van het bord mag niet hoger reiken dan 1.25 m boven maaiveld.

Maximaal 1 bord per terrein.

Geen lichtreclames c.q. aanlichting.

5.4 Vrijstaand op een bebouwd perceel (met positief bestemde niet agrarische bestemming)

- Oppervlakte per reclameobject maximaal 1 m².
- De maximale breedte van het reclameobject is 2m.
- De bovenkant van het opschrift mag niet hoger reiken dan 2.5 m boven het maaiveld. Bij aanwezigheid van b.v. een aarden wal geldt het peil van de weg en/of het bedrijfspand als maaiveld.
- De afmetingen mogen in totaal niet meer dan 2 m² bedragen. Deze oppervlakte wordt in mindering gebracht op de maximaal toelaatbare reclame op het gebouw (4 m², zie 5.5.).
- Per terrein maximaal 2 reclameobjecten toegestaan.
- Een dubbelzijdige reclame wordt gezien als twee reclameobjecten.
- Geen lichtreclames c.q. aanlichting.
- De plaatsing van de reclame dient een directe relatie met de toegang en/of ingang van het bedrijf te hebben.

5.5 Op of aan een gebouw

- De totale oppervlakte van het opschrift mag niet meer dan 5% van de geveloppervlakte bedragen met een maximum van 4 m². Hierbij telt reclame op het perceel mee (zie 5.4.).
- Per gebouw is maximaal één opschrift dat aan straatzijde zichtbaar is toelaatbaar. Een uitzondering kan gemaakt worden voor gebouwen die gevels aan meer dan één straat hebben. Het aantal opschriften is dan één per naar straat gerichte gevel.

- Per gebouw is maximaal 1 lichtreclame toelaatbaar met een maximale oppervlakte van 1 m². Uitzondering kan gemaakt worden voor gebouwen die gevels hebben aan meer dan één straat.
- De opschriften dienen te zijn opgenomen in de opbouw van de gevel en daaraan zo mogelijk bij te dragen. Plaats, afmeting en kleur worden mede daardoor bepaald. Het is zeker niet ondenkbaar dat in bepaalde gevallen de maximale afmetingen nog te ruim zijn.

6.0 Overgangsgebieden en verbindingssassen

Met overgangsgebieden worden de zones bedoeld waar de andere gebieden (woon- en 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. De vorm van de buitenruimte wordt hier dan ook in mindere mate door bebouwing bepaald. Niet bij elke overgang is een dergelijk gebied aanwezig: sommige ruimtelijk-functionele structuren sluiten naadloos op elkaar aan.

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

Wanneer de gemeente besluit medewerking te verlenen aan de plaatsing van dragers voor wisselende reclame-uitingen (billboards) dan zullen deze gebieden daarvoor in het algemeen de meest aangewezen plekken zijn. Overigens zal ook hier een zorgvuldige plaatskeuze en afstemming op de omgeving noodzakelijk blijven, en blijft een welstandstoetsing dus ook nodig.

Tenslotte: "snelwegmasten" zijn, i.v.m. de verregaande horizonvervuiling naar alle zijden, niet toelaatbaar

Buitengebied

	Agrarische bestemming	Niet agrarische bestemming
Onbebouwd perceel	Geen reclame toegestaan	max. 0.5m ² ; hoogte max. 1.25 m boven maaiveld; max. 1 bord per terrein; geen lichtreclame c.q. aanlichting
Vrijstaand op bebouwd perceel	Geen reclame toegestaan (mits "te koop" bordjes)	oppervl. per object max. 1 m ² ; max. breedte 2.m; max. totaalhoogte 2,5 m boven maaiveld; max. 2 m ² totaal; max. 2 borden per terrein geen lichtreclame c.q. aanlichting; directe relatie met toegang bedrijf
Op of aan gebouw	max. 1 naamsaanduiding; max. 3% van de geveloppervlakte met maximum van 2.5 m ² ; logische plaatsing bij toegang van bedrijf	max. 5% geveloppervlakte met een maximum van 4 m ² ; per gebouw max. 1 opschrift dat aan de straatzijde zichtbaar is; bij meerdere gevels aan de straatzijde, dan één teken per naar de straatzijde gekeerde gevel; max. 1 lichtreclame per gebouw met max. oppervlakte van 1 m ² .

Bedrijventerrein

	A	B	C
Plaatsing	Tegen de gevel	Op de dakrand	Vrijstaand
Maximale afmeting	5% geveloppervlakte met een maximum van 10 m ²	3% geveloppervlakte met een maximum van 5 m ²	3 m ²
Maximale lengte	Gevelbreedte	Een halve gevelbreedte	2 m
Maximale breedte	2 m	0.8 m	----
Maximale hoogte totaal	n.v.t.	---	Hoogte kantoor met een maximum van 3 m
Aantal	1 per naar de straat gekeerde gevel	1 per naar de straat gekeerde gevel	1 per afzonderlijke toegang
Nadere eisen	Vormgeving, afmetingen, plaatsing afstemmen op developzet	Losse tekens	Geplaatst bij toegang van het bedrijf: zorgvuldige vormgeving en materiaaltoepassing uitermate belangrijk

Bijzonderheden

- De hierboven genoemde maten zijn maximum totaalmaten. Bij combinatie van verschillende mogelijkheden (bij a en c) is een middeling nodig, b.v. 60% van de maximum maat genoemd in a, en 40% van de maat genoemd bij b.

- Reclame-uitingen dienen naar het bedrijventerrein zelf gericht te zijn.
Bij ligging langs grote doorgaande verbindingssassen is op de gevel gericht naar deze as geen reclame mogelijk tenzij de gevel qua uitstraling is afgestemd op die belangrijke zichtlocatie.

Bebouwde kom

		Tegen de gevel	Vrijstaand
Woon-gebieden	Algemeen	Geen reclame	Geen reclame
	Woningen met praktijkruimte	maximaal 0.2 m ² ; alleen naam en aard van het bedrijf en/of vignet met eventuele openingstijden; bevestiging tegen gevel t.p.v. bedrijfstoegang op begane grondniveau; voorkeur voor aanlichting i.p.v. lichtbakken	geen lichtreclame; zorgvuldige vormgeving geïntegreerd in het tuinontwerp en logisch geplaatst m.b.t. de toegang van het bedrijf; maximale hoogte 1.20 m; maximale afmeting bord 0.2 m ² ; geen schreeuwerige kleuren, etc.
	Bedrijfsbebouwing (met positieve bestemming)	geen merkreclames (uitzondering bij verkoop van één product); per 10 meter gevelbreedte 1 m ² reclame; per gebouw maximaal één reclame-uiting gelijktijdig zichtbaar (uitzondering: meerdere gevels gelegen aan de straat) bij grotere gevelbreedte dan 15 m zijn 2 reclametekens mogelijk	geen lichtreclame; zorgvuldige vormgeving geïntegreerd in het bedrijf en logisch geplaatst m.b.t. de toegang van het bedrijf; maximale hoogte 2.25 m; maximale afmeting bord 0.5 m ² ; geen schreeuwerige kleuren etc.
		Aanbrengen op begane grondniveau	

Bebouwde kom

Winkelgebieden	Tegen gevel	Tegen luifel
	per 10 m straatgevel maximaal 2 m ² reclametekens; maximaal 60% van de winkelbreedte per 6 m straatgevel 1 lichtbak van maximaal 0.75 m ² loodrecht op de gevel aangebracht; per gebouw van minder dan 10 m gevelbreedte slechts één reclametekens gelijktijdig zichtbaar per straatgevel	hoogte afstemmen op die van de luifel met een maximum van 0.5 m ² ; bij plaatsing evenwijdig aan de luifel 60% van de winkelbreedte; geen reclametekens loodrecht tegen de luifel, indien de hoogte dit toelaat eventueel onder de luifel reclames loodrecht op de gevel aanbrengen; per gebouw van minder dan 10 m gevelbreedte slechts één reclametekens gelijktijdig zichtbaar per straatgevel

Sportterreinen

Vrijstaand	Op of tegen gebouwen
een uniform systeem voor bewegwijzering en naamsaanduiding; reclame-uitingen richten op het complex zelf, achterzijde donker; maximale hoogte 1.20 m; geen lichtreclame	lichtreclame maximaal 1 m ² , aangebracht tegen de gevel van het clubgebouw