

Nadere regels voeren van handelsreclame bij, op of aan een (on)roerende zaak in Enschede

Het college van burgemeester en wethouders,

gelet op het bepaalde in artikel 4.13 van de Verordening kwaliteit leefomgeving

besluit:

vast te stellen de wijziging van de Nadere regels 'voeren van handelsreclame bij, op of aan een (on)roerende zaak in Enschede'

1. Inleiding

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

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

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

2. Juridische grondslag

Het plaatsen van reclame valt onder artikel 4:13 (handelsreclame) van de Verordening Kwaliteit Leefomgeving (VKL). Op grond van dit artikel is het mogelijk nadere regels op te stellen voor het plaatsen van reclame in de openbare ruimte of die zichtbaar is vanuit de openbare ruimte. In bepaalde gevallen is het mogelijk om zonder omgevingsvergunning voor de activiteit handelsreclame reclameobjecten te plaatsen. De criteria hiervoor zijn opgenomen in afdeling 3.2.4 van deze nadere regels.

In artikel 4.13 lid 2 VKL is aangegeven dat deze nadere regels niet van toepassing zijn wanneer de Omgevingswet van toepassing is. Bij nader inzien is dit te ruim geformuleerd. Tot inpassing van deze regels in het omgevingsplan leggen we artikel 4.13 lid 2 VKL als volgt uit:

Bouwwerken waarvoor een omgevingsvergunning voor de omgevingsplanactiviteit bouwen nodig is, worden niet getoetst aan deze nadere regels. Het omgevingsplan en de welstandsnota vormen dan het toetsingskader om te bepalen of er sprake is van een aanvaardbare ruimtelijke kwaliteit en een evenwichtige toedeling van functies aan locaties.

Bouwwerken waarvoor geen omgevingsvergunning voor de omgevingsplanactiviteit bouwen nodig is en die reclame bevatten, worden wél getoetst aan deze nadere regels.

Daarbij kan het zijn dat er nog wel een andere omgevingsvergunning nodig is, zoals bijvoorbeeld een omgevingsvergunning voor de technische bouwactiviteit.

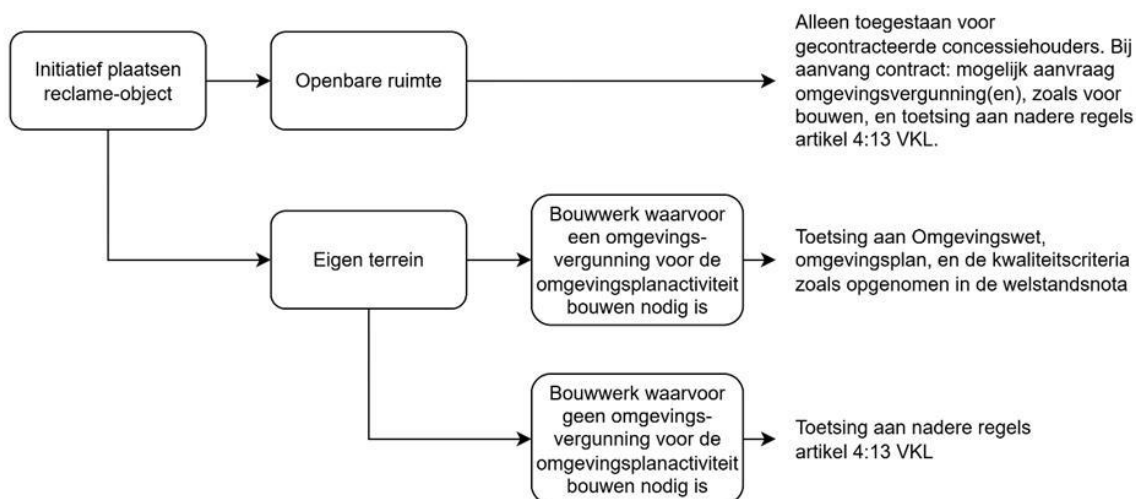
Een uitstalling die zonder omgevingsvergunning mag worden neergezet op grond van de beleidsregel Uitstallingen in de openbare ruimte (op grond van artikel 4:10 VKL) wordt niet getoetst aan deze nadere regel.

3. Soorten reclame

Er kan onderscheid worden gemaakt tussen diverse soorten reclame. Deze vallen uiteen in grofweg drie categorieën. Reclame aan gebouwen (gevelreclame), reclame in de openbare ruimte (geplaatst in

of op gemeenteground) en reclame zichtbaar vanuit de openbare ruimte (niet zijnde gevelreclame). Deze vormen van reclame worden hieronder toegelicht. Voor elk van deze soorten reclame wordt aan diverse kaders/beleid getoetst. Dit is in het onderstaande schema weergegeven.

Stroomschema: aanvragen plaatsen reclame



3.1 Gevelreclame en reclame/naamsvermelding op eigen terrein

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

Het digitale reclameobject mag uitsluitend wisselende statische beelden tonen. Bewegende en/of op-eenvolgende beelden (zoals bij video-/filmopnames) zijn dus niet toegestaan. Bij het wisselen van beelden geldt een minimale overlooptijd van 6 seconden tussen beelden, de richtlijnen van de Nederlandse Stichting Voor Verlichtingskunde (NSVV) (richtlijn lichthinder 2020 of opvolgende versies) zijn van toepassing, het reclameobject mag tussen 23.00 en 07.00 uur niet verlicht zijn, het reclameobject mag niet binnen 40 meter van het hart van een kruising van wegen geplaatst worden. Tevens mag de verkeersveiligheid niet nadelig beïnvloed worden. Reclame voor derden is niet toegestaan enkel reclame voor het eigen bedrijf of indien het een bedrijventerrein betreft, reclame voor de aldaar gevestigde bedrijven. In geval van plaatsing van een reclameobject bij een complexe verkeerssituatie, wordt dit situationeel beoordeeld.

Voor reclame op eigen terrein waarvoor geen omgevingsvergunning voor de omgevingsplanactiviteit bouwen nodig is gelden de nadere regels voor handelsreclame zoals vermeld in Afdeling 3.2.4.

3.2 Reclame in de openbare ruimte

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

Voor dit onderwerp blijven we dezelfde uitgangspunten hanteren als in voorgaande jaren. We staan reclame in de openbare ruimte toe via een aantal reclame-exploitanten waarmee contractuele afspraken zijn gemaakt. Dit maakt meerdere reclamevormen mogelijk (o.a. mupi, vitrine, A0, abri en lichtmastreclamebakken) en garandeert dat er geen verrommeling optreedt in diezelfde openbare ruimte. Ook

willen we andere innovatieve technieken toestaan, maar dan wel onder de voorwaarde dat dit via concessies wordt gegund aan professionele reclame-exploitanten. Voor digitale reclameobjecten gelden dezelfde aanvullende voorwaarden als bij digitale reclame op eigen terrein, behalve dat hier wel reclame voor derden is toegestaan. Voor de volledigheid wordt nog opgemerkt dat we bij digitale vormen van reclame het uitgangspunt hanteren dat deze niet geplaatst mogen worden binnen 40 meter van het hart van een kruising van wegen. Voor de huidige geplaatste reclameobjecten die op dit moment niet digitaal zijn wordt een minimale afstand van 20 meter van een kruising van wegen gehanteerd. In geval van plaatsing van een reclameobject bij een complexe verkeerssituatie, wordt dit situationeel beoordeeld.

3.2.1 Onderlinge afstand en keuze per gebiedssoort

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

3.2.2 Reclame aanbrengen door bedrijven/particulieren

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

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

3.2.3 Digitale reclame

[vervallen]

3.2.4. Handelsreclame (vergunningvrij)

Het voeren van commerciële reclame aan gevels is vergunningsvrij voor de omgevingsvergunningsactiviteit reclame wanneer voldaan wordt aan onderstaande nadere regels;

Begripsomschrijvingen:

1. Buitenreclame: alle vanaf de openbare weg zichtbare reclame.
2. Reclame: het openbaar aanprijzen van producten, (bedrijfs)gebouwen, diensten en namen door middel van (verlichte) opschriften, logo's, afbeeldingen en schermen met naar buiten tredend licht.
3. Bouwwerk: een constructie 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, met inbegrip van de daarvan deel uitmakende bouwwerkgebonden installaties anders dan een schip dat wordt gebruikt voor verblijf van personen en dat is bestemd en wordt gebruikt voor de vaart.
4. Bedrijf: De term bedrijf wordt in dit beleid gebruikt voor alle ondernemingen, instellingen en andere organisaties (met of zonder winstoogmerk).
5. Gebieden met een Hoge beeldregie: gebieden zoals aangegeven op de Welstandsk kaart.
6. Uitstalling: een los voorwerp geplaatst op de openbare weg voor een (on)roerende zaak, dat een onmiskenbare relatie heeft met de bedrijfsactiviteiten van het in de (on)roerende zaak gevestigd bedrijf.

7. Raamsticker: een reclame-uiting welke aan de binnenzijde van een raam wordt geplakt.

Uitgangspunten:

1. Reclames moeten bescheiden worden toegepast en moeten een eenheid vormen met de architectuur van de (on)roerende zaak.
2. De reclame heeft een directe relatie met de activiteit die in de (on)roerende zaak wordt uitgevoerd.
3. Voor bedrijfsverzamelgebouwen en overdekte winkelcentra geldt dat de namen van de verschillende bedrijven moeten worden aangebracht op gemeenschappelijke reclamedrager(s).
4. Reclame mag alleen worden aangebracht op de bedrijfsgevel en niet op de gevel van bijvoorbeeld een bovengelegen woning (tenzij het een banier betreft).
5. Het gevelvlak tussen de begane grond en de eerste verdieping mag, om een visuele scheiding tussen de bouwlagen te voorkomen, niet helemaal bedekt worden met reclame.
6. De reclame is zodanig dat de verkeersveiligheid niet in gevaar wordt gebracht of dat ernstige hinder ontstaat voor de omgeving.
7. Hinder door geluid voor omliggende (on)roerende zaken is niet toegestaan. Wie in een (on)roerende zaak met buitenreclame woont of werkt, danwel omwonenden die in de nabijheid van het reclameobject wonen mogen daar geen overlast van ondervinden. Om dit punt objectief te kunnen bepalen wordt verwezen naar de geluidsnormen zoals opgenomen in het omgevingsplan. Enige andere vorm van hinder of overlast veroorzaakt door het reclameobject is niet toegestaan.
8. Per (on)roerende zaak is de volgende reclame toegestaan:
 1. maximaal één evenwijdig aan de gevel aangebrachte reclame die voldoet aan de volgende voorwaarden:
 - i. geplaatst in de zone tussen begane grond en onderkant kozijn van de eerste verdieping en minimaal 50 cm uit de zijkant of hoek van het gebouw.
 - ii. binnen het gebied met een hoge beeldregie mag de reclame alleen bestaan uit losse letters en/of een logo.
 2. maximaal één haaks op de gevel geplaatste reclame die bestaat uit en voldoet aan:
 - i. een uithangbord met de maximale afmeting van 0,5m²; of
 - ii. een banier die maximaal 70 cm uit de gevel steekt en een maximale afmeting van 1,0 m².
 3. Naast reclame uit sub 1 en 2 is de volgende reclame toegestaan:
 - i. raamstickers tot maximaal 10 % van de glasoppervlakte van de totale gevel, waarbij de raamsticker(s) minimaal 150 mm afstand tot het kozijn heeft of hebben en deze aan de binnenzijde van het raam of ramen wordt of worden aangebracht.
 - ii. één vlag, met een maximale stoklengte van 1 meter en een maximale afmeting van 0,5 m².
 - ii. een naambord bij een bedrijf, niet zijnde detailhandel, met een maximaal oppervlakte van 0,5 m².
 4. Voor de reclame uit sub 2 en sub 3 onderdelen i en ii geldt dat de vrije hoogte (tussen maaiveld en onderzijde reclame) zodanig is dat de weggebruiker geen hinder van de reclame ondervindt.
9. Een lichtreclame voldoet aan de richtlijnen ter voorkoming van lichthinder die de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde heeft opgesteld.
10. Een lichtreclame moet tussen 23.00 en 07.00 uur uitgeschakeld zijn, met uitzondering van lichtreclames voor horecabedrijven.
11. Schermen met uittredende verlichting moeten altijd dimbaar zijn. Beelden mogen overvloeiende effecten kennen met een frequentie niet lager dan 6 seconden.
12. Uitgezonderd van deze Nadere regels zijn:
 1. reclames waarvoor een omgevingsvergunning nodig is voor de omgevingsplanactiviteit bouwen, gebouwen die in het omgevingsplan zijn aangemerkt als bouwwerk dat cultuurhistorisch waardevol is of bouwwerken die zijn aangewezen als landelijk, provinciaal of gemeentelijk monument dan wel daarvoor voorbescherming hebben;
 2. reclames die aangemerkt worden als een uitstalling in de zin van de beleidsregel Uitstallingen in de openbare ruimte van de Gemeente Enschede.

Mogelijkheid tot afwijking:

Op grond van een aanvraag met gemotiveerd verzoek kan het college, op grond van onder meer de specifieke situatie van het pand, de transparantie van een reclame-uiting of de vorm ervan, afwijken van deze Nadere regels door het verlenen van een omgevingsvergunning voor de activiteit reclame.

3.2.5 Overige nieuwe reclamesoorten

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

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

4. Hardheidsclausule

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

5. Inwerkingtreding

Deze beleidsregel treedt 1 dag na publicatie in werking.

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

Verkeersveiligheid	Ruimtelijke kwaliteit	Lichtuitstraling
Reclame-object moet dusdanig van aard zijn dat het zicht van verkeersdeelnemers op verkeerssituaties niet belemmerd wordt.	Reclame-uitingen moeten 90% van de tijd schoon zijn.	In geval van hinderlijke lichtuitstraling kan een beperking van lichtuitstraling en/of tijdsduur worden geëist, wanneer het woongenot van panden in de nabijheid van het reclameobject nadelig wordt beïnvloed. Er geldt een grenswaarde voor de maximaal toegestane oppervlakteluminantie van reclameborden en -objecten zoals aangegeven in de betreffende richtlijnen van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde (NSVV).
Reclameobject mag niet conflicteren met kleurstelling bebording of verkeerslichten/lichtsignalen	De verlichting van reclame-objecten werkt 90% van de tijd.	
Knipperende, bewegende opvolgende beelden en/of (dag)lichtreflecterende reclame is niet toegestaan	Schades worden uiterlijke binnen 72 uur gerepareerd. Bij gevaarstelling dienen schades onmiddellijk te worden gerepareerd zodat geen verdere gevaarstelling kan optreden.	
Reclame mag het wegbeeld niet dusdanig vervormen dat het wegverloop door verkeersgebruikers niet (goed) kan worden ingeschat	Reclame moet passend zijn in het beeld van de betreffende locatie/overeenstemmen met criteria voor beeldregie voor het betreffende gebied	
Reclame mag het zicht niet onttrekken van belangrijke verkeersinformatie (bebording)	Reclame aan gebouwen moet passen binnen de bepalingen opgenomen in het omgevingsplan	
Reclame mag niet binnen een afstand van 20 meter gemeten vanuit het hart van een kruispunt geplaatst worden. Voor digitale vormen van reclame geldt een minimale afstand van 40 meter vanuit het hart van een kruispunt.	Reclame moet passen binnen de criteria zoals vermeld in de welstandsnota	
Reclame mag uitsluitend haaks op de rijrichting geplaatst worden (tussen de 60 en 90 graden ten opzichte van de rijrichting). Parallel aan de rijrichting geplaatste reclame is niet toegestaan	Reclame mag geen verstorend effect op de flora en fauna hebben	
Indien sprake is van wisselende beelden op de reclame-uiting, moet de tussentijd tussen deze wisselende beelden minimaal 6 seconden bedragen.		
De reclame mag geen geluid of trillingen voortbrengen.		

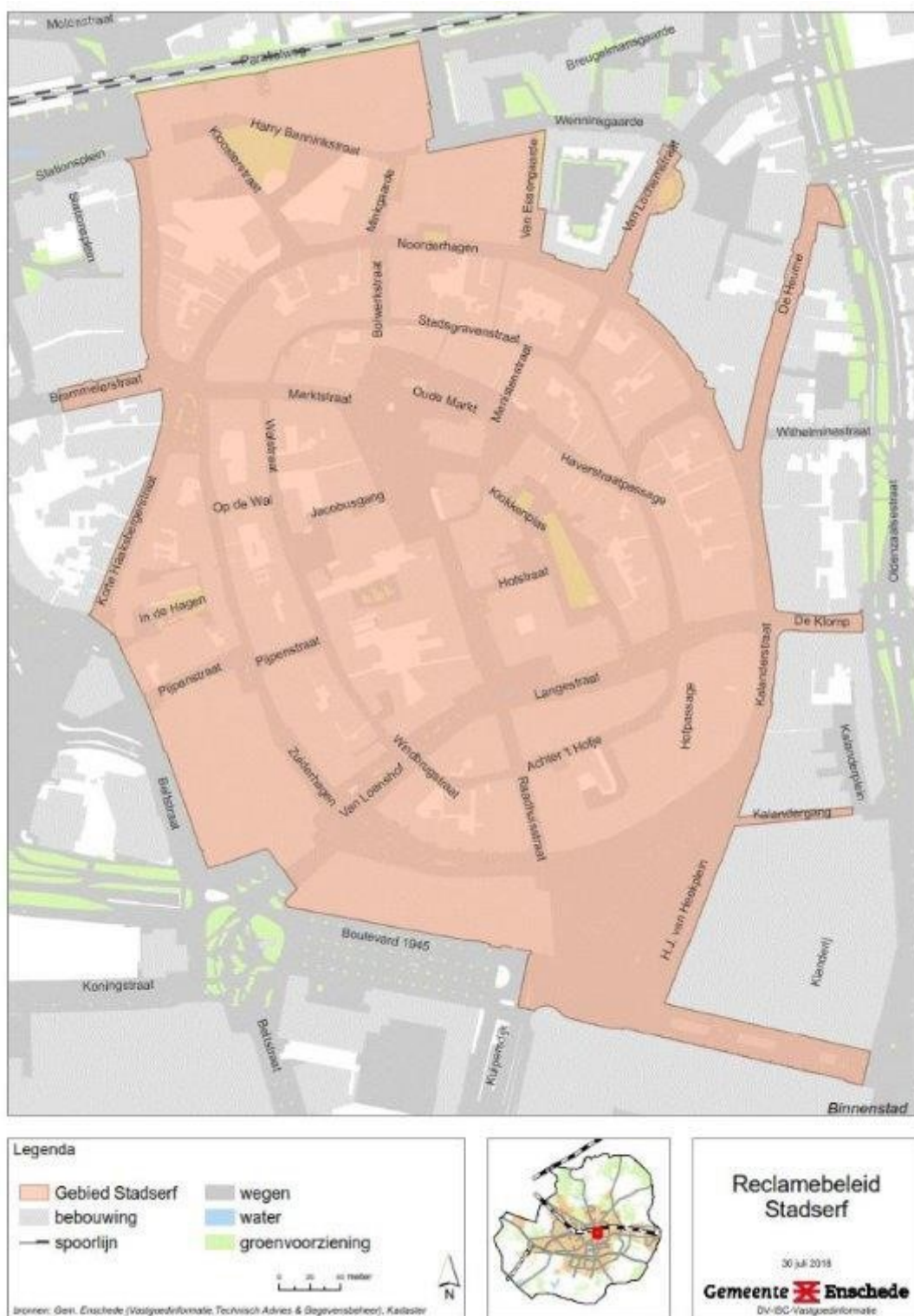
Bijlage 2: Reclame in de openbare ruimte in concessie door de gemeente aan de reclame-exploitanten gegeven : gebiedsgerichte criteria

		Hoofd infra	Verblijfsge- bied	Stadserf	Buitenge- bied	Winkelcen- tra	Gebied bin- nen de sing- els excl. stadserf
Abri's: bushalte met schuilgelegenheid voor passagiers	Max 220 stuks	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Lichtmastreclamebakken	Maximaal 200 stuks	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Ja
A0-reclame aan lichtmasten	Maximaal 220 stuks	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja	Ja
Billboard: verlichte reclamevit- trine van 8m ²	Maximaal 15 stuks	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Beperkt
Mupi's: verlichte reclamevit- trine van 2m ²	Maximaal 125 stuks	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Beperkt
Stadsklokken (al dan niet voor- zien van recla- me)	Maximaal 12 stuks	Ja	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja
Plakzuilen voor ideële uitingen	1 per 10.000 in- woners	Ja	Ja	Ja	Nee	Ja	Ja
Snelwegmasten		Ja	Ja, mits in lijn met be- leid	Ja, mits in lijn met be- leid	Ja, mits in lijn met beleid	Ja, mits in lijn met be- leid	Ja, mits in lijn met be- leid
Reclamemasten ca. 7m hoog		Ja	Ja, mits in lijn met be- leid	Ja, mits in lijn met be- leid	Ja, mits in lijn met beleid	Ja, mits in lijn met be- leid	Ja, mits in lijn met be- leid
Digitale reclame	Maximum is gelijk aan maxi- mum van betreffend reclameob- ject.	Ja, mits niet in strijd met welstands- nota	Nee	Nee, tenzij geen strijd met de welstands- nota	Nee	Beperkt, tenzij geen strijd met welstands- nota	Beperkt, tenzij geen strijd met welstands- nota
Stoeptegelreclame	Geen	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee
Spandoeken voor ideële recla- me	Zeer be- perkt mo- gelijk, en- kel bij uit- zondering voor ideële reclame	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee
Bewegwijzering voorzien van re- clame	Zo beperkt mogelijk, enkel als de situatie hierom vraagt	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Ja
Overige reclame- vormen	Zo beperkt mogelijk, enkel als de situatie hierom	Beperkt	Beperkt	Beperkt	Nee	Beperkt	Beperkt

	vraagt en de reclame een toegevoegde waarde heeft						
--	---	--	--	--	--	--	--

- Voor het plaatsen van reclameobjecten in de Gemeente Enschede wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende locaties. Er worden 6 categorieën onderscheiden te weten:
 - Hoofdinfrastructuur: alle wegen binnen de bebouwde kom waar een snelheidsregime geldt van 50 km per uur (of meer), regime NSVV 2020: lichthinderzone stedelijk gebied E3 of industriegebied E4
 - Verblijfsgebieden: alle wegen binnen de bebouwde kom waar een snelheidsregime geldt van max. 30 km per uur, regime NSVV 2020: lichthinderzone stedelijk gebied E3.
 - Stadserf: zie kaart 2A, regime NSVV 2020: lichthinderzone stadscentrum E4
 - Buitengebied: het gebied buiten de bebouwde kom zoals aangemerkt in de Wegenverkeerswet), regime NSVV 2020: lichthinderzone landelijk gebied E2 of natuurgebied E1
 - Winkelcentra: locaties binnen de bebouwde kom waar zich meer dan 5 ondernemers op een punt gevestigd hebben, regime NSVV 2020: lichthinderzone stedelijk gebied E3
 - Gebied binnen de singels: zie kaart 3B, regime NSVV 2020: lichthinderzone stedelijk gebied E3 of lichthinderzone stadscentrum E4.

Bijlage 3: Gebied stadserf



Bijlage 4: Gebied binnen de Singels (exclusief Stadserf)

