

Inspraaknota Reclame- en uitstallingennota Deventer 2016

De raad van de gemeente Deventer,

Gelezen het voorstel van burgemeester en wethouders d.d. 15 september 2015, nummer 2015-1795.
BESLUIT

- 1 In te stemmen met de conclusies en beantwoording van de Inspraaknota Reclame- en uitstallingenbeleid Deventer;
- 2 De Reclame- en uitstallingennota Deventer 2015 als onderdeel van de Welstandsnota vast te stellen;
- 3 De aanvullende deeladviezen met betrekking tot reclames op rotondes, reclame in de A1-zone en op Tv-schermen in een later stadium voor besluitvorming tegemoet te zien.



1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Eind 2011 is de nieuwe welstandsnota Deventer vastgesteld. De welstandsnota heeft als doel de aantrekkelijkheid en ruimtelijke kwaliteit van bouwwerken in Deventer te behouden en te versterken. Reclame maakt onderdeel uit van het welstandsbeleid, want reclame kan het beeld van de openbare ruimte sterk beïnvloeden. Daarom zijn er ook regels voor reclame opgenomen in de welstandsnota. De welstandsnota is destijds na intensief overleg met bewoners en ondernemers vastgesteld. Vanuit het bestuur en

diverse ondernemers bleek na enige tijd behoefte tot aanpassing, verruiming en verduidelijking van de reclame regels en mogelijkheden.

Deze reclamenota bevat het beleid en de regels voor handelsreclame die zichtbaar vanaf het openbaar toegankelijk gebied geplaatst wordt door ondernemers en andere organisaties op het privéterrein, en handelsreclame en koopwaaruitstallingen geplaatst door ondernemers in het openbaar gebied grenzend aan het privéterrein van de vestiging.

Ook het beleid ten aanzien van handelsreclame in openbaar gebied zoals op rotondes, tv-schermen, reclame in de A1-zone, alsmede bestaande lichtreclame op bestaande gecontracteerde plekken (billboards, abri's, lichtmasten e.d.), zonder directe relatie met de in de omgeving aanwezige activiteiten komen in deze reclamenota aan de orde.

1.2 Overleg

Dit document is het resultaat van de bijeenkomsten over het gemeentelijk reclamebeleid met de ondernemers. Er zijn overleggen geweest met de ondernemers van:

- de bedrijventerreinen (23 april 2014);
- de binnenstad (2 februari en 9 maart 2015);
- gebieden buiten de binnenstad en de bedrijventerreinen.(2 februari en 9 maart 2015).

Tijdens deze bijeenkomsten is het bestaande reclamebeleid geëvalueerd. Er is geïnventariseerd waar nu knelpunten zijn en vervolgens zijn aanpassingen en nieuwe voorstellen besproken. Ondernemers willen graag dat naast een verruiming en verduidelijking van de reclame-regels de nieuwe regels voor iedereen gelden en ook zo gehandhaafd worden.

De nieuwe voorstellen zijn verwerkt in deze nota. De nieuwe regels hebben betrekking op aanvragen voor nieuwe reclame-uitingen. Bestaande reclame-uitingen die op basis van bestaand of oud beleid zijn vergund vallen er buiten en blijven zoals ze zijn.

De opdeling van de ondernemers in drie hoofdgroepen (binnenstad, buiten de binnenstad en de bedrijventerreinen) ten behoeve van het bovengenoemd overleg bleek goed werkbaar en is in deze nota overgenomen als hoofdindeling voor de gebieden waar dezelfde reclame-regels voor gelden.

1.3 Relatie met ander wet- en regelgeving

Hieronder worden de voor reclame relevante beleidsterreinen genoemd.

> Welstandsnota

Na vaststelling van de "reclamenota Deventer" is dit het toetsingskader voor de reclame. Het document is aanvullend op de welstandsnota en vervangt hoofdstuk 5. Reclamebeleid. Alle andere hoofdstukken en onderdelen uit de welstandsnota blijven ook voor reclame-uitingen van kracht.

> Bestemmingsplan

Het bestemmingsplan regelt onder meer de functie en het ruimtebeslag van bouwwerken. Een bouwplan moet altijd voldoen aan het bestemmingsplan. Bouwmogelijkheden die het bestemmingsplan geeft, kunnen niet door welstandscriteria worden tenietgedaan.

> Beeldkwaliteitsplan Beschermd stadsgezicht Deventer "kwaliteit voor ogen"

Het beeldkwaliteitsplan "kwaliteit voor ogen" heeft tot doel het historische karakter en de leefbaarheid van de Deventer binnenstad te behouden en te versterken. Bij reclameaanvragen wordt dit beeldkwaliteitsplan als toetsingskader gebruikt. Wat betreft het onderdeel reclame, vervangen de geactualiseerde reclameregels in deze nota bij eventuele strijdigheid de reclameregels in het Beeldkwaliteitsplan Beschermd Stadsgezicht Deventer.

> Monumentenbeleid

De gemeente kent meer dan 1.000 rijks- en gemeentelijke monumenten en een achttal beschermde stads en dorpsgezichten, waar de binnenstad van Deventer de grootste van is. Voordat een vergunning voor wijzigingen aan een monument wordt afgegeven, zal conform de Monumentenwet 2008 en de gemeentelijke erfgoedverordening 2010 Deventer advies worden gevraagd bij de Planadviesraad monumenten en beschermd stadsgesicht.

> Algemeen plaatselijke verordening Deventer

In de Algemeen plaatselijke verordening Deventer (APV) zijn gemeentelijke regels vastgelegd over onder andere de openbare orde en veiligheid. Een onderdeel hiervan is handelsreclame die vanaf een voor het publiek toegankelijke plaats zichtbaar is. Het hier aanbrengen zonder vergunning is kort gezegd verboden.

Er is een lijst opgenomen van reclames-uitingen waarvoor geen omgevingsvergunning voor reclame vereist is. Dit zijn vooral tijdelijk reclame-uitingen, bouw- en makelaarsborden, en ideële en niet-commerciële reclame.

Zodra er sprake is van een bouwactiviteit, en dat is voor veel reclame zo, dan moet er een omgevingsvergunning op grond van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) worden aangevraagd.

Een ander onderdeel van de APV bestaat uit regels over uitstallingen en losse reclameobjecten in de openbare ruimte. Uitstallingen zijn, omdat ze niet vergunningplichtig zijn, niet welstandplichtig. Voor de losse reclameborden is in de APV opgenomen dat deze moeten voldoen aan redelijke eisen van welstand.

Voor de kwaliteit van het straatbeeld en ook voor de winkelier is vaak het geheel aan uitingen van reclame en uitstallingen belangrijk. Om die reden, namelijk dat ze de sfeer meebepalen en voor de ondernemers een manier zijn om zich te presenteren, komen de uitstallingen in deze nota aan de orde. Er wordt in deze nota in hoofdstuk 9 met beelden aangegeven welke mogelijkheden en regels er zijn voor uitstallingen. De losse reclameobjecten uit de APV zijn in deze reclamenota ondergebracht bij de reclamevormen.

Op een aantal punten wijken de voorstellen in deze nota af van de Algemene plaatselijke verordening Deventer (APV). In §1.5 wordt aangegeven wat de verschillen zijn met het bestaande welstands- en uitstallingenbeleid. Na vaststelling van deze nota dient dan ook de APV op betreffende punten aangepast en vastgesteld te worden.

1.4 Hoewordtergetoetst?

> Wanneer is een vergunning nodig?

Zodra er sprake is van een bouwactiviteit, bouwen of een bouwwerk dan is een omgevingsvergunning vereist (artikel 2.1, eerste lid onder a. van de Wabo). Een uitzondering hierop zijn de vergunningsvrije bouwwerken, maar voor reclame-uitingen is er geen uitzondering gemaakt.

De definitie van een bouwwerk is: elke constructie van enige omvang van hout, steen, metaal of ander materiaal, die op de plaats van bestemming hetzij direct of indirect met de grond verbonden is, hetzij direct of indirect steun vindt in of op de grond, bedoeld om ter plaatse te functioneren.

Omdat veel reclame is bevestigd met een constructie aan het gebouw of de grond, is een omgevingsvergunning nodig.

Maar als bijvoorbeeld bij vervanging van een reclame de bestaande constructie niet verandert en de nieuwe reclame past binnen de regels van deze reclamenota dan is een vergunning niet meer nodig. Omdat losse uitstalling in de openbare ruimte geen bouwwerk is, is geen vergunning nodig.

> Wanneer is een welstandstoetsing nodig?

Als er geen omgevingsvergunning nodig is voor een bouwwerk, dan vindt er (vooraf) ook geen welstandstoetsing plaats. Als er wel een omgevingsvergunning nodig is voor een bouwwerk dan staat in de Welstandsnota of er ook een welstandstoetsing nodig is. De gemeente is vrij hierin haar beleid te bepalen; welstandstoetsing of welstandsvrij.

In de hierboven beschreven APV is bepaald in welke gevallen een welstandstoetsing vereist is voor handelsreclame. Dit is ook facultatief.

> Gewoon en bijzonder

Gewoon/standaard

De regels waar een reclame-uiting aan moet voldoen gelden voor een 'gewone, standaard' reclame. Een gewone reclame-uiting past binnen de vooraf vastgestelde reclame-regels. Deze regels zijn objectief, meetbaar en eenduidig en dus goed toetsbaar. Zo weet een ondernemer van tevoren dat 'het goed' is en er in principe een vergunning afgegeven wordt. De aanvraag wordt niet voorgelegd aan de Planadviesraad Welstand, maar de gemeentelijke coördinator welstand verricht de toets aan de hand van de regels. De vergunning kan dan snel verleend worden.

De regels voor een gewone, standaard reclame wordt in deze notitie met illustraties toegelicht.

Bijzonder/maatwerk

Een reclame-uiting die niet past binnen de vooraf vastgestelde regels is bijzonder en vereist maatwerk. Dit kan het geval zijn als een pand ongeschikt is voor een gewone reclame-uiting of omdat de ondernemer iets bijzonders wil of omdat er anderszins sprake is van een bijzondere situatie. Dit betekent niet dat de reclame afgekeurd wordt, maar dat de ondernemer en de gemeente in overleg moeten voor een maatwerkoplossing. Om vooraf enige duidelijkheid te kunnen geven, worden waar mogelijk de kaders voor een maatwerkoplossing aangegeven. De gemeentelijke coördinator welstand beoordeelt of de bijzondere reclame past binnen de beschreven bandbreedte. Als de reclame – na overleg - niet past binnen de aangegeven bandbreedte of bij twijfel over de toepasbaarheid, dan wordt de aanvraag ter advisering voorgelegd aan de Adviesraad Welstand.

Een reclame-aanvraag voor een beschermd monument moet altijd worden voorgelegd aan de Planadviesraad monumenten en beschermd stadgezicht.

Dat is zo vastgelegd in de Monumentenwet 2008 en de gemeentelijke Erfgoedverordening 2010 Deventer. De Adviesraad Welstand toetst vervolgens op basis van de reclame-regels van deze nota. De gebieds- en algemene welstandscriteria uit de welstandsnota Deventer zijn in die situaties ook het toetsingskader.

> D e r e g e l s

In deze reclamenota komen de volgende typen reclame-regels voor:

A l g e m e n e r e c l a m e - r e g e l s (h o o f d s t u k 2)

Er gelden algemene regels waar alle reclame aan moet voldoen.

G e b i e d s - e n o b j e c t r e g e l s (h o o f d s t u k 3 , 4 , 5 e n 6)

Voor gebieden in de gemeente die een grote overeenkomst in gebruik of ruimtelijke samenhang vertonen, zoals een bedrijventerrein of de binnenstad, gelden dezelfde reclame-regels.

De volgende gebiedsindeling wordt voor reclame-uitingen gehanteerd:

- De binnenstad (hoofdstuk 3).
- Buiten de binnenstad, exclusief de bedrijventerreinen, de Boreel en woonbestemmingen (hoofdstuk 4).
- De bedrijventerreinen (hoofdstuk 5).
- De Boreel (hoofdstuk 6).

De reclamekaart met de gebiedsindeling is opgenomen in de bijlage.

Voor naamborden (hoofdstuk 7) met een bescheiden oppervlakte (tot 0,5 m²) zijn de regels van toepassing zoals deze in de APV zijn opgenomen.

A a n l i c h t i n g e n v e r l i c h t i n g

Veel reclame-uitingen worden 's avonds verlicht. In dit hoofdstuk (8) worden de beleidsintenties over de verlichte reclame uiteengezet en de toepassingsregels behandeld.

U i t s t a l l i n g e n

In hoofdstuk 9 staan de regels waar uitstallingen in de openbare ruimte aan dienen te voldoen. Deze uitstallingsregels gelden in een beperkt aantal aangewezen gebieden. De uitstallingen worden niet vooraf getoetst; ze zijn vergunningsvrij. Wel wordt gecontroleerd of aan de algemene regels wordt voldaan en indien nodig wordt er handhavend opgetreden.

E x c e s s e n

Als er achteraf in bestaande situaties wordt ingegrepen omdat een reclame in ernstige mate strijdig is met redelijke eisen van welstand, dan kan gebruikgemaakt worden van de bestaande excessenregeling uit de welstandsnota Deventer.

1.5 Wat zijn de verschillen met het bestaan-der reclame- en uitstallingenbeleid?

A l g e m e e n

In deze reclamenota wordt een onderscheid gemaakt tussen gewone en bijzondere reclame en uitstallingen. Voor de gewone reclame zijn duidelijke en eenduidige regels opgesteld. Dan weet iedereen waar hij aan toe is. Maar je kunt als je iets anders of bijzonders wilt er wel van afwijken. De afwijking van de standaardregels hoeft niet bekrachtigd te worden met een B & W- besluit; de reclamenota biedt hier ruimte voor.

In de bestaande welstandsnota zijn er gebiedsgerichte reclamecriteria die van toepassing zijn bij of aan panden gelegen in de betreffende gebieden, en er zijn bestemmingsgerichte reclamecriteria die van toepassing zijn bij of aan panden waar op grond van de bestemming van het betreffende perceel reclame is toegestaan.

De gebiedsindeling in de welstandsnota voor reclame is door samenvoeging vereenvoudigd en teruggebracht naar vier gebieden, namelijk "binnenstad", "buiten de binnenstad", "De Boreel", en "Bedrijventerreinen". Ook de indeling in bestemmingsgerichte reclame is vervallen, waardoor de regels voor alle functies dezelfde zijn geworden. Alleen voor sport-, en recreatieterreinen zijn afzonderlijke eisen gesteld.

B i n n e n s t a d

Voor de binnenstad gelden op grond van het nieuwe reclamebeleid overal dezelfde reclame-regels. Tot nog toe was de binnenstad verdeeld in twee gebieden. Het kernwinkelgebied en de binnenstad buiten het kernwinkelgebied.

- In de binnenstad is de regel nu dat er één reclame-uiting per 10 strekkende meter gevel is toegestaan. Het voorstel is straks per 7,5 strekkende meter gevel één reclame-uiting toe te staan. Aan-

gezien een aanzienlijk deel van de panden in de binnenstad tussen de 6 en 10 m breed is, is de verwachting dat daar straks een tweede reclame-uiting zal komen. Hierdoor kan bijvoorbeeld ook de horeca bij veel panden een tweede reclame-uiting van de brouwerij plaatsen.

- De regel dat reclame alleen boven de deur bevestigd mag worden is geschrapt.
- In het oude beleid kon reclame aangelicht worden of uitgevoerd zijn in neon met open letters. In deze nota wordt aangesloten bij de nieuwe mogelijkheden die LED biedt voor een chique en ingetogen lichtreclame.
- In het bestaande uitstallings- en terrassenbeleid zijn in de uitstallingszone en op de vergunde terrassen geen losse menuborden en losse menustandaards toegestaan. In de nieuwe nota wordt, onder strikte voorwaarden, de mogelijkheid geboden één uitklapbaar schoolkrijtbord als mededelingenbord en een menustandaard te plaatsen.
- Reclamestickers en andere reclame op de ruit kan straks tot een maximum van 25 % van het ruitoppervlakte i.p.v. 10% met maximaal één reclame-uiting of logo per ruit.

(Voor de twee laatste veranderingen moet ook de APV aangepast worden.)

B u i t e n d e b i n n e n s t a d

In het nieuwe beleid zijn de bestemmingsgerichte criteria uit de bestaande nota vervangen en ondergebracht tot de gebiedsgerichte regels voor één gebied buiten de binnenstad. De bedrijventerreinen, De Boreel en de woonbestemmingen vallen niet onder de reclame-regels voor dit gebied.

- Voor veel vestigingen zijn de reclamemogelijkheden straks ruimer. Bijvoorbeeld voor een winkel buiten een winkelcentrum. Deze kan straks ook drie reclame-uitingen per 10 strekkende meter gevel voeren in plaats van één per pand.
- De reclamevormen zijn uitgebreid met spanframes, banieren en tv-schermen.
- In het bestaande beleid kan reclame aangelicht worden of uitgevoerd zijn in neon met open letters. In de nieuwe nota wordt aangesloten bij de nieuwe mogelijkheden die LED biedt voor een chique en ingetogen lichtreclame.
- In de nieuwe nota wordt de mogelijkheid geboden één menustandaard en één mededelingenbord te plaatsen.
- Reclamestickers en reclame op de ruit kan straks tot een maximum van 25% van het ruitoppervlak i.p.v. 10% met maximaal één reclame-uiting of logo per ruit.

(Voor de twee laatste veranderingen moet ook de APV aangepast worden.)

B e d r i j v e n t e r r e i n e n

In deze reclamenota wordt er een onderscheid gemaakt tussen de zichtlocaties langs de hoofdwegen en de A1 enerzijds en de interne locaties op de bedrijventerreinen anderzijds.

- Voor de gevels die zichtbaar zijn vanaf de hoofdwegen en de A1 wordt de toegestane reclameoppervlakte vergroot van 10% naar 20% van het geveloppervlak.
- Voor de gevels langs de overige wegen wordt de toegestane reclameoppervlakte vergroot van 10% naar 50% per geveloppervlak.
- Voor reclame op het dak zijn voor alle locaties regels opgesteld.
- De reclamevormen zijn uitgebreid met spanframes, banieren en tv schermen.
- Ook de lichtreclame is net zoals in de andere gebieden aangepast aan de nieuwe mogelijkheden.
- Nieuw toegevoegd is dat reclamestickers en reclame op de ruit tot een maximum van 25% van het ruitoppervlak zijn toegestaan met maximaal één reclame-uiting of logo per ruit.

D e B o r e e l

Hier is niets veranderd en zijn de bestaande regels aan de hand van de ervaringen met de plantoetsing iets vereenvoudigd.

W o n e n m e t b e d r i j f o f b e r o e p a n h u i s

Deze categorie is geschrapt. De bestaande, vergunningsvrije regels uit de APV voor naamborden voorzien hierin.

O p e n b a r e r u i m t e

De regels over algemene handelsreclame in de openbare ruimte zijn nu ook opgenomen. Voor veel onderdelen, bijvoorbeeld abri's, zijn contracten opgesteld en voor andere onderdelen zoals de A1-zone, tv-schermen en rotondes is nieuw beleid geformuleerd en in deze nota opgenomen.

Voor de A1-zone geldt nu dat er ruimte is voor maximaal twee reclamemasten.

Tv-schermen zijn behalve op de gevels van bedrijfsgebouwen ook toegestaan op abri's, billboards, lichtmasten e.d. in plaats van de bestaande lichtreclames.

B i j z o n d e r e e n t i j d e l i j k e s i t u a t i e s

Voor bijzondere of tijdelijke situaties kan na advies van de Planadviesraad worden afgeweken van het in deze nota geformuleerde beleid.

2 Algemene reclame regels

2.1 Algemene reclame regels

Voor alle reclame-uitingen gelden de volgende algemene regels:

1. reclame wordt beoordeeld aan redelijke eisen van welstand aan de hand van de regels uit de welstandsnota;
2. reclame mag de verkeersveiligheid niet in gevaar brengen;
3. reclame mag de constructieve veiligheid of de brandveiligheid niet in gevaar brengen;
4. reclame heeft een relatie met de bestemming van de onroerende zaak of met het gedeelte daarvan waarop de reclame is of wordt aangebracht of met het feitelijke gebruik dat van de onroerende zaak of het gedeelte wordt gemaakt, tenzij het handelsreclame van tijdelijke aard betreft of indien het om een door het college aangewezen onroerende zaak gaat (zie hiervoor ook de APV);
5. reclame is niet in strijd met de openbare orde of de goede zeden;
6. reclame is een ondergeschikt element van of bij het gebouw;
7. reclame past qua plaatsing, vorm en grootte, kleur- en materiaalgebruik; en/of detaillering bij de architectuur en omvang van het hoofdgebouw;
8. geen bewegende lichtreclame, knipperende lichtreclame of reclame met mechanisch bewegende delen, behoudens onder voorwaarden bij tv-schermen en reclamemasten in een beperkt aantal daartoe aangewezen twee gebieden in de A1-zone, de bestaande gecontracteerde plekken in de gemeente en de aangewezen gebieden conform de nota Tv-schermen.
9. geen spandoeken*;
10. reclame verkeert in een redelijke staat van onderhoud;
11. reclame vormt geen aantasting van cultuurhistorische waarden.

2.2 Uitzonderingen op de algemene reclame-regels

Het kan voorkomen dat een reclameaanvraag niet voldoet aan de algemene reclame-regels en er toch redenen zijn om medewerking te verlenen. Er zijn vooraf geen objectieve, eenduidige criteria voor zo'n medewerking op te stellen. Voor regels 4 en 8 zijn in relatieve zin de criteria waar de afwijking aan getoetst kan worden, beschreven. Zie voor afwijking regel 4 'reclame buiten de binnenstad- bijzonder' en voor regel 8 'reclame bedrijventerreinen- bijzonder'. De toetsing aan redelijke eisen van welstand gebeurt in eerste instantie ambtelijk.

Bij twijfel of bij een negatief resultaat of als de aanvraag niet voldoet aan een van de andere algemene reclame-regels, wordt de aanvraag voorgelegd aan de Planadviesraad Welstand. De gebieds- en algemene welstandscriteria uit de welstandsnota Deventer zijn in die situaties ook het toetsingskader

3 Reclame binnenstad

3.1 Inleiding

Het hoofduitgangspunt voor reclame in de binnenstad is dat reclame moet bijdragen aan de sfeer en de ruimtelijke kwaliteit van de historische binnenstad. De reclame moet chique en ingetogen zijn en de ondernemer voldoende mogelijkheden bieden zich te presenteren.

De bestaande reclame-regels voor de binnenstad voldoen over het algemeen goed, zo bleek op de bijeenkomsten op 2 februari en 9 maart 2015. Iets meer flexibiliteit en verruiming, maar ook een gelijke behandeling van elke ondernemer wordt belangrijk gevonden. Een andere wens is dat de verschillende sferen die de binnenstad juist aantrekkelijk maken met het nieuwe beleid concreet invulling kunnen krijgen. In dit reclamebeleid worden daarom aan de ene kant concrete en eenduidige regels voorgesteld waar een gewone, standaard reclame aan moet voldoen. Aan de andere kant wordt er ruimte geboden voor nieuwe maatwerkoplossingen die goed passen bij een gewenst sfeerbeeld of na te streven ruimtelijke kwaliteit.

Gewone reclamevormen

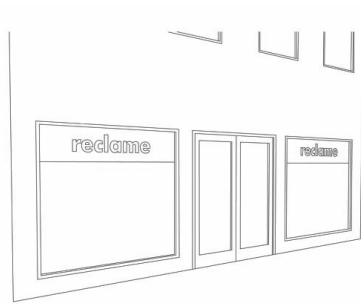
Als eerste wordt er een overzicht gegeven van de reclamevormen waarvoor standaardregels zijn opgesteld. De vorm of het type worden geïllustreerd.

Het stapelen van de reclamevormen

De navolgende reclamevormen kunnen – binnen de voorwaarden die aan de maximale aantallen voor een reclamevorm gesteld worden - met elkaar gecombineerd worden (of anders gezegd gestapeld worden).

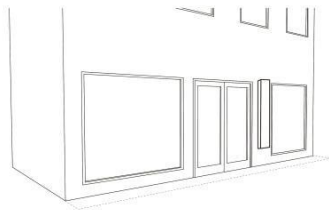
- a) Vaste reclame; reclame aan de gevel

*) Een doek opgespannen in een frame en banieren (dit zijn verticaal opgespannen vlaggen) worden niet beschouwd als een spandoek. Een spandoek is een los, met enkele touwen bevestigd doek.



losse reclamevormen

c. reclame aan de gevel



los reclameobject

3.3 Binnenstad gewoon



reclamebord aan de gevel

Reclame is afgestemd op de detaillering, maat, materialisatie en kleurstelling van de pui en het pand

AANTAL maximaal één per 7,5 m gevel*

*) maximaal één reclame-uiting aan of haaks op de gevel per 7,5 m gevel. Maximaal twee uitingen per 15 m gevel, etc. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor- en zijgevels als strekkende meter gevel gerekend

PLAATSING	onder de onderdorpels van de ramen op de eerste verdieping
BREEDTE	maximaal 0,75 m
HOOGTE	maximaal 0,40 m
VERLICHTING	aangelicht of verlicht**
VERGUNNING	Ja



3.3 Binnenstad gewoon



open letters of doosletters aan de gevel

Reclame is afgestemd op de detaillering, maat, materialisatie en kleurstelling van de pui en het pand

AANTAL	maximaal één per 7,5 m gevel*
PLAATSING	onder de onderdorpels van de ramen op de eerste verdieping
BREEDTE	maximaal 2 m

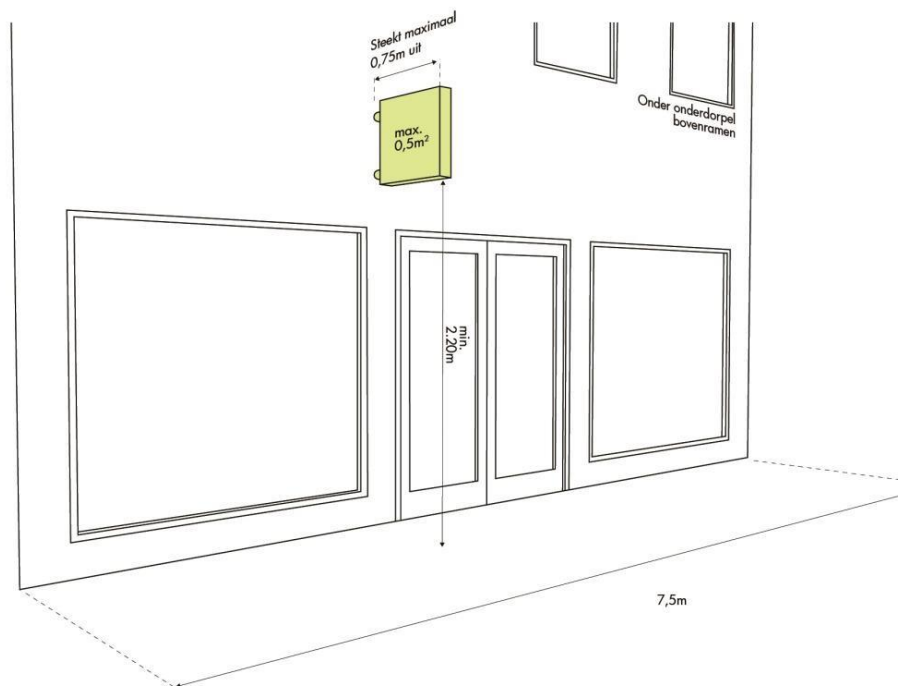
**)zie hoofdstuk 8

*) maximaal één reclame-uiting aan of haaks op de gevel per 7,5 m gevel. Maximaal twee uitingen per 15 m gevel, etc. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor-en zijgevels als strekkende meters gevel gerekend

HOOGTE	maximaal 0,40 m
VERGUNNING	Ja



3.3 Binnenstad gewoon



uithangbord haaks op de gevel

Reclame is afgestemd op de detaillering, maat, materialisatie en kleurstelling van de pui en het pand

AANTAL	maximaal één per 7,5 m gevel*
PLAATSING	minimaal 2,20 m boven de stoep onder de onderdorpels van de ramen op de eerste verdieping
OPPERVLAKTE	maximaal 0,5 m ²
BREEDTE	maximaal 0,75 m
VERLICHTING	aangelicht of verlicht**
VERGUNNING	Ja

*) maximaal één reclame-uiting aan of haaks op de gevel per 7,5 m gevel. Maximaal twee uitingen per 15 m gevel, etc. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor- en zijgevels als strekkende meters gevel gerekend
 **) zie hoofdstuk 8



3.3 Binnenstad gewoon



reclame op de ruit

Reclame is afgestemd op de detaillering, maat, materialisatie en kleurstelling van de pui en het pand

AANTAL	maximaal één reclame-uiting per ruit
PLAATSING	op of achter de ruit
OPPERVLAKTE	maximaal 25% van het ruitoppervlak is dichtgeplakt
VERGUNNING	Ja Een dichtgeplakte ruit zonder reclame of logo is vergunningsvrij



3.3 Binnenstad gewoon



Los reclameobject aan de gevel direct te verwijderen reclameobject

AANTAL	niet van toepassing
PLAATSING	tijdens openingstijden aan de gevel van de vestiging
OPPERVLAKTE	gezamenlijke oppervlakte maximaal 0,6 m ² maximaal 0,6 m ²
DIEPTE	maximaal 0,30 m uitstekend uit de gevel
HOOGTE	maximaal 3,50 m of tot de eerste verdieping
VERGUNNING	nee

3.4 Binnenstad bijzonder

Reclame die niet past binnen de regels, zoals hiervoor beschreven, is bijzonder. Er zijn geen objectieve eenduidige criteria voor een toetsing vooraf voor bijzondere reclame op te stellen. Hieronder worden aan de hand van de mogelijkheden die zich kunnen voordoen in relatieve zin de criteria beschreven waar een bijzondere reclame aan getoetst kan worden. Een belangrijk criterium is de bijdrage en verhoging van de reclame aan de sfeer in een straat of op een plein. De toetsing van de bijzondere reclame aan redelijke eisen van welstand gebeurt in eerste instantie ambtelijk. Bij twijfel of bij een negatief re-

*) voor de gezamenlijke oppervlakte wordt het losse menubord onder 9.4 uitstallingen ook meegerekend

sultaat of als de hieronder beschreven criteria niet passend zijn, wordt de aanvraag voorgelegd aan de Planadviesraad welstand, monumenten en beschermd stadsgezicht. De gebieds- en algemene welstandscriteria uit de welstandsnota Deventer, alsmede de uitgangspunten uit het Beeldkwaliteitsplan Beschermd stadsgezicht Deventer zijn in die situaties ook het toetsingskader.

reclame aan de gevel

PLAATSING



Als de bedrijvigheid zich (ook) op de verdieping bevindt (bijvoorbeeld een hotel of warenhuis) dan kan - mits passend in de gevelopbouw - een andere plaatsing van de reclame-uiting mogelijk zijn.

AMBACHTELIJKE UITHANGBORD



Er is een voorkeur voor het gebruik van ambachtelijke uithangborden. De maatvoering van nieuwe borden aan de bestaande ambachtelijke uithangijzers zijn afgestemd op de bestaande maatvoering en op die voor 'gewone' uithangborden. Nieuwe figuratieve ontwerpen kunnen een afwijkende maat hebben en zullen beoordeeld worden op basis van de gebiedscriteria uit de welstandsnota.

3.4 Binnenstad bijzonder

TWEEDE RECLAME-UITING



De regel is dat bij panden die smaller zijn dan 7,5 m zijn één reclame-uiting aan de gevel is toegestaan. Indien er bijzondere omstandigheden zijn, kan een tweede reclame-uiting voor een smal pand overwogen worden. Belangrijke aspecten hierbij zijn de bijdrage van de reclame aan de sfeer in een straat of plein, de afstemming op de vormgeving van het pand en de afstemming met de eerste reclamevorm (geen twee uithangborden).

MUURSCHILDeringen



Naast restauratie van oude reclame-muurschilderingen kan in samenspraak met de gemeente nieuwe reclame- muurschilderingen worden aangebracht. Belangrijke punten hierbij zijn de situering van de zijgevel, de ondergrond (bij voorkeur stucwerk) en een ingetogen kleurgebruik.

reclame op de ruit



Er kan om aantoonbare (bedrijfs-)technische redenen of wegens leegstand een grotere oppervlakte dan 25% van de ruit worden dichtgeplakt. Een transparante folie heeft in dat geval de voorkeur. Het dichtplakken van ruiten zonder een reclame-uiting of logo is vergunningsvrij en ook regelvrij.

4 Reclame buiten de binnenstad

4.1 Inleiding

In het bestaande welstandsbeleid zijn er gebiedsgerichte en bestemmingsgerichte reclamecriteria. In deze reclamenota zijn deze bestemmingsgerichte reclamecriteria vervangen en grotendeels ondergebracht in het gebied 'Buiten de binnenstad'. Dit gebied omvat het grondgebied van de gehele gemeente Deventer, behoudens de binnenstad, De Boreel en de bedrijventerreinen.

De bestaande bestemmingsgerichte reclame-regels voldoen namelijk maar ten dele. Dit bleek op de bijeenkomsten van 2 februari en 9 maart 2015. Zo zijn er voor de solitaire bedrijfs- en winkelvestigingen te weinig reclamemogelijkheden. Een ander punt is dat men weinig merkt van de handhaving van regels (bij anderen) en vindt dat het opstellen van regels ook toezicht op naleving door iedereen betekent. Nieuw is de vraag van een vestiging in het buitengebied, die zich door de afgelegen ligging niet kenbaar kan maken.

Voor de gebieden de binnenstad, de bedrijventerreinen en De Boreel zijn 'eigen' reclame-regels opgesteld omdat ze onderling een grote overeenkomst in gebruik en ruimtelijke samenhang hebben (zie hoofdstuk 3, 5 en 6). Voor de panden en percelen met een woonbestemming zijn geen aparte regels opgesteld. Voor wonen met bedrijf of beroep aan huis voldoen de bestaande regels uit de Algemene plaatselijke verordening Deventer (APV) voor een vergunningsvrij naambord. In hoofdstuk 7 is dit naambord geïllustreerd.

In de regels voor de gebieden buiten de binnenstad wordt op onderdelen, bijvoorbeeld voor verlichting, een onderscheid gemaakt tussen reclame binnen en reclame buiten de bebouwde kom.

Het uitgangspunt voor de reclame buiten de binnenstad is dat er een goede balans is tussen de ruimtelijke kwaliteit van de openbare ruimte en het buitengebied enerzijds en de belangen van de ondernemers anderzijds.

De reclame-uitingen moeten er verzorgd uitzien en de ondernemer voldoende mogelijkheden bieden zich te presenteren.

Gewone reclamevormen

Als eerste wordt een overzicht gegeven van de reclamevormen waarvoor standaardregels zijn opgesteld. De vorm of het type worden geïllustreerd.

Het stapelen van de reclamevormen

De onderstaande reclamevormen kunnen – binnen de voorwaarden die aan de maximale aantallen voor een reclamevorm gesteld worden - met elkaar gecombineerd worden (of anders gezegd gestapeld worden, zie blz. 28).

- a, b) Vaste reclame: reclame aan de gevel en vrijstaande reclame op eigen terrein
Binnen de bebouwde kom zijn tot 10 strekkende meter gevel drie reclame- uitingen toegestaan. Buiten de bebouwde kom zijn per vestiging drie reclame-uitingen toegestaan. Combinatie naar keuze uit de getoonde reclamevormen aan de gevel op blz. 28 of de getoonde vrijstaande reclames op eigen terrein op blz. 28.
Bijvoorbeeld één uithangbord, één vrijstaand bord en één vlag.
Vanaf een 10 m brede gevel binnen de bebouwde kom is per 10 strekkende meter één extra reclame-uiting mogelijk. Bijvoorbeeld voor een 15 m brede gevel kunnen 4 reclame-uitingen geplaatst worden.
Voor een hoekpand binnen de bebouwde kom worden de voorgevel en de bewinkelde zijgevel gerekend als strekkende meter gevel. Bij bijvoorbeeld een voorgevel van 7 m breed en een bewinkelde zijgevel van 5 m breed (samen 12 m gevel) is één extra reclame-uiting mogelijk.
Buiten de bebouwde kom blijft in alle omstandigheden het maximum aantal reclame-uitingen per vestiging gelden.
- c) Reclame op tv-schermen
Deze zijn toegestaan aan de gevel in de stadsassen en ontsluitingswegen op bedrijventerreinen en op de bedrijventerreinen zelf, mits passend binnen het maximaal toegestane aantal en de maximaal toegestane oppervlakte van 2,5 m². Daarnaast mogen tv-schermen toegepast worden inabri's, lichtmasten, billboards of als vervanging van de bestaande gecontracteerde lichtreclame onder voorwaarde dat ze binnen de bestaande oppervlakten/frames passen.
- d. Vaste reclame: reclame op de ruit
- e. Losse reclame: reclame aan de gevel
- f. Losse reclame: een vrijstaand reclamebord
- g. Reclame op tv-schermen
Deze zijn toegestaan aan de gevel in de stadsassen en ontsluitingswegen op bedrijventerreinen en op de bedrijventerreinen zelf, mits passend binnen het maximaal toegestane aantal en de maximaal toegestane oppervlakte zoals voor een 'spanframe': 2 m². Daarnaast mogen tv-schermen toegepast worden inabri's als vervanging van de bestaande lichtreclame.

Als een reclamevorm niet in dit overzicht staat, dan zijn er geen standaardregels voor opgesteld. Vaak is dat omdat een bepaalde reclamevorm ongewenst wordt gevonden. Maar het kan ook dat het een nieuwe vorm betreft of dat het een afwijkende variant op een reclamevorm of uitstallingstype in het overzicht is. De ondernemer en de gemeente moeten dan in overleg. De gemeente beoordeelt of de afwijkende reclamevorm past binnen de algemene en bijzondere reclame-regels van deze nota.

Regels buiten de binnenstad

Vervolgens worden per reclamevorm aan de hand van een tekening en/of foto de standaardregels die betrekking hebben op de aantallen, plaatsing, afmetingen en de verlichting toegelicht. Ook wordt aangegeven of een vergunning noodzakelijk is. Voor de vaste reclame aan de gevel en de vaste vrijstaande reclame op het eigen terrein is een klein onderscheid aangebracht tussen de bebouwde kom en daarbuiten. Buiten de bebouwde kom is het maximale aantal van drie reclame-uitingen gerelateerd aan de vestiging of het gebouw, binnen de bebouwde kom is het gerelateerd aan de gevellengtes. Dit is omdat er binnen de bebouwde kom vaak sprake is van aaneengesloten bebouwing of een lintbebouwing met bedrijvigheid en buiten de bebouwde kom meestal een solitaire bedrijfsvestiging in vrijstaande bebouwing op enige afstand van de openbare weg. Verlichte of aangelichte reclame is in het buitengebied buiten de bebouwde kom niet toegestaan conform de standaardregels.

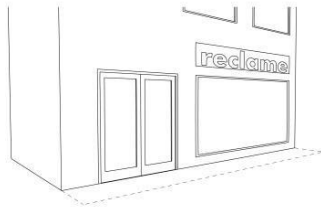
Bijzonderere reclame

Een reclame-uiting die niet past binnen de standaardregels is bijzonder. Dit kan zijn omdat een pand of de situering ongeschikt is voor een gewone reclame-uiting of omdat de winkeliers in een winkelcentrum iets bijzonders willen. De ondernemer(s) en de gemeente moeten dan in overleg voor een eventuele maatwerkoplossing. Om vooraf enige duidelijkheid te kunnen geven worden de kaders voor een enkele mogelijke maatwerkoplossing zo helder mogelijk beschreven. De gemeentelijk coördinator welstand beoordeelt in eerste instantie de maatwerkoplossing. Bij twijfel, bij een negatief resultaat of als er geen kaders zijn aangegeven voor een maatwerkoplossing, wordt de aanvraag voorgelegd aan de Planadviesraad Welstand. De gebieds- en algemene welstandscriteria uit de welstandsnota Deventer zijn in die situaties ook het toetsingskader.

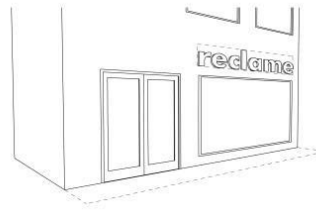
4.2 Overzicht buiten de binnenstad gewone reclamevormen

vaste reclamevormen

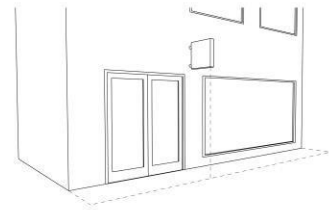
a. reclame aan de gevel



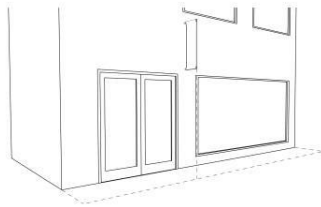
bord



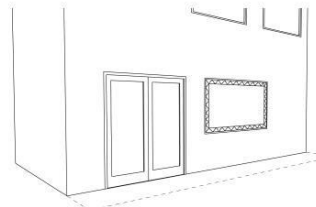
open letters of doosletters



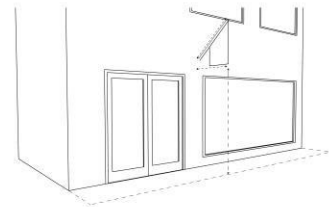
uithangbord



banier

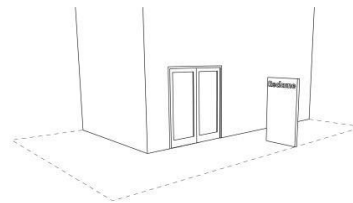


Spanframe of tv-scherm

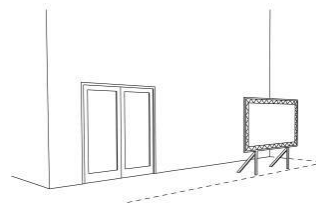


vlag

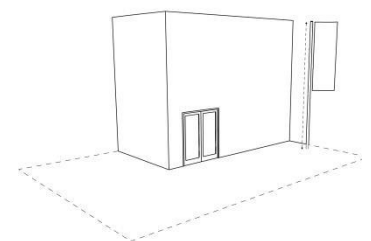
b. vrijstaande reclame op eigen terrein



bord

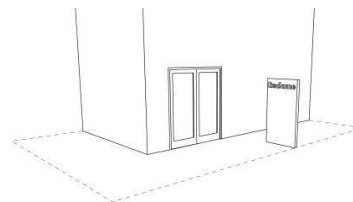


spanframe bord

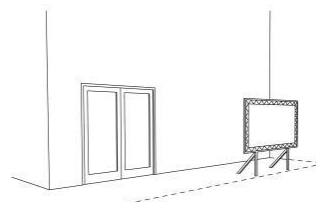


banier of vlag

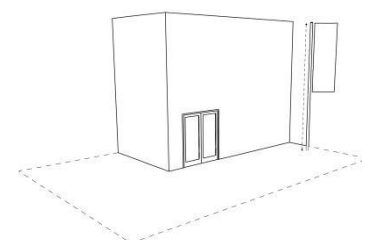
c. reclame op de ruit



bord



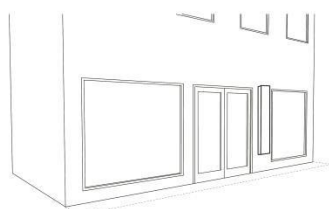
spanframe bord



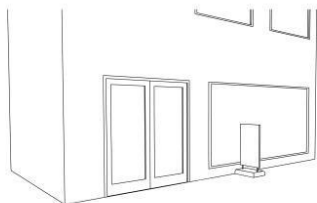
banier of vlag

losse reclamevormen

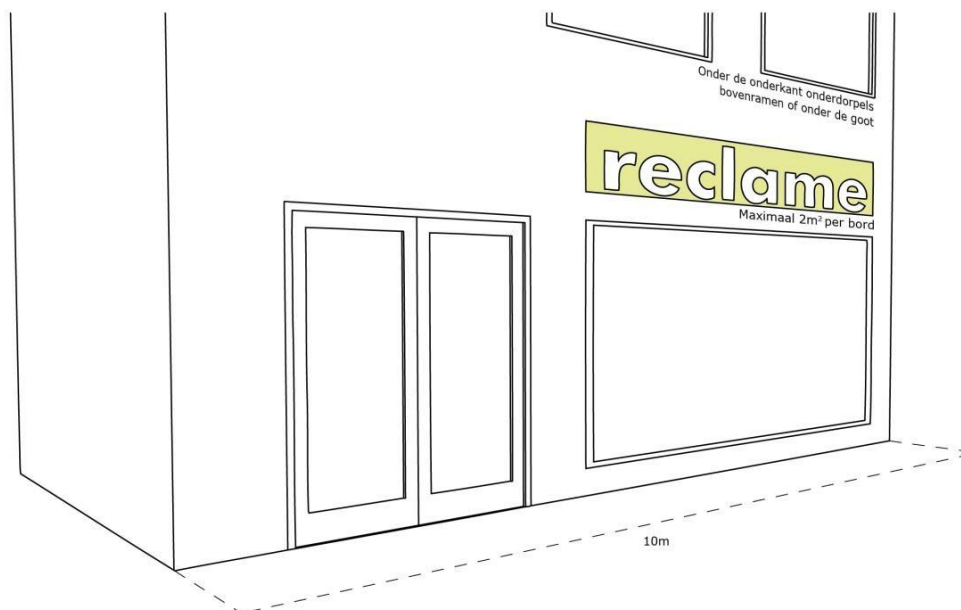
d. reclame aan de gevel



e. vrijstaande reclame op de stoep



4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon



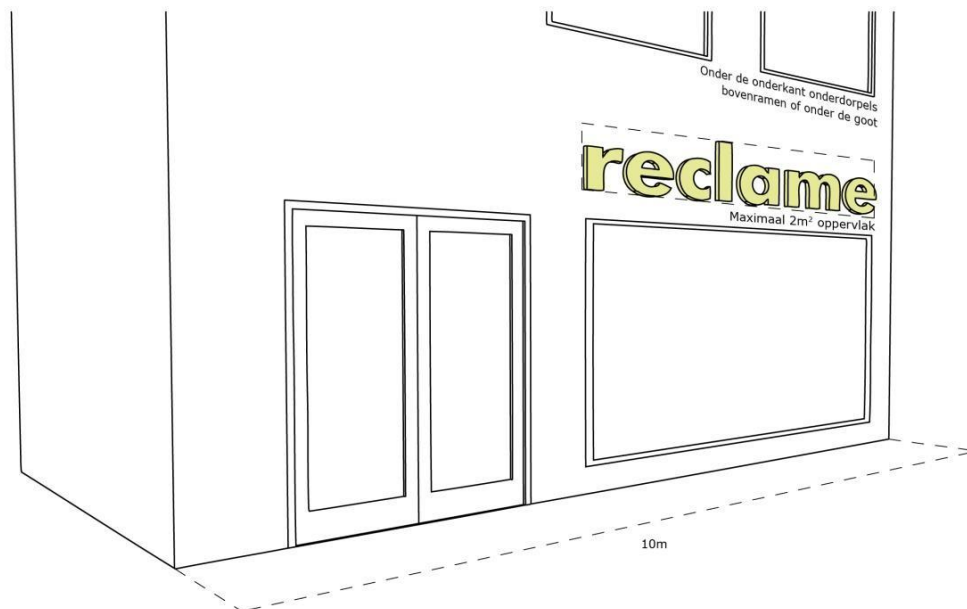
reclamebord aan de gevel

AANTAL	<i>binnen de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen bij 10 m gevel* <i>buiten de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen per vestiging op maximaal twee gevels
PLAATSING	onder de onderdorpels van de ramen op de eerste verdieping
OPPERVLAKTE	maximaal 2 m ²
VERLICHTING	<i>binnen de bebouwde kom</i> kan aangelicht of verlicht** <i>buiten de bebouwde kom</i> geen verlichting
VERGUNNING	ja

*) Vanaf een 10m brede gevel is binnen de bebouwde kom per 10 strekkende meter gevel één extra reclame-uiting mogelijk. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor- en zijgevels als strekkende meter gevel gerekend.
**) Zie hoofdstuk 8



4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon



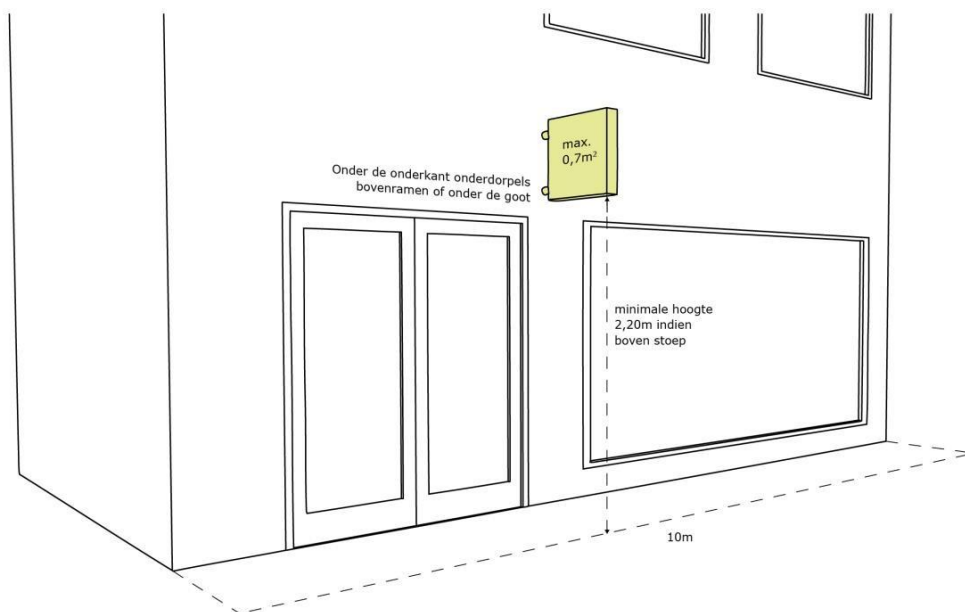
open letters of doosletters aan de gevel

AANTAL	<i>binnen de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen bij 10 m gevel* <i>buiten de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen per vestiging op maximaal twee gevels
PLAATSING	onder de onderdorpels van de ramen op de eerste verdieping
OPPERVLAKTE	maximaal 2 m ²
VERLICHTING	<i>binnen de bebouwde kom</i> kan aangelicht of verlicht**. <i>buiten de bebouwde kom</i> geen verlichting
VERGUNNING	ja

*) Vanaf een 10 m brede gevel is binnen de bebouwde kom per 10 strekkende meter gevel één extra reclame-uiting mogelijk. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor-en zijgevels als strekkende meter gevel gerekend.
**) Zie hoofdstuk 8



4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon



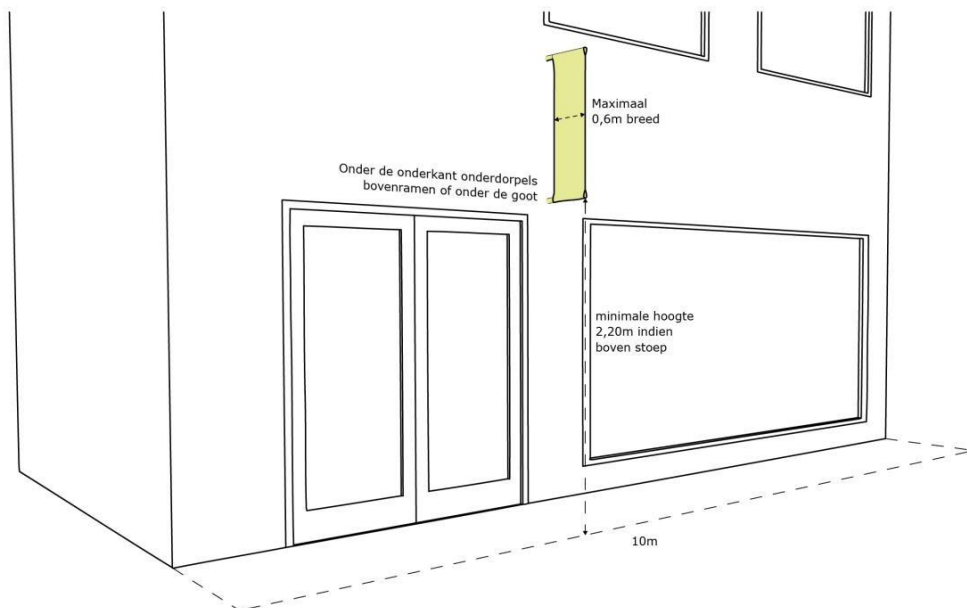
uithangbord

AANTAL	<i>binnen de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen bij 10 m gevel* <i>buiten de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen per vestiging op maximaal twee gevels
PLAATSING	minimaal 2,20 m boven stoep onder de onderdorpels van de ramen op de eerste verdieping of onder de goot/dakrand
OPPERVLAKTE	maximaal 0,7 m ²
VERLICHTING	<i>binnen de bebouwde kom</i> kan aangelicht of verlicht** <i>buiten de bebouwde kom</i> geen verlichting
VERGUNNING	ja

*) Vanaf een 10 m brede gevel is binnen de bebouwde kom per 10 strekkende meter gevel één extra reclame-uiting mogelijk. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor- en zijgevels als strekkende meter gevel gerekend.
**) Zie hoofdstuk 8



4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon



banier

AANTAL

binnen de bebouwde kom

maximaal drie reclame-uitingen bij 10 m gevel*

buiten de bebouwde kom

maximaal drie reclame-uitingen per vestiging op maximaal twee gevels

PLAATSING

minimaal 2.20 m boven stoep

onder de onderdorpels van de ramen op de eerste verdieping of onder de goot/dakrand

BREEDTE

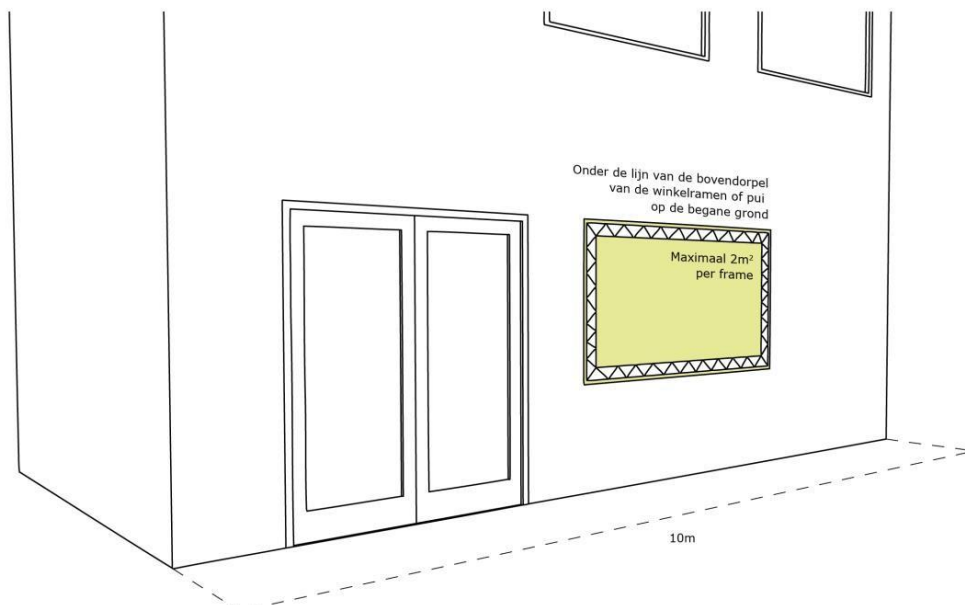
maximaal 0,6 m

*) Vanaf een 10 m brede gevel is binnen de bebouwde kom per 10 strekkende meter gevel één extra reclame-uiting mogelijk. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor-en zijgevels als strekkende meter gevel gerekend.

VERLICHTING	<i>binnen de bebouwde kom</i> kan aangelicht of verlicht** <i>buiten de bebouwde kom</i> geen verlichting
VERGUNNING	ja



4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon



Spanframe

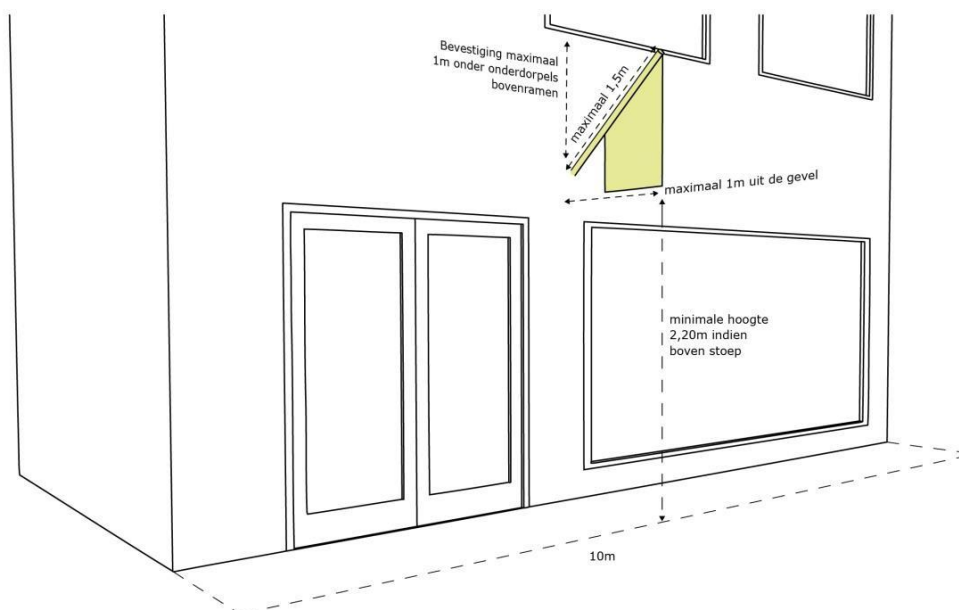
AANTAL	<i>binnen de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen bij 10 m gevel*
--------	---

**) Zie hoofdstuk 8

*) Vanaf een 10m brede gevel is binnen de bebouwde kom per 10 meter strekkende meter gevel één extra reclame-uiting mogelijk. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor- en zijgevels als strekkende meter gevel gerekend.

	<i>buiten de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen per vestiging op maximaal twee gevels
PLAATSING	onder de lijn van de bovendorpel van de winkelramen of pui op de begane grond
BREEDTE	maximaal 2 m ²
VERLICHTING	<i>binnen de bebouwde kom</i> kan aangelicht of verlicht** <i>buiten de bebouwde kom</i> geen verlichting
VERGUNNING	ja

4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon



vlag haaks op gevel

AANTAL	<i>binnen de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen bij 10 m gevel* <i>buiten de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen per vestiging op maximaal twee gevels
PLAATSING	minimaal 2,20 m boven de stoep vlaghouder 1 m onder de onderdorpels van de ramen op de eerste verdieping
BREEDTE	maximaal 1 m uit de gevel
VERLICHTING	<i>binnen de bebouwde kom:</i> kan aangelicht of verlicht** <i>buiten de bebouwde kom</i> geen verlichting
VERGUNNING	nee, mits uitneembaar

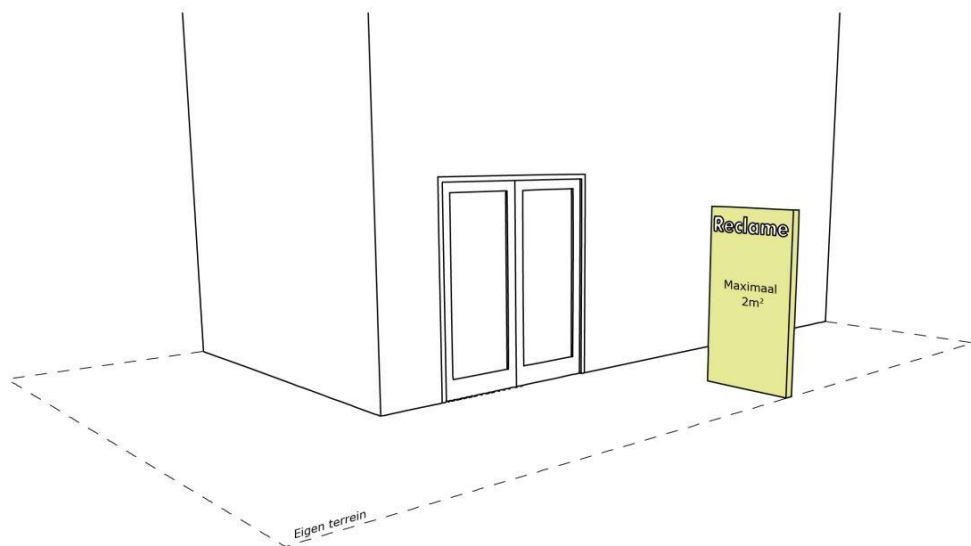
**) Zie hoofdstuk 8

*) Vanaf een 10 m brede gevel is binnen de bebouwde kom per 10 strekkende meter gevel één extra reclame-uiting mogelijk. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor- en zijgevels als strekkende meter gevel gerekend.

**) Zie hoofdstuk 8



4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon

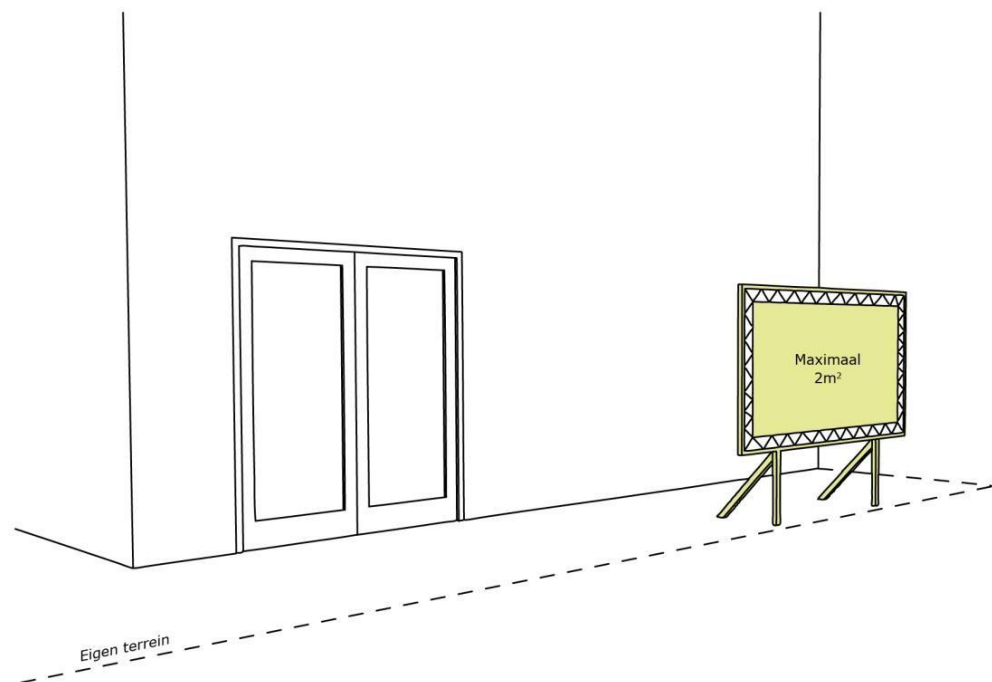


Vrijstaand vast bord op eigen terrein

AANTAL	<i>binnen de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen bij 10 m gevel <i>buiten de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen per vestiging
PLAATSING	op eigen terrein
OPPERVLAKTE	maximaal 2 m ²
VERLICHTING	<i>binnen de bebouwde kom</i> kan aangelicht of verlicht <i>buiten de bebouwde kom</i> geen verlichting
VERGUNNING	ja



4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon



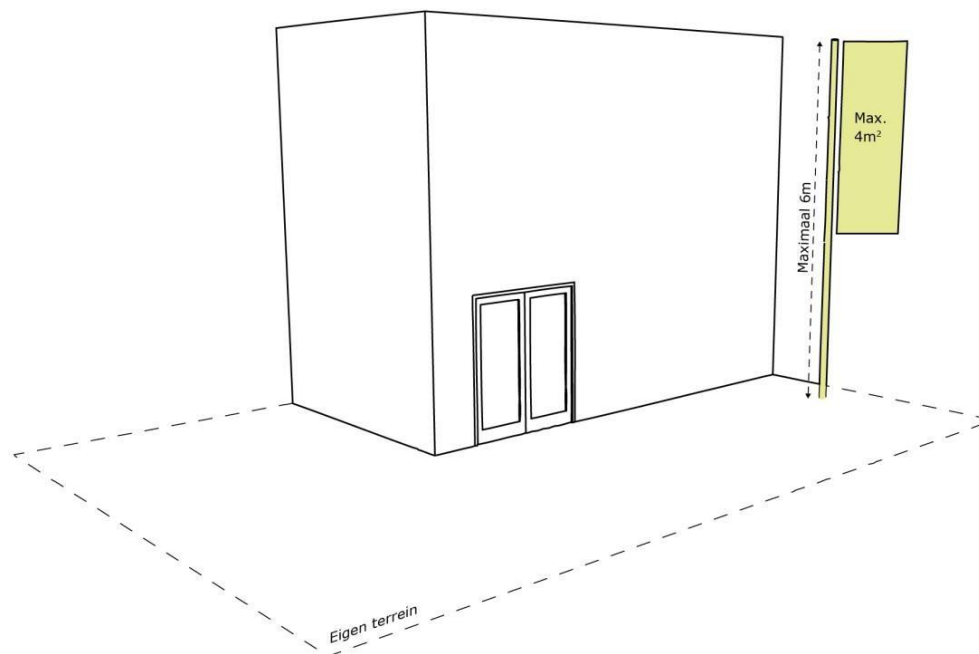
vrijstaand vast spanframe bord op eigen terrein

AANTAL	<i>binnen de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen bij 10 m gevel* <i>buiten de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen per vestiging
PLAATSING	op eigen terrein

*) Vanaf een 10 m brede gevel is binnen de bebouwde kom per 10 m gevel één extra reclame-uiting mogelijk. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor- en zijgevels als strekkende meter gevel gerekend.

OPPERVLAKTE	maximaal 2 m ²
VERLICHTING	<i>binnen de bebouwde kom</i> kan aangelicht of verlicht** <i>buiten de bebouwde kom</i> geen verlichting
VERGUNNING	ja

4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon



Vlag of banier op eigen terrein

AANTAL	<i>binnen de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen bij 10 m gevel* <i>buiten de bebouwde kom</i> maximaal drie reclame-uitingen per vestiging
PLAATSING	op eigen terrein
HOOGTE	maximaal 6 m
OPPERVLAKTE	maximaal 4 m ²
VERGUNNING	ja

**) Zie hoofdstuk 8

*) Vanaf een 10 m brede gevel is binnen de bebouwde kom per 10 strekkende meter gevel één extra reclame-uiting mogelijk. Voor hoekpanden worden de bewinkelde voor- en zijgevels als strekkende meter gevel gerekend.



4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon

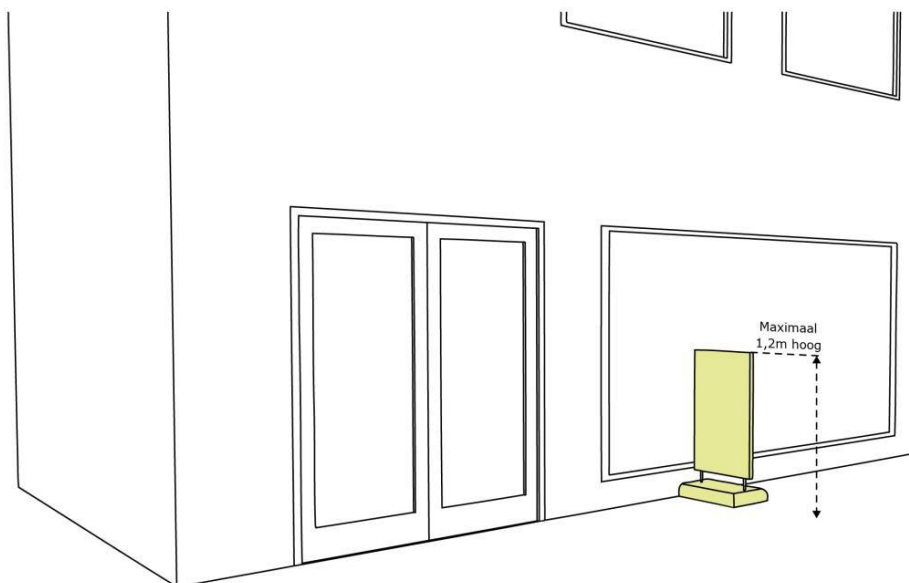


reclame op de ruit

AANTAL maximaal één reclame-uiting per ruit
PLAATSING op of achter de ruit

OPPERVLAKTE	maximaal 25 % van het ruitoppervlak is dicht geplakt
VERGUNNING	nee, tenzij in een beschermd stads- of dorpsgezicht

4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon



Vrijstaand los reclamebord op de stoep

PLAATSING	tijdens openingstijden voor de gevel van de vestiging In het aangewezen deel van de Boxbergerweg en de Rielierweg in de 0,60 m brede uitstallingszone vóór de gevel*
VERGUNNING	nee
AANTAL	één bord per 10 strekkende meter gevel en twee borden als de gevel breder is dan 10 m
HOOGTE	maximaal 1,20 m
BREEDTE	maximaal 0,60 m

*) overeenkomstig bestaande afspraken



4.3 Regels buiten de binnenstad gewoon



los reclameobject aan de gevel direct te verwijderen reclameobject

AANTAL	niet van toepassing
PLAATSING	tijdens openingstijden aan de gevel van de vestiging
OPPERVLAKTE	gezamenlijke oppervlakte maximaal 0,6 m ² *
DIEPTE	maximaal 0,30 m uitstekend uit de gevel
HOOGTE	maximaal 3,50 m of tot de eerste verdieping

*) voor de gezamenlijke oppervlakte wordt het losse menubord onder 9.4 uitstallingen ook meegerekend

VERGUNNING nee

4.4 Reclame buiten de binnenstad bijzonder

Reclame die niet past binnen de hiervoor beschreven regels is bijzonder. Er zijn geen objectieve, eenduidige criteria voor een toetsing vooraf voor bijzondere reclame op te stellen. Hieronder wordt aan de hand van de mogelijkheden die zich kunnen voordoen in relatieve zin de criteria beschreven waar een bijzondere reclame aan getoetst kan worden. De toetsing van de bijzondere reclame aan redelijke eisen van welstand gebeurt in eerste instantie ambtelijk. Bij twijfel of bij een negatief resultaat of als de hieronder beschreven criteria niet passend zijn, wordt de aanvraag voorgelegd aan de Planadviesraad Welstand. De gebieds- en algemene welstandscriteria uit de welstandsnota Deventer zijn in die situaties ook het toetsingskader.

vrijstaande borden

PLAATSING

Zie ook Algemene reclame-regels
Het kan zo zijn dat een publieksfunctie, zoals een restaurant, is gevestigd aan een niet doorgaande weg. In dat geval kan plaatsing van een naambord op een ander pand of onbebouwd perceel overwogen worden. De reclame-uiting is vergunningplichtig, waarbij het bepalen van het aantal borden en de afmetingen in overleg gebeurt met en ter goedkeuring van de gemeente, alsmede wordt voorgelegd aan de Planadviesraad.

reclame op de ruit



Er kan om aantoonbare (bedrijfs-)technische redenen of wegens leegstand een grotere oppervlakte dan 25% van de ruit worden dichtgeplakt. In dat geval is er wel een vergunning nodig. Het dichtplakken van ruiten zonder een reclame-uiting of logo is vergunningsvrij en ook regelvrij.

sport en recreatieterreinen

Voor de reclame op of aan gebouwen op de sport- en recreatieterreinen gelden dezelfde reclame-regels als voor de gebouwen 'buiten de binnenstad'. Dit betekent dat deze reclame een relatie moet hebben met de bestemming. Het is dus niet toegestaan om op of aan gebouwen reclame-uitingen van derden aan te brengen. Reclame van derden is alleen toegestaan rondom de sportvelden als de reclame op het sportveld is gericht. Als deze reclame-uitingen niet hoger zijn dan 1 m zijn ze vergunningsvrij. Alle andere reclame-uitingen zijn vergunningplichtig. Bij reclame-uitingen hoger dan 1 m wordt de situering (zicht vanaf de openbare weg en uitzicht omwonenden) ambtelijk getoetst. Andere bijzondere reclame-uitingen worden voorgelegd aan de Planadviesraad.

5 Reclamebedrijventerreinen

5.1 Inleiding

Het nieuwe beleid voor reclame op de bedrijventerreinen is het resultaat van de bijeenkomst op 23 april 2014 met de ondernemers, de gemeente en andere betrokkenen.

De hoofdpunten van het gesprek zijn kort samengevat;

- Het kan flexibeler en met minder regels als de reclame aan drie basisvoorwaarden voldoet:
 - Reclame is veilig; het zit goed vast en is geen gevaar voor de verkeersveiligheid;
 - Reclame is schoon en verzorgd;
 - Reclame verkeert in een goede staat van onderhoud.

- Zo min mogelijk vergunningen; als reclame aan de vastgestelde reclame-regels voldoet kan de vergunningplicht dan niet achterwege blijven?

- Je moet niet alles in de (reclame) regels willen vangen. In bijzondere situaties, zoals meerdere bedrijfsreclames op één pand of reclame borden in het openbaar groen, kan het reclamevoorstel ter advisering worden voorgelegd aan de Planadviesraad welstand.

Voor de bedrijventerreinen worden langs de hoofdwegen en de A1 strengere eisen gesteld aan de reclames aan de gevel dan elders op het bedrijventerrein. Over deze wegen komen veel mensen langs en kent de ruimtelijke omgevingskwaliteit ook een sterk algemeen belang.

Uithangborden aan de gevel komen door de vaak ruime afstand tot de weg nauwelijks voor op het bedrijventerrein. Voor de borden of banieren die haaks op de gevel zijn geplaatst, zijn daarom geen aparte regels voor de maatvoering opgenomen.

Reclame op tv-schermen

Reclame op tv-schermen is toegestaan aan de gevel langs de stadsassen, de ontsluitingswegen als mede op de bedrijventerreinen zelf, mits het reclame van het eigen bedrijf betreft en mits het past binnen het maximaal toegestane aantal en oppervlakte. Het plaatsen van een tv-scherm is altijd vergunningplichtig.

Het stapelen van de reclamevormen

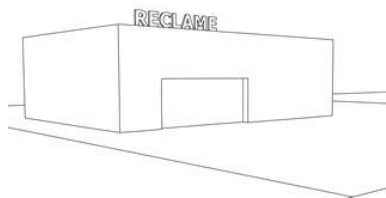
De navolgende reclamevormen kunnen – binnen de voorwaarden die aan de maximale aantallen voor een reclamevorm gesteld worden - met elkaar gecombineerd worden (of anders gezegd gestapeld worden):

- reclame op het dak;
- reclame aan de gevel, dit kan ook reclame op tv-schermen zijn, mits gerelateerd aan het eigen bedrijf.
Er kunnen maximaal drie reclame-uitingen per pand gekozen worden uit de 6 getoonde reclamevormen op blz. 46;
- reclame op de ruit;
- vrijstaande vaste reclame op eigen terrein,
Er kunnen maximaal twee vrijstaande reclame-vormen gekozen worden per pand uit de getoonde vrijstaande reclame-vormen op blz. 47.

5.2 Overzicht bedrijventerreinen gewone reclamevormen

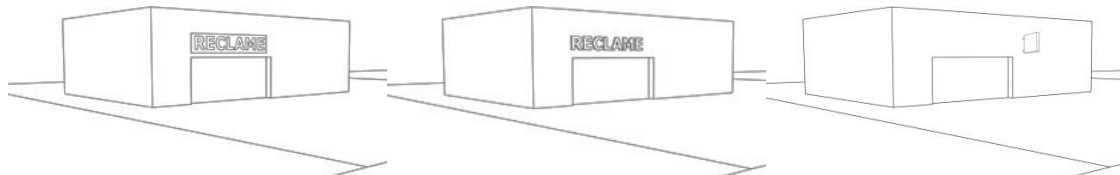
vaste reclamevormen

- reclame op het dak



open letters of doosletters

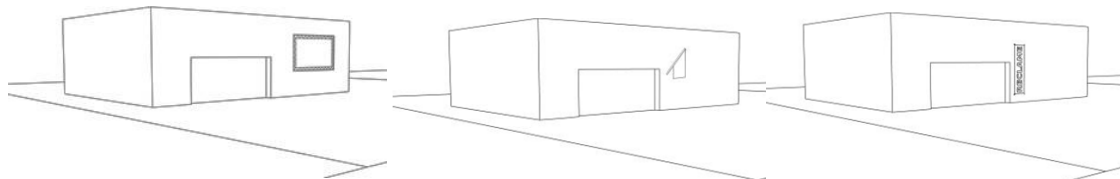
- reclame aan de gevel



bord

open letters of doosletters

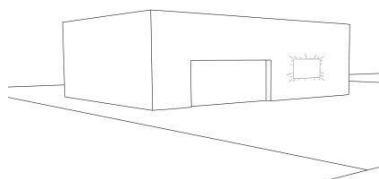
uithangbordd



spanframe

vlag

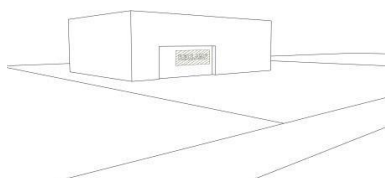
banier



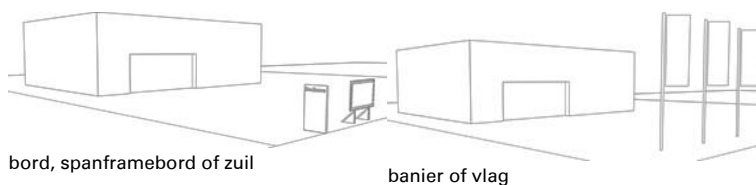
tv-scherm

5.2 Verzicht bedrijventerreinen gewone reclamevormen

c. reclame op de ruit



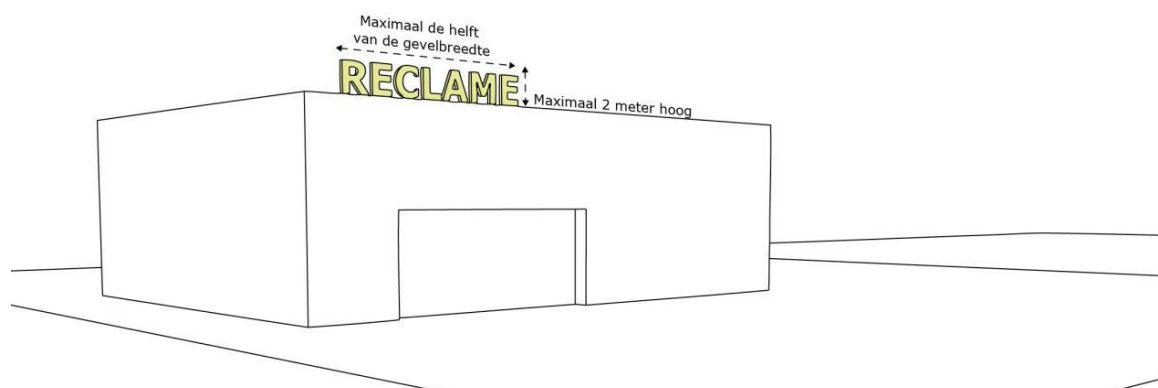
d. vrijstaande reclame op eigen terrein



bord, spanframebord of zuil

banier of vlag

5.3 Bedrijventerreinen gewoon

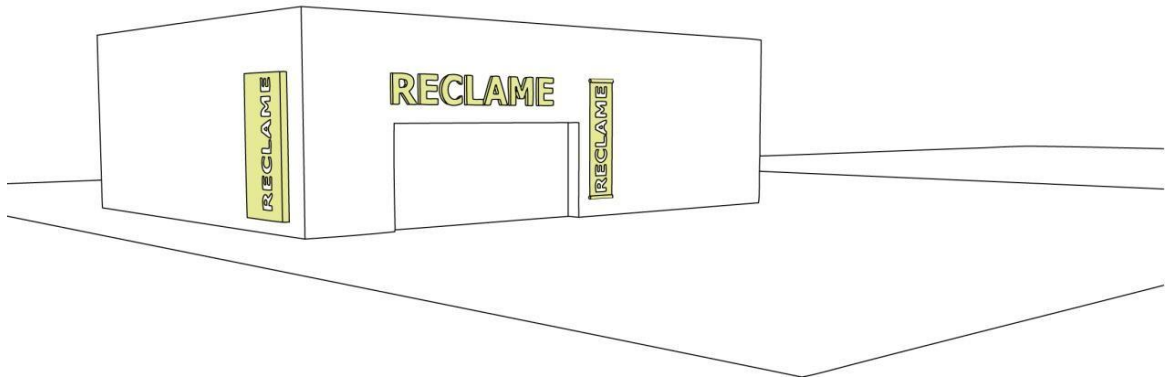


open letters op het dak

PLAATSING	op het dak
HOOGTE	<i>langs de A1:</i> maximaal 2 m <i>langs alle overige wegen:</i> maximaal 1 m
BREEDTE	maximaal de helft van de gevelbreedte
VERLICHTING	aangelicht of verlicht
VERGUNNING	ja



5.3 Bedrijventerreinen gewoon

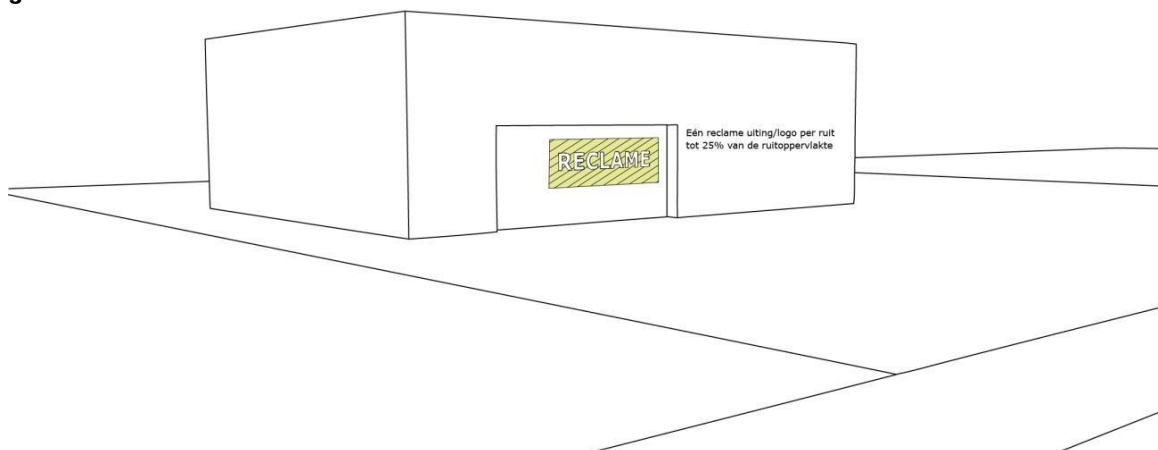


reclame aan de gevel

TYPE	bord, open letters, uithangbord, tv-schermbord, spanframe, vlag of banier
AANTAL	maximaal drie reclame-uitingen per pand
PLAATSING	aan de gevel en onder de dakrand
OPPERVLAKTE	<i>langs de hoofdwegen en de A1</i> maximaal 20 % van de oppervlakte van de gevel die in het zicht is. <i>langs de overige wegen</i> maximaal 50% van de oppervlakte van de gevel die in het zicht is. Tv-schermen hebben een maximale oppervlakte van 2,5 m ²
VERLICHTING	aangelicht of verlicht
VERGUNNING	ja

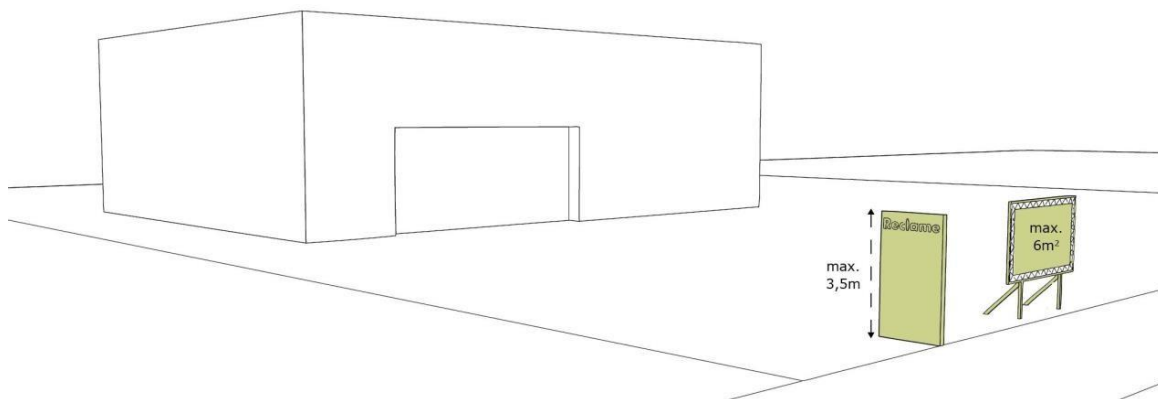


5.3 Bedrijventerreinen gewoon



AANTAL	maximaal één reclame-uiting of logo per ruit.
PLAATSING	op of achter de ruit
OPPERVLAK	maximaal 25% van de ruitoppervlakte is dichtgeplakt
VERGUNNING	nee

5.3 Bedrijventerreinen gewoon



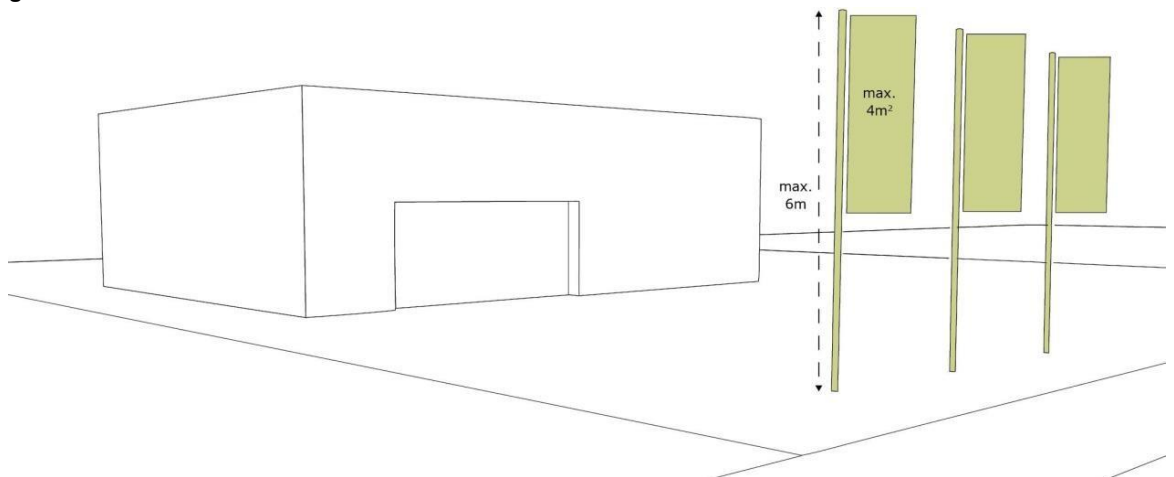
Vrijstaande zuil, bord, of spanframe op eigen terrein

AANTAL	maximaal twee vrijstaande borden, zuilen of spanframes per kavel*
PLAATSING	op eigen terrein
HOOGTE	maximaal 3,5 m
OPPERVLAKTE	per bord maximaal 6 m ²
VERLICHTING	aangelicht of verlicht
VERGUNNING	ja

*) vanaf 50 m kavelbreedte langs het openbaar gebied wordt het maximaal toegestane aantal borden per 25 m kavelbreedte verhoogd met één



5.3 Bedrijventerreinen gewoon



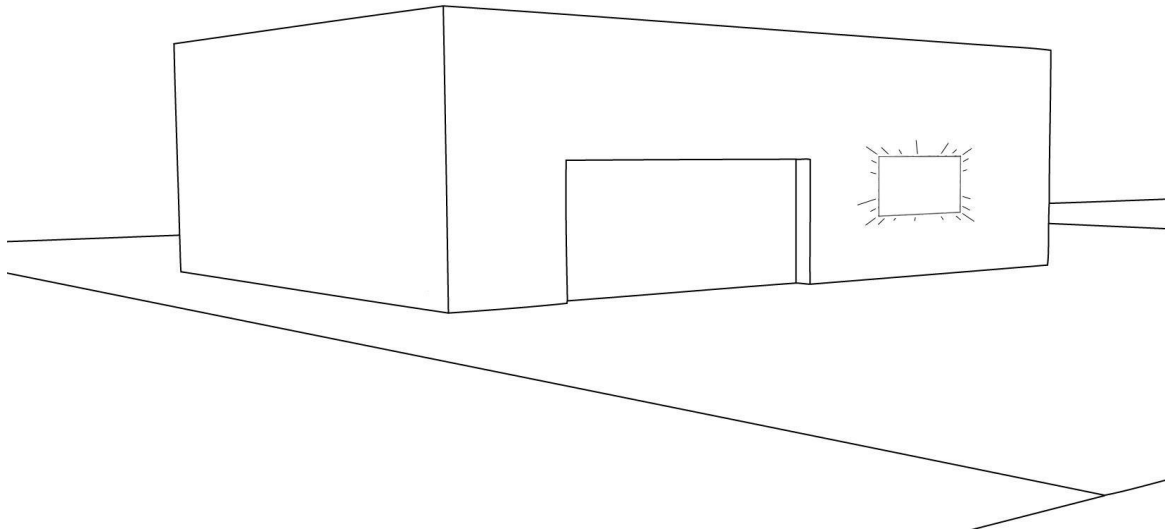
Vrijstaande vlag of banier op eigen terrein

AANTAL	maximaal drie vlaggen of baniermasten*
PLAATSING	op eigen terrein
HOOGTE	maximaal 6 m
OPPERVLAKTE	maximaal 4 m ² doekoppervlak
VERLICHTING	aangelicht of verlicht
VERGUNNING	ja

*) vanaf 50 m kavelbreedte langs het openbaar gebied wordt het maximaal toegestane aantal masten per 25 m kavelbreedte verhoogd met één.



5.3 Bedrijventerreinen gewoon



Tv-scherf

5.4 Bedrijventerreinen bijzonder

Reclame-uitingen die niet passen binnen de hiervoor beschreven regels worden aangemerkt als 'bijzonder'. Er zijn geen objectieve, eenduidige criteria voor een toetsing vooraf voor bijzondere reclame-uitingen op te stellen. Hieronder worden aan de hand van de mogelijkheden die zich kunnen voordoen in relatie tot de criteria beschreven waar een bijzondere reclame aan getoetst kan worden. De toetsing van de bijzondere reclame aan redelijke eisen van welstand gebeurt in eerste instantie ambtelijk. Bij twijfel of bij een negatief resultaat of als de hieronder beschreven criteria niet passend zijn, wordt de aanvraag voorgelegd aan de Plan Adviesraad Welstand. De gebieds- en algemene welstandscriteria uit de welstandsnota Deventer zijn in die situaties ook het toetsingskader.

reclame aan de gevel

Voor gebouwen waar meerdere bedrijven in ondergebracht zijn of voor gebouwen met een grote omvang of anderszins kan de regel dat er maximaal drie reclame-uitingen aan de gevel per pand toegestaan zijn, te beperkt zijn.

In dat geval kan in overleg met de gemeente een samenhangend reclame-ontwerp gemaakt worden dat op het gebouw is afgestemd.

reclame op de ruit



Er kan om aantoonbare (bedrijfs-)technische redenen een grotere oppervlakte dan 25% van de ruit worden dichtgeplakt. In dat geval is er wel een vergunning nodig. Het dichtplakken van ruiten zonder een reclame-uiting of logo is vergunningsvrij en ook regelvrij.

bewegende lichtreclame of mechanisch bewegende delen en tv-schermen

Zie ook hoofdstuk 2 Algemene reclame-regels.

Er kan gelet op de aard of het doel van de reclame in bijzondere situaties gekozen worden voor een digitale of mechanisch bewegende reclame. Een belangrijk criterium is de informatieve, algemene nieuws waarde van de mededeling.

De keuze voor deze bijzondere reclame, de omvang, de plaatsing, de lichtintensiteit, enz. gebeurt in overleg met de gemeente. Met een bewegende lichtreclame wordt geen knipperende lichtreclame bedoeld; dit is niet toegestaan.

Voor tv-schermen geldt dat dit tijdelijk kan worden toegestaan bij een evenement of in bijzondere gevallen, ter toetsing door de coördinator welstand.

6 Reclame De Boreel

6.1 Inleiding

Voor reclame-uitingen binnen het plangebied De Boreel is destijds een specifiek reclameplan opgesteld. Om deze reden wordt een afzonderlijk hoofdstuk aan De Boreel gewijd.

Een sleutelbegrip voor de uitwerking van het reclameplan was destijds integraliteit, waarbij reclame en architectuur in elkaars verlengde moeten liggen om te voorkomen dat er een andere sfeer ontstaat dan door de architectuur wordt opgeroepen. Er is gestreefd naar een eenduidige uitwerking waarin de individuele ondernemer zijn herkenbaarheid niet verliest maar een onderdeel is van een totaal concept. De uitstraling van de reclame-uitingen is daarbij afgestemd op de bijzondere ligging van De Boreel en de economische verbinding aan de binnenstad. Aangezien er geen aanwijzingen zijn van de eigenaar dat dit reclameplan niet meer voldoet, zijn de bestaande reclame-regels zoals deze zijn opgenomen in de welstandsnota, overgenomen. Op basis van de ervaringen van de afgelopen jaren met deze toetsing zijn sommige regels iets vereenvoudigd.

In het reclameplan voor De Boreel is de term 'thematische beelden' geïntroduceerd. Thematische beelden zijn geen directe handelsreclame, maar brengen met een verbeelding op een bord een gewenste sfeer tot uitdrukking.

6.2 Reclame De Boreel reclame aan de gevel

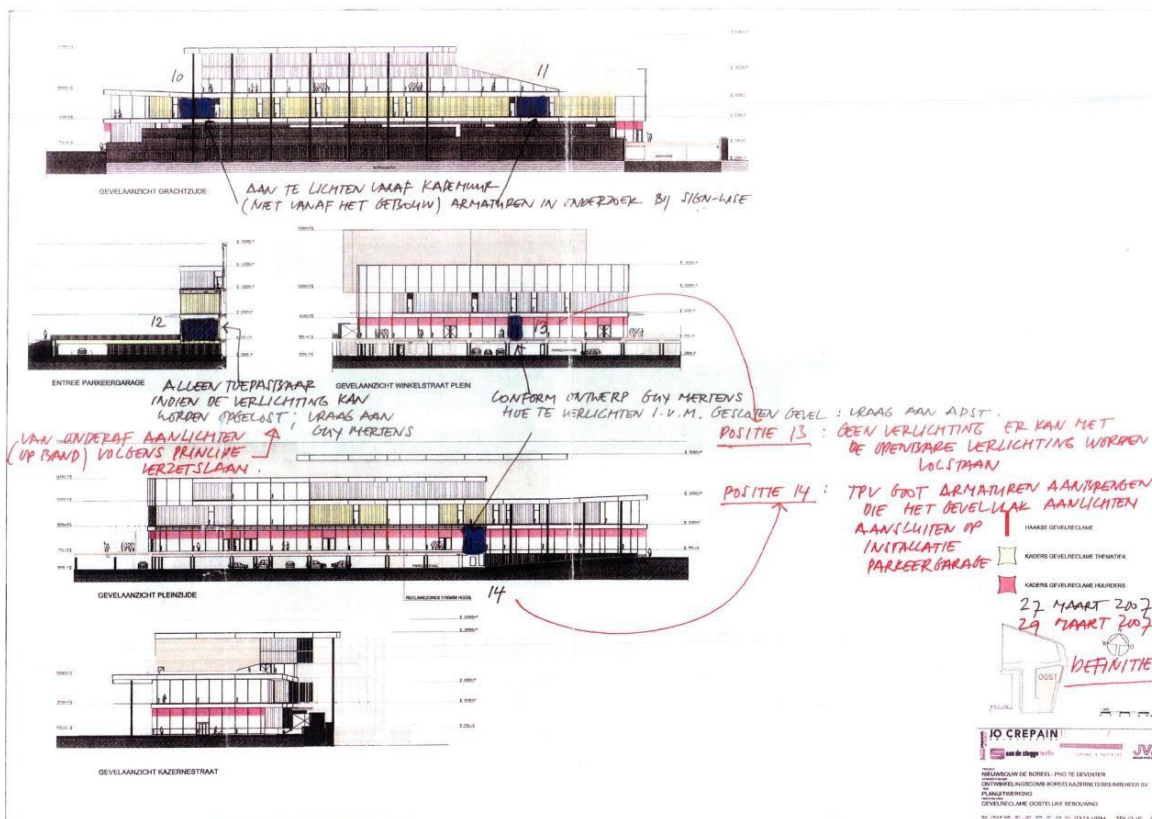
	noordelijke bebouwing
ALGEMEEN	<ul style="list-style-type: none"> Aan de gevels van het winkelcentrum De Boreel is alleen individuele gevelreclame toegestaan aan de zijde van de Houtmarkt en het Boreelplein; Aan de Handelskade is ruimte gereserveerd op de eerste verdieping om thematische beelden (geen logo's of namen) te plaatsen, tot een maximum van 50% van de gevelbreedte; Aan de Verzetslaan is alleen individuele reclame toegestaan in het rechterdeel, op de begane grond. Het overige gedeelte is gereserveerd voor de thematische beelden; Aan het Boreelplein is ter plaatse van het rechter stijgpunt naar de eerste verdieping op begane grondniveau voorzien in de mogelijkheid om, in combinatie met de op de eerste verdieping aangegeven vlakken, een thematisch beeld aan te brengen; Aan de Mr. H. F. de Boerlaan mag aan het uitkragende gedeelte, ter plaatse van het rechthoekige gedeelte, één vlakke reclame-uiting (onverlicht) met een maximum van 10% van de geveloppervlakte worden aangebracht, in een donkere kleurstelling; Aan de Mr. H. F. de Boerlaan mogen thematische beelden worden aangebracht met een breedte tot 10% van de gevelbreedte;

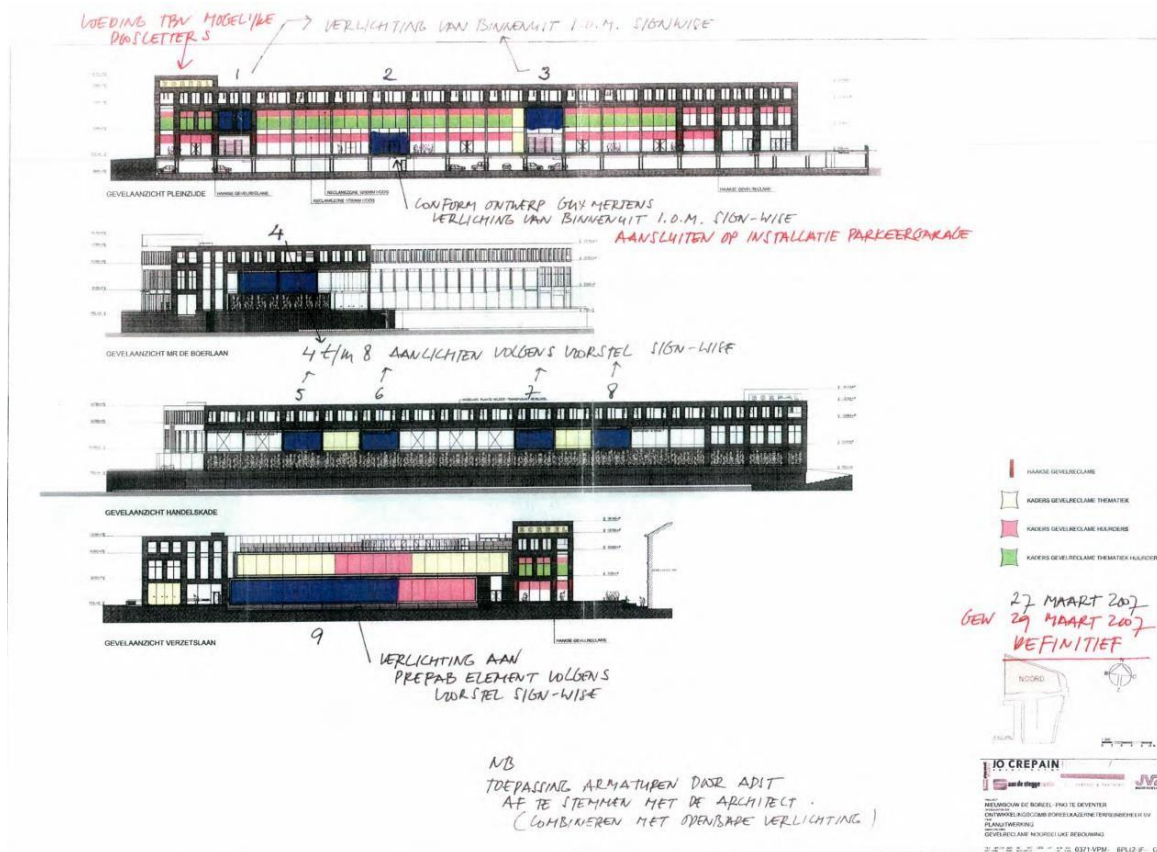
- AANTAL**
- Per winkel is maximaal één reclame-uiting per 7,5 m gevel toegestaan (exclusief reclame-uitingen op de ruiten);
- PLAATSING**
- Individuele gevelreclame dient in de 1,7 m hoge zones te worden aangebracht, zowel op begane grond als eerste verdieping, waarbij op de verdieping geen haakse gevelreclame is toegestaan;
 - Metalen/aluminium banieren mogen eveneens in deze zone geplaatst worden, waarbij wordt opgemerkt dat ter plaatse van de over twee bouwlagen doorgaande puien onder het door de woningen gevormde overstek geen banieren worden aangebracht;
- MAATVOERING**
- Banieren steken maximaal 0,75 m uit (inclusief bevestiging);
 - Stickers met naam of logo tot een maximum van 10% van de gehele raampoppervlakte (met uitzondering van thematische beelden).

- oostelijke bebouwing**
- ALGEMEEN**
- Individuele gevelreclame aan het Boreelplein is alleen toegestaan op de eigen gevel pui direct grenzend aan het openbaar gebied;
 - Aan de winkelstraat van het Boreelplein is op de tweede verdieping geen gevelreclame toegestaan;
 - Aan de gevel Kazernestraat is alleen reclame op de eerste verdieping toegestaan;
 - Thematische beelden zijn toegestaan op de daarvoor aangewezen plaatsen met een breedte van 10% van de geveloppervlakte;
 - Op de gevel aan de grachtzijde zijn op de eerste verdieping thematische beelden toegestaan.
- PLAATSING**
- Het is niet toegestaan om reclame-uitingen op de betonranden aan te brengen;
 - Het stucwerk op de tweede verdieping mag niet van gevelreclame worden voorzien;
- MAATVOERING**
- Banieren steken maximaal 0,75 m uit (inclusief bevestiging);
 - Stickers met naam of logo tot een maximum van 10% van het gehele raampoppervlak (met uitzondering van thematische beelden).

vrijstaande reclame

- Is niet toegestaan





7 Reclame in de openbare ruimte

7.1 A1-zone

Met de ontwikkeling van het bedrijvenpark A1 springt de stad Deventer letterlijk over de snelweg A1. Ondernemers zien volop kansen om hun bedrijf en producten prominent in de etalage van de snelweg te tonen. De afgelopen tijd hebben diverse partijen de wens kenbaar gemaakt om de zichtbaarheid van hun bedrijf vanaf de snelweg te vergroten en andere reclame-uitingen mogelijk te maken waar onder de plaatsing van reclamemasten nabij de snelweg A1.

A1-zone het Groen-Blauwe stadsfront

De A1-zone met haar verkeersaansluitingen vormt samen met de Schipbeek, de bijbehorende dijklichamen, de zwaar beplante taluds en restgebiedjes een wereld op zich. Deze wereld en de aangrenzende bebouwing van de omliggende bedrijventerreinen noemen we de A1-zone. Vanuit de inpassingsfilosofie van de A1 als parkway is het idee om ter hoogte van het stedelijk gebied Deventer een streekeigen stadsfront te ontwikkelen: vanaf de A1 een parkachtige voorgrond met daarachter gelegen bedrijven.



Dit zogenaamde Groen-Blauwe stadsfront Deventer beslaat het trajectdeel IJsseldijk- Handelpark de Weteringen en bouwt voort op het Masterplan Schipbeek, de gewenste transformatie van de Stadsentree (Structuurvisie Stadsaszone) en het beeldkwaliteitsplan voor het bedrijvenpark A1. Centraal staat het omvormen van de huidige boom- en struweelbeplanting tot een parkachtig zone tussen stadsfront en snelweg, zodat vanaf de snelweg een gedoseerd zicht op de bedrijvigheid van Deventer mogelijk wordt. Samen met o.a. duurzame energiewinning (wind en zon) biedt dit kansen om de A1-zone uit te laten groeien tot een beeldmerk van de Duurzame Maakstad Deventer, dan wel Cleantechregio Stedendriehoek.

Het Groen-Blauwe stadsfront en reclame

De gewenste parkachtige setting van de A1-zone met doorzichten op de omliggende bedrijven vraagt om een subtiel samenspel van snelweg, groen- en waterelementen, zichtlijnen en bedrijfsbebouwing. Reclame uitingen in de A1-zone zijn ruimtelijk mogelijk, mits ze een vanzelfsprekend onderdeel uitmaken van dit samenspel. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen reclame op gebouwen (of eigen terrein) en reclamemasten in de openbare ruimte.

Reclame op gebouwen

De bedrijfsgebouwen rondom de A1 zijn op enige afstand van de snelweg gelegen. Een parkachtige setting vormt in de toekomst de voorgrond. Reclame uitingen aan de gevel, op het dak en/of vrijstaand op eigen terrein kunnen op een vanzelfsprekende manier in het Groen-Blauwe stadsfront worden ingepast, mits ze integraal deel uitmaken van de vormgeving/architectuur van de bebouwing c.q. terreininrichting. Gezien de afstand tussen snelweg en reclame-uitingen én de snelheid van de automobilist vraagt dit wel om specifieke criteria. Deze zijn opgenomen in de 'Reclame- en uitstallingennota Deventer 2015'.

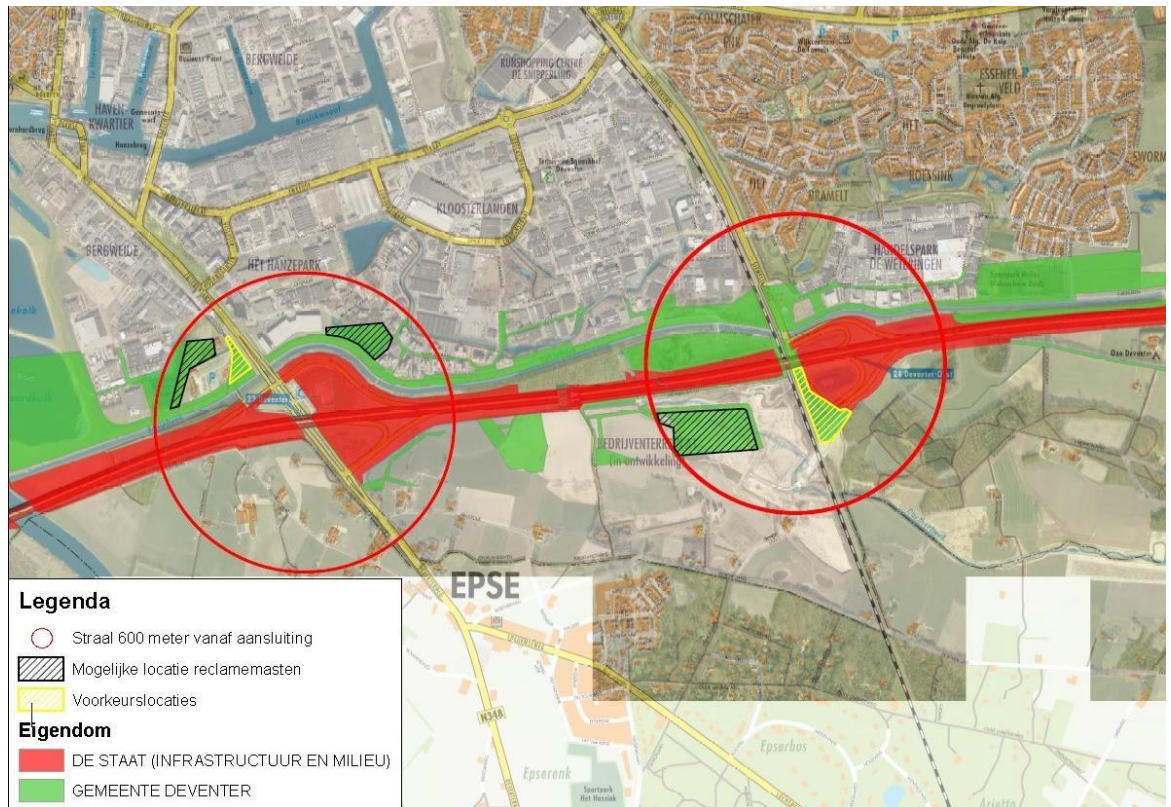
Reclamemasten, aantal en plaatsingscriteria

Vanuit het concept Groen-Blauwe stadsfront zijn masten ofwel bouwwerken in de berm direct langs de A1 niet wenselijk. Dit betekent niet dat er geen reclamemasten mogelijk zijn, maar het stelt eisen aan het aantal, situering, omvang en vormgeving van de masten.

Situering & aantal

Criteria voor de situering zijn:

- Niet in het beheergebied van Rijkswaterstaat. In principe staan zij geen commerciële reclame in hun beheergebied toe.
- Aan de noordzijde van de snelweg niet in de groenzone tussen de Schipbeek en A1 (overeenkomstig het Masterplan Schipbeek) en aan de zuidzijde niet in de groenzone tussen A1 en eerste lijnbebouwing van het bedrijventerrein A1; een deel van deze groenzone is gerealiseerd in het kader van natuurcompensatie.
- In verband met een logische samenhang tussen de locatie van de mast en de ligging van bedrijven, die gebruikmaken van de reclame- c.q. verwijsmogelijkheid op de mast, is het voorstel om de masten aan de zuidzijde van de A1 binnen een straal van 600 m van de aansluiting Deventer Oost en aan de noordzijde binnen een straal van 600 m bij de aansluiting Deventer centrum te situeren.
- De voorkeur gaat uit naar een situering waarbij de masten behalve aan de aansluiting op de A1 ook gekoppeld zijn aan de beide stadsentrees vanaf de A1, te weten Zutphenseweg en Siemelinksweg. Dit betekent tevens dat er in principe twee masten mogelijk zijn.



Vormgeving

De commerciële waarde van een reclamemast wordt in grote mate bepaald door de zichtbaarheid van de mast, waarbij aspecten als de hoogte, het ontwerp, omvang, het aantal schermen, verlichting en aanlichting, alsmede de (bijzondere) architectonische vormgeving en rol speelt:

Hoogte

Voor de zichtbaarheid van de reclame vanaf de A1 is het van belang dat deze niet wegvalt achter of tegen bebouwing of alleen afhankelijk is van doorzichten op de masten. Er wordt een masthoogte van tussen circa 40 – 60 m toegestaan.

Omvang en aantal reclame-uitingen

Het aantal en omvang van de reclame-uitingen per mast is afhankelijk van het ontwerp van de mast en de verschijningsvorm van de reclame-uitingen, dynamisch, statisch of een combinatie daarvan. De markt is erg in beweging en beweegt zich van een statische naar een led-gedreven, bewegende reclame-uitingen.

Om te voorkomen dat de hele mast wordt volgehangen is de vuistregel dat circa een derde van de mastlengte door borden met reclame-uitingen in beslag mag worden genomen.

Daarnaast zijn er ook hybride denkmodellen denkbaar, een combinatie van statische borden en led-verlichte dynamische Tv-borden.

Oriëntatie

De reclame-uitingen zijn in eerste instantie gericht op de A1, maar ook reclame-uitingen gericht op de Siemelinksweg en de Zutphenseweg zijn vanuit commercieel oogpunt denkbaar. Hierbij moet wel de bestaande contracten en afspraken ten aanzien van bestaande reclame-uitingen in de openbare ruimte gerespecteerd worden.

Verlichting

De verlichting en aanlichting maken integraal deel uit van het ontwerp van de mast. Bij dynamische led-verlichte reclame is de verlichting onderdeel van de reclame-uiting zelf. Statische reclameborden worden veelal indirect aangelicht. De verlichting kan hinder geven voor omwonenden, automobilisten, natuur, piloten et cetera. Om hinder te voorkomen zullen de masten met de reclame-uitingen moeten voldoen aan de Richtlijn Lichthinder van de Commissie lichthinder NSVV (2014). Daarnaast zijn van toepassing de Richtlijnen voor het Ontwerp van Autosnelwegen (ROA), waarin ook voorwaarden voor omgevingsverlichting zijn aangegeven.

Duurzaamheid

Bij het ontwerp zal ook getoetst worden op aspecten van duurzaamheid met dan met name ten aanzien van het energieverbruik. Daarom zal er bij het ontwerp ook beoordeeld worden naar mogelijkheden van energiebesparing, bijvoorbeeld door toepassing van energiezuinige lampen, zonnepanelen, de mogelijkheid tot het dimmen van de verlichting, bijvoorbeeld gedurende de nacht et cetera.

Architectonische vormgeving

Het voorstel is om de masten meer te laten zijn dan de standaard reclamemast met zogenaamde driehoekborden. Door een bijzondere vormgeving vallen masten meer op en daarmee wordt de commerciële waarde groter. Voor Deventer kunnen de masten een positieve bijdrage leveren aan de herkenbaarheid van Deventer, de exposure van Deventer als duurzame Maakstad, dan wel Stedendriehoek als Cleantech-regio et cetera. Kortom de inzet is om te komen tot een win-winsituatie, waarbij zowel de commerciële waarde, als de meerwaarde voor de stad tot uiting komt in de architectonische vormgeving. Zie onderstaande referentiebeelden.



Toetsing

De vormgeving van de reclamemast zal aan Planadviesraad worden voorgelegd. Op basis van de algemene criteria uit de welstandsnota wordt het ontwerp getoetst. Hierbij is de ambitie om tot een hoogwaardige architectonische vormgeving te komen.

Daarnaast is een belangrijke rol voor Rijkswaterstaat weggelegd. Het ontwerp zal ook getoetst moeten worden aan aspecten van lichthinder voor het wegverkeer, omwonenden en het spoor. Met name Rijkswaterstaat is hierin een belangrijke partij. Naast de standaard onderzoeken maakt de bouwhoogte van 40-60m onderzoek naar een aantal specifieke aspecten noodzakelijk.

- Laagvliegroutes (Teuge en oefenlandingen)
- Externe veiligheid
- Natuurwaarden
- Straalpaden
- Verstoring windturbines
- Bodemverontreiniging

Het onderzoek naar deze planologische risico's is voor rekening van de initiatiefnemers.

7.2 Reclameoprotodes

Steeds meer gemeenten gaan ertoe over om op rotondes reclame-uitingen toe te staan met het doel om extra inkomsten te genereren. De gemeenteraad heeft in november 2015 het beleid voor reclame op rotondes vastgesteld. In het besluit is vastgelegd dat reclame niet is toegestaan op rotondes. Een uitzondering is gemaakt voor reclame die ten tijde van de vaststelling aanwezig was op de volgende rotondes:

- Rotonde op de kruising Laan van Borgele – Havezathelaan\Keizerkarellaan
- Rotonde op de kruising Laan van Borgele - Overstichtlaan\Lebuinuslaan
- Rotonde op de kruising Zweedsestraat – Lubeckstraat\Hannoverstraat

De eerste is geadopteerd door de Stichting Groei en Bloei, de tweede door bewoners Platvoet en de derde is geadopteerd door het bedrijf BWWS.

Meer achtergrondinformatie is te vinden in de bijlage van dit document.

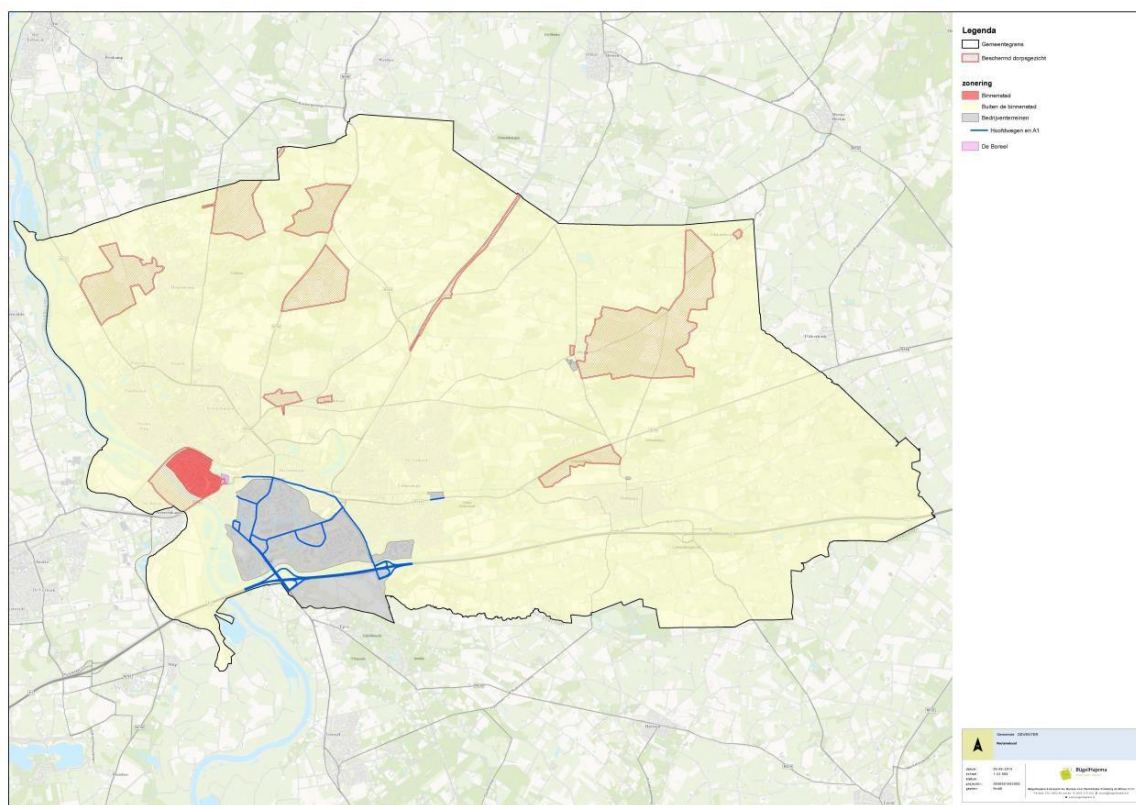
7.3 Tv-schermen

Tv-schermen zijn schermen waarop wisselende digitale reclame-uitingen direct of indirect op schermen worden getoond of geprojecteerd. Dit in tegenstelling tot lichtbakken waarop stilstaande reclames worden getoond.

Tv-schermen wisselen in omvang: van grote reclame zuilen op masten langs snelwegen (zie 7.1) to bewegende billboards langs invalswegen, op bedrijventerreinen of achter ramen. Het gaat om led-verlichte bewegende reclame, die veelal 24 uur per dag verlicht zijn. Verwacht mag worden en het is toegestaan dat tv-schermen de bestaande vergunde reclames in de openbare ruimte op termijn ten dele gaan vervangen, met name op abri's, billboards en matrixborden (vitrinekasten). Toetsing van aanvragen vindt plaats op basis van (licht-)hinder voor verkeer en omwonenden en moeten passen binnen de contractueel vastgelegde afmetingen van de borden. Tv-schermen zijn niet toegestaan op gevels en overige openbare ruimte in beschermd stads- of dorpsgezichten en monumenten.

Beleid Bijzonder

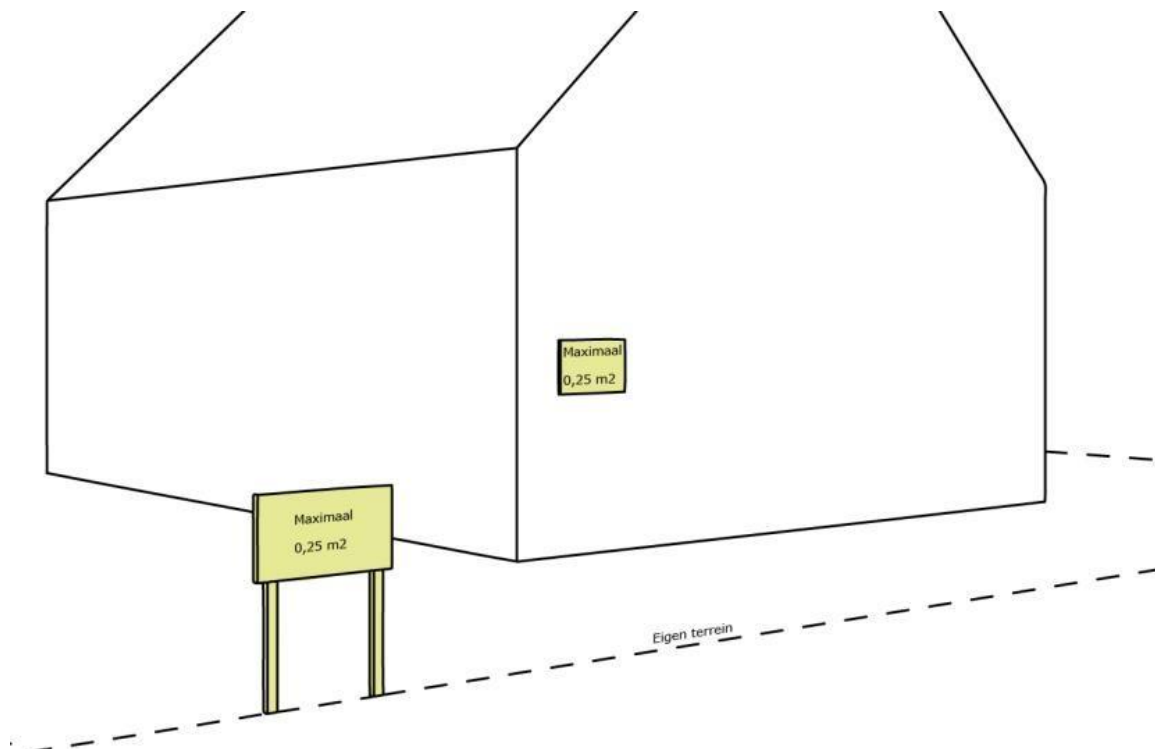
Tv-reclame is eventueel tijdelijk toegestaan en alleen bij hoge uitzonderingen, bijvoorbeeld bij een evenement of in bijzondere gevallen, waarin het huidige beleid niet voorziet, na consultering van de Planadviesraad.



8 Naambordreclame

8.1 Naambord reclame

deze regels gelden voor woonbestemmingen
gewoon



naambord

met het beroep, de naam, de dienst, of het bedrijf dat in of op de onroerende zaak wordt uitgeoefend

PLAATSING	overal in gemeente bij woonbestemmingen op eigen terrein maximaal 2 borden, waarvan 1 bord op de gevel en 1 bord op de eigen kavel
OPPERVLAKTE	gezamenlijk maximaal 0,5 m ²
AFMETINGEN	de lengte of de breedte is maximaal 1m
VERLICHTING	nee
VERGUNNING	nee, tenzij plaatsing in een beschermd stads- of dorpsgezicht

8.2 Naambord reclame bijzonder

Indien de aanvraag niet past binnen bovengenoemde regels, wordt de aanvraag getoetst aan de regels van het gebied waar de reclame geplaatst wordt (binnenstad, buiten de binnenstad, bedrijventerreinen en het Boreel). Als de aanvraag voor een bijzonder naambord een gebouw met woonbestemming betreft, dan wordt in overleg met de gemeente gekeken naar een maatwerkoplossing.

9 Aanlichtingenverlichting

9.1 Inleiding

Zodra het donker wordt verandert het karakter van de omgeving. Overdag is er winkelend publiek of zijn er mensen onderweg naar hun werk of school. 's Avonds wordt het bijna overal stiller en in de binnenstad is er uitgaanspubliek.

In de bestaande reclame-regels zijn in de meeste gebieden losse, open doosletters als lichtreclame en het aanlichten van de reclame toegestaan.

In de welstandsnota Deventer 2011 is voor de binnenstad een aanlichtingsbeleid voor gebouwen en objecten opgenomen, zodat ook in de avond en de nacht de binnenstad haar bijzondere karakter behoudt. De regels voor het aanlichtingsbeleid zijn in de Algemene plaatselijke verordening Deventer (APV) opgenomen.

Voor het verlichtingsniveau en de sfeer wordt voor de nieuwe regels van de reclameverlichting aangesloten bij dit aanlichtingsbeleid.

S f e r e n

De avond- en nachtsfeer in de openbare ruimte wordt voor een deel bepaald door de straatverlichting, de aanlichting van gebouwen en de reclameverlichting. Reclameverlichting dient naast de aandacht die het vraagt voor een product of dienst ook bij te dragen aan de sfeer van de omgeving. In bijvoorbeeld het uitgaansgebied in de binnenstad is sfeervolle verlichting gewenst die gezelligheid en warmte uitstraalt. Voor bijvoorbeeld de winkelstrip in Schalkaar is vooral de sfeer van openbaarheid, functionaliteit (waar is wat) en veiligheid belangrijk.

Sfeerenverlichtingstype

Tot voor kort bestond reclameverlichting, naast aanlichting, voornamelijk uit neon- en TL-verlichting. Vanwege de duurzaamheid (levensduur, energiekosten en aanschafkosten) kiest men tegenwoordig bijna altijd voor een LED-verlichting. Neon-reclameverlichting kent een sfeervolle en stijlvolle uitstraling. LED-verlichting heeft de reputatie wit en schel te zijn. Maar er is met LED-verlichting door de vele mogelijkheden in de uitlichting (indirect, linelight, backlight, enz.) ook een goede stijlvolle uitstraling te verkrijgen.

De verlichte reclame dient een subtiele verlichting te zijn zodat sprake is van een chique en ingetogen reclame.

hetverlichtingsniveau

Voor de binnenstad zijn in het aanlichtingsbeleid gebieden met een hoog, midden en laag aanlichtingsniveau aangegeven (zie navolgende tekening). De monumentale, grote gebouwen worden met een hoog aanlichtingsniveau de stralende middelpunten in de omgeving.

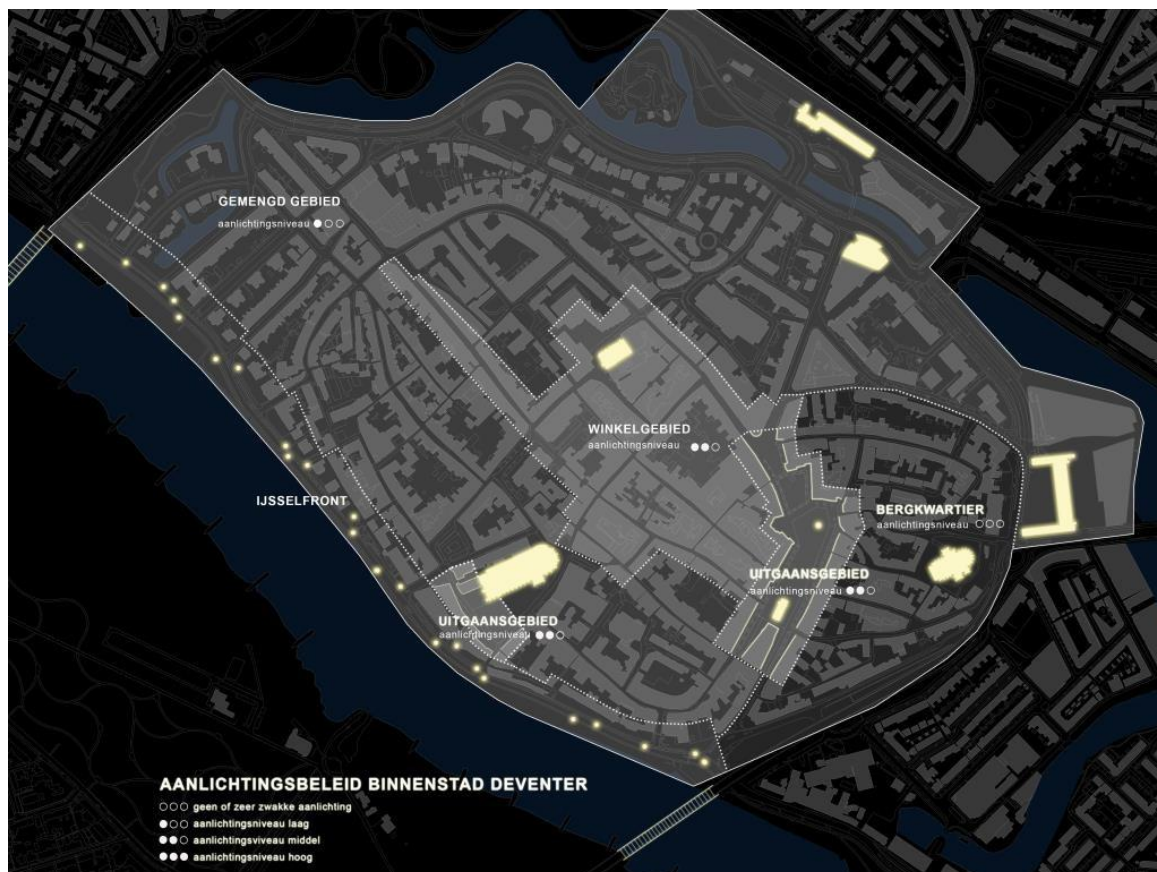
Aansluitend bij de intenties van het aanlichtingsbeleid om het verschil in dag en nachtsferen te ondersteunen kunnen de reclame-verlichtingsniveaus in de gebieden in algemene zin ten opzichte van elkaar worden geduid.

Buiten de bebouwde kom en in het Bergkwartier is duisternis een kwaliteit. Reclameverlichting is hier, maar ook langs het IJsselfront niet gewenst. Bij voorkeur wordt de reclame hier zwak aangelicht.

In alle andere gebieden kan de reclameverlichting een redelijk verlichtingsniveau hebben. In de winkel- en uitgaansgebieden is de reclameverlichting één van de middelen die ingezet kunnen worden voor een sfeervolle en gezellige uitstraling. Het reclame verlichtingsniveau kan hiertoe op sommige tijdstippen van een hoger verlichtingsniveau zijn.

Aangezien bij woonbestemmingen geen reclame is toegestaan is reclame-verlichting hier niet aan de orde.

Bij de beoordeling van een reclameaanvraag wordt de verlichtingssituatie beschouwd. Om lichthinder te voorkomen hanteert de gemeente Deventer de "Richtlijn Lichthinder van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde (NSVV publicatie november 2014)." In deze richtlijn staan grenswaarden aangegeven voor verlichtingssterkte op omliggende gevels en lichtsterkte vanaf de armaturen, afgestemd op verschillende omgevingszones (natuurgebied, landelijk gebied, stedelijk gebied en stadscentrum/industriegebied). Ook zijn er verschillende normen opgenomen voor dag-, avond- en nachtperiode. De gemeente kan in voorkomende gevallen een lichthinderonderzoek verlangen van de aanvrager, waarin eventuele maatregelen onderzocht worden om lichthinder te beperken en te onderbouwen dat aan de grenswaarden voldaan kan worden. Dit geldt ook in het geval er sprake is van een constatering van overtreding, bijvoorbeeld naar aanleiding van een verzoek om handhaving.



9.1 Aanlichting en verlichting gewoon

aangelichte reclame



verlichte reclame ALGEMEEN



Aangelichte reclame kan met uitzondering van gebieden buiten de bebouwde kom en bij woonbestemmingen overal worden toegepast.

Voor vestigingen buiten de bebouwde kom kan in overleg en met een laag verlichtingsniveau de naam- reclame tijdens openingstijden aangelicht worden. Het bevestigen van verlichtingselementen aan monumentale panden en in een beschermd stads- of dorpsgezicht is vergunningplichtig

Verlichte reclame kan met uitzondering van gebieden buiten de bebouwde kom en bij woonbestemmingen overal worden toegepast

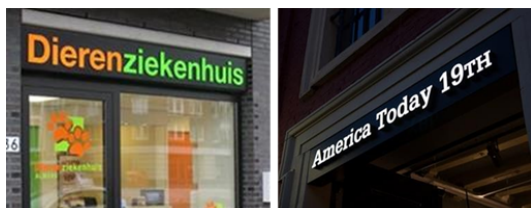
- De verlichte reclame dient te passen en bij te dragen aan de sfeer van de omgeving.
- Het verlichtingsniveau sluit aan bij het type gebied waar de reclame geplaatst wordt.
- Er is sprake van een subtiele uitlichting.
- De lichtreclame is een goed geïntegreerd onderdeel van de architectuur van de gevel

VERLICHTINSTYPE



Neonverlichting of LED-verlichting in open, losse (doos)letters. Neonverlichting of LED-verlichting waar middels een 'block-out folie' met uitsparingen alleen de letters of het logo uitgelicht wordt in de lichtbak of het uithangbord.

PLAATSING LICHTBAK



- Een lichtbak die ingepast is in de gevel pui komt met de voorzijde niet voorbij de voorkant van het kozijn.
- Een lichtbak boven of naast een pui of opening komt met de voorzijde niet voorbij de negge van het metselwerk en/of steekt niet uit de muur.

10 Uitstallingen

10.1 Inleiding

Onder uitstalling wordt in deze nota verstaan: een los voorwerp geplaatst voor een pand op de stoep of de weg, en dat een relatie heeft met de handel van de in het pand gevestigde onderneming of met het gebruik van het pand en niet valt onder het gemeentelijke reclamebeleid. Voorbeelden van koopwaar zijn kledingrekjes, kratjes met koopwaar, een mededelingenbord, menubord e.d.

Elke vorm van reclame, los of vast in de vorm van een uitstalling, wordt elders in deze nota behandeld. In de APV zijn de algemene regels voor een uitstalling opgenomen. Voor aangewezen gebieden die een deel van de binnenstad of een deel van de Boxbergerweg en de Rielierweg vormen, zijn concrete aanvullende regels opgesteld voor de afmetingen en de plaatsing van een uitstalling. Dit is in verband met veiligheidsoverwegingen (doorgang brandweer, ambulance), de mogelijke aantasting van het straatbeeld en het voorkomen van obstakels waardoor wandelend publiek wordt gehinderd in deze aangewezen gebieden.

Voor uitstallingen is geen vergunning nodig. Wel wordt gecontroleerd of aan de algemene regels wordt voldaan en indien nodig wordt er handhavend opgetreden.

De APV is hiervoor het toetsingskader en niet de reclame- of welstandsnota.

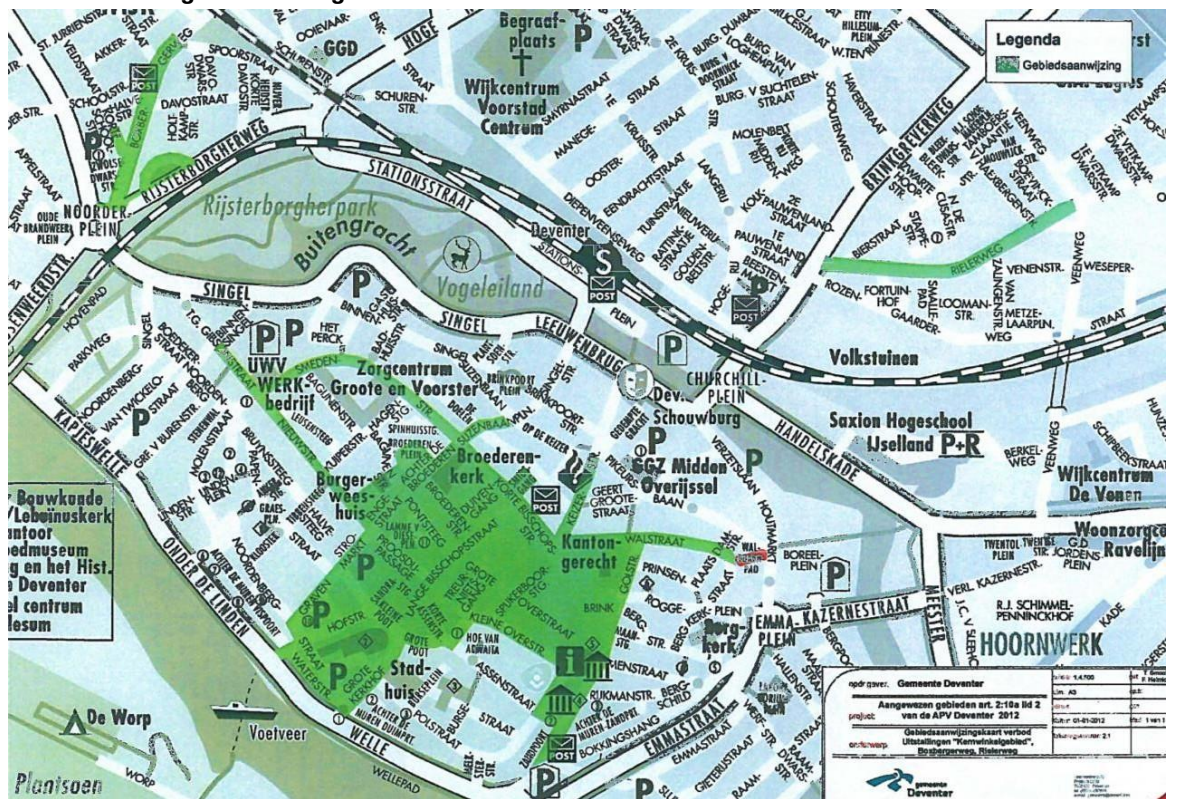
Echter, omdat uitstallingen de sfeer van de openbare ruimte medebepalen en voor de ondernemers een manier zijn om zich te presenteren, worden de mogelijkheden van de uitstallingen voor de aangewezen gebieden in de reclamenota geïllustreerd.

Tevens wordt de mogelijkheid geboden de uitstalling uit te breiden met één uitklapbaar schoolkrijtbord als mededelingenbord en een menustandaard.

Als een uitstallingstype niet in dit overzicht voor de aangewezen gebieden staat dan zijn er geen standaardregels voor opgesteld. Vaak is dat omdat een bepaalde uitstallingsvorm ongewenst wordt gevonden, bijvoorbeeld beach-vlaggen.

Maar het kan ook dat het een nieuw type of een afwijkende variant op een uitstallingstype uit het overzicht betreft. De ondernemer en de gemeente moeten dan in overleg treden en bekijken of een ontheffing van de APV kan worden verleend.

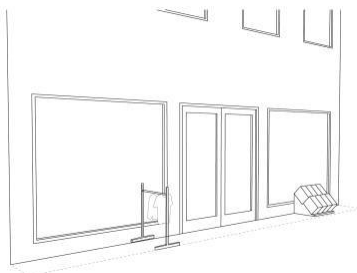
10.2 De aangewezen gebieden



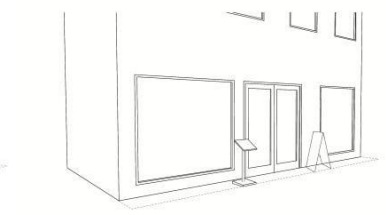
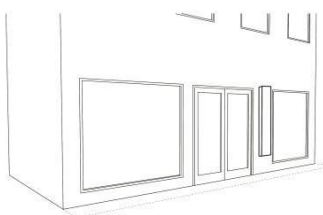
Voor een beperkt deel van de gemeente, de zogenaamde aangewezen gebieden, gelden de regels zoals ze in deze nota worden geïllustreerd. Voor de overige gebieden zijn geen concrete toetsingsregels opgesteld, daar gelden de algemene regels uit de APV.

10.3 Overzicht uitstallingen gewone losse uitstallingen

in de aangewezen gebieden



los menubord aan de gevel



één vrijstaand mededelingenbord en één menustandaard per vestiging

koopwaar of plantenbakken aan de gevel in de uitstallzone

10.4 Losse uitstallingen gewoon



losse uitstallingen

losse voorwerpen zoals koopwaar, plantenbakken of speeltoestellen (geen reclamevlaggen of -borden).

AANTAL	niet van toepassing
PLAATSING	tijdens openingstijden vóór de gevel van de vestiging en in de uitstallingszone
BREEDTE	maximaal 0,60 m vanuit de gevel
HOOGTE	maximaal 2 m
VERGUNNING	nee



**10.4 Losse uitstallingen
gewoon**

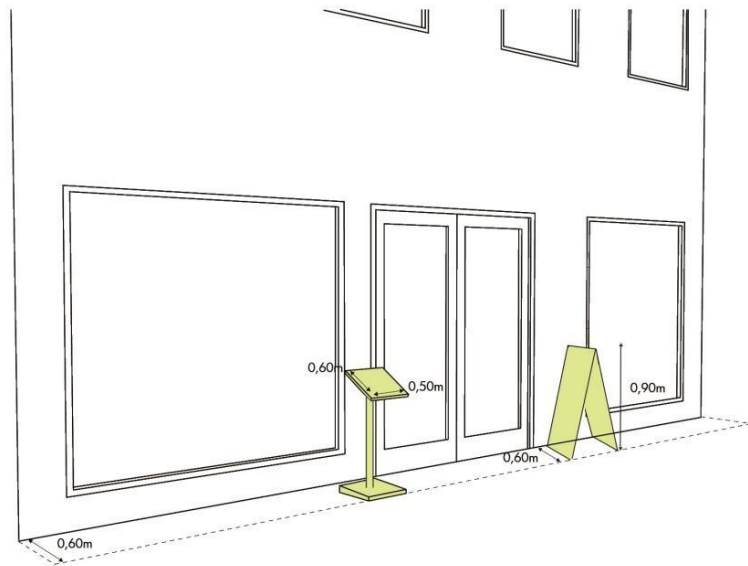


losse uitstallingen
los, direct te verwijderen menubord

AANTAL	niet van toepassing
PLAATSING	tijdens openingstijden aan de gevel van de vestiging
OPPERVLAKTE	gezamenlijke oppervlakte maximaal 0,6 m ² *
DIEPTE	maximaal 0,30 m uitstekend uit de gevel
HOOGTE	maximaal 3,50 m of tot de eerste verdieping
VERGUNNING	nee

**10.4 Losse uitstallingen
gewoon**

*) voor de gezamenlijke oppervlakte wordt het losse reclamebord onder 3.3 binnenstad of 4.3 'buiten de binnenstad' ook meegerekend



losse uitstallingen

los uitklapbaar krijtbord voor mededelingen of menu en een menustandaard. Geen bedrijfs- of merkreclame.

AANTAL	maximaal één krijtbord en één menustandaard per vestiging
PLAATSING	tijdens openingstijden vóór de gevel van de vestiging in de uitstallingszone of op het vergunde terras
VERGUNNING	nee

BORD

HOOGTE	maximaal 0,90 m
BREEDTE	maximaal 0,60 m
TYPE	krijtbord

MENUSTANDAARD

HOOGTE	maximaal 1,20 m
KAART	maximaal 0,6 m bij 0,5 m



10.5 Uitstallingen bijzonder

Er kan soms sprake zijn van een bijzondere situatie of anderszins dat een uitstalling niet geplaatst kan worden volgens de hiervoor beschreven regels of de algemene regels uit de APV. In dat geval dient er vooraf overlegd te worden over een maatwerkoplossing en kan mogelijk ontheffing verleend worden van de APV.

losse uitstallingen

In overleg met de winkeliers (-vereniging) kunnen in één straat bijzondere afspraken over de omvang van de uitstallingen worden gemaakt. Hiervoor is een ontheffing van de APV nodig.

Aldus vastgesteld in de openbare raadsvergadering van 18 november 2015

De raad voornoemd,

*de griffier,
drs. S.J. Peet*

*de voorzitter,
Heidema*