



Centrumgebied Heemstede

deel 2 **Reclame**

24 september 2009

Inleiding en context

De aanleiding voor het opstellen van richtlijnen voor het reclamebeleid ten behoeve van de Binnenweg/Raadhuisstraat en het Centrum en omgeving van de gemeente Heemstede is te vinden in de startnotitie herinrichting Binnenweg d.d. 31 mei 2007.

Startnotitie

De onderstaande tekst is integraal uit de startnotitie overgenomen.

In de startnotitie is met betrekking tot de beeldkwaliteit van de openbare ruimte het volgende geformuleerd:

De visueel - ruimtelijke kwaliteit van het huidige gebied is niet groot; er is sprake van een gefragmenteerde karakteristiek, de winkelstraat is niet als geheel te onderkennen; de inrichting van de openbare ruimte benadrukt het gefragmenteerde karakter.

Dorpskarakter

Het centrum Binnenweg/Raadhuisstraat is een winkel- en woongebied met een dorpskarakter. Hieronder wordt verstaan:

Een afleesbare historische ontwikkeling, een duidelijk aanwezige woonfunctie (zowel op de begane grond als op d verdieping) kleinschaligheid die wordt gekenmerkt door herkenbare individuele gevels, terughoudend materiaal- en kleurgebruik en zorgvuldige detaillering, de aanwezigheid van speciaalzaken en een overzichtelijke, eenduidige indeling van de openbare ruimte met een duidelijk herkenbare ontmoetingsplek (plein)

Nieuwe bouwprojecten van bovengemiddeld niveau

Voor nieuwbouwprojecten in de winkelstraat wordt gestreefd naar een kwaliteitsniveau dat aansluit bij de beoogde ambitie.

Passende bouwvolumes

Om te voorkomen dat ongewenste initiatieven (intensieve woonfunctie in de kap van panden) kunnen worden gerealiseerd, wordt de meest voorkomende maximale bouwhoogte van 12 m verlaagd tot 11 m.

Aanscherpen richtlijnen reclame-uitingen, uitstallingen en terrassen

Om eenduidigheid en rust in het winkelgebied te creëren, worden de richtlijnen voor het aanbrengen van reclame-uitingen en het plaatsen van uitstallingen in overleg met de winkeliers aangescherpt. Aan dit nieuwe regime zal een overgangsregeling worden gekoppeld. Terrassen zijn alleen mogelijk op de op de kaarten aangegeven delen.

In het huidige bestemmingsplan centrum (juli 1994) zijn voorschriften opgenomen op het gebied van ruimtelijke kwaliteit, karakteristiek en beeldkwaliteit. De voorschriften betreffen het gebied waar stedenbouw en architectuur elkaar overlappen. In die zin kunnen zij beschouwd worden als een voorloper van de gebiedsgerichte welstandscriteria zoals die zijn opgenomen in de welstandsnota. De welstandsnota doet ook uitspraken over reclame-uitingen, markiezen en rolluiken.

Om de karakteristieke beeldkwaliteit, het dorpskarakter en de leefbaarheid van het centrumgebied te behouden is een strikte regelgeving ten aanzien van de kwaliteit van de openbare ruimte noodzakelijk. Algemene regels voor winkelpuien, reclame, uitstallingen en terrassen zijn dan ook onontbeerlijk.

Overleg

Voor het overleg met de betrokken partijen is een discussienota opgesteld met daarin de hoofdlijnen van het van het gewenste welstandsbeleid. Aan de hand van deze notitie heeft overleg plaats gevonden met de Klankbordgroep Binnenweg, waarin vertegenwoordigd de Winkeliersvereniging Centrum Heemstede (WCH), de winkeliers en het Hoofdbedrijfschap Detailhandel. Naar aanleiding van dit overleg zijn de uitgangspunten op een aantal onderdelen bijgesteld.

Juridisch kader

In deze notitie zijn, op grond van bovengenoemd ambitieniveau, aanpassingen voor de welstandsnota opgenomen. Deze aanpassingen betreffen de loketcriteria voor bouwvergunningplichtige reclame. Voor niet-bouwvergunningplichtige reclame zijn criteria opgenomen, die via de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) moeten worden nageleefd.

Reclames zijn wettelijk in verschillende beleidsregels en vergunningen gevat, die vaak voor belanghebbenden niet altijd even duidelijk zijn.

In deze notitie wordt aangegeven welke regels tot de Algemeen Plaatselijke Verordening (APV) behoren en welke bouwvergunningplichtig zijn.

deel 1 - Bebouwing, aanpassingen welstandsnota

deel 2 – Reclame: bouwvergunningplichtige reclames aanpassingen welstandsnota,

de niet bouwvergunningplichtige reclames, zoals vlaggen en los in de openbare ruimte geplaatste objecten aanpassingen APV

deel 3 - Uitstallingen en terrassen, aanpassingen APV

Beleidsnota Reclame

- Inleiding pag. 5
 - Wensen en beleid
 - Definities
 - Hoofdpzetsgewenste beeldkwaliteit
 - Algemene Plaatselijke Verordening (APV) pag. 5
- Bouwvergunningsplichtige reclame in centrumgebied 1.1 pag. 7
 - Aanpassingen gevelreclamecriteria in de welstandsnota
 - Centrumgebied 1.1
 - Algemeen
 - Gevels zonder luifel pag. 8
 - Gevels met luifel pag. 9
 - Gevels met zonneschermen, markiezen, rolluiken of rolhekken pag. 10
- Niet-bouwvergunningsplichtige reclame in centrumgebied 1.1 pag. 11
 - Overige gevelreclame
 - Reclame (los) geplaatst in de openbare ruimte
 - Tijdelijke reclame pag. 12
- Overgangsbepalingen pag. 13
- Slotbepalingen pag. 13
- Bijlagen geveltekeningen
 - Voorgevel met luifel pag. 14
 - Voorgevel met luifel en bovenwoning pag. 15
 - Voorgevel zonder luifel pag. 16
 - Voorgevel zonder luifel met bovenwoning pag. 17

Inleiding

Wensen en beleid

Het beleid is gericht op het beperken van reclamedragers in kwantiteit en formaat en op het streven naar kwaliteit. De inzet is om ten aanzien van de wijze van reclamevoering op bijzondere locaties dan wel aan / op bijzondere gebouwen een terughoudend beleid te voeren. Dit wordt middels een specifieke gebiedsgerichte benadering voor het centrumgebied 1.1 geregeld

Definities

In de regelgeving wordt gesproken over reclamedragers die uitsluitend aan commerciële activiteiten worden gekoppeld. Een onderscheid tussen commerciële en ideële reclame blijkt in de praktijk niet toepasbaar in verband met het beginsel van de vrije meningsuiting. Het strikt handhaven van een commercieel belang voor de definitie van het begrip reclame is echter te beperkend. Ook bij instellingen, die niet met een winstoogmerk in de letterlijke zin opereren bestaat de behoefte om zich met reclamedragers duidelijker te manifesteren. Daarom zullen de volgende definities worden gehanteerd:

Gevelreclame

Elke aanduiding van commerciële of niet-commerciële aard, in de vorm van een opschrift, aankondiging en of mededeling al of niet in combinatie met een bouwkundige uitbreiding of attentie-element, voor zover deze van de openbare straat in, op, aan of rondom gebouwen zichtbaar is.

Reclame in de openbare ruimte:

Elke aanduiding van commerciële of niet-commerciële aard, in de vorm van een opschrift, aankondiging en of mededeling al of niet in combinatie met een attentie object, voor zover deze in de openbare ruimte is geplaatst.

Hoofdpzets van het gewenste kwaliteitsbeeld

In grote lijnen komt het nieuwe reclamebeleid van de gemeente op het volgende neer:

- Alle reclames zijn vergunningplichtig.
- Er zijn maximaal 3 reclame-uitingen per vestiging toegestaan. Dit geldt ook voor hoekpanden waarbij plakletters gedeeltelijk worden meegeteld.
- Bij vestigingen met een grotere gevelbreedte dan 20 m zijn maximaal 5 reclame-uitingen toegestaan waarvan maximaal 1 een vlag mag zijn.
- Plaatsing van de reclame uitsluitend binnen het daarvoor bestemde vlak (zie tekening standaardvoorbeeld).
- De reclame moet afgestemd zijn op de architectuur van het gebouw en de omgeving.
- Afwijkingen worden voorgelegd aan de Welstandscommissie. Bij een positief advies wordt normalter door het college van burgemeester en wethouders dit advies overgenomen en de vergunning verleend. In bijzondere gevallen (bijvoorbeeld bij een negatief welstandsadvies) kan het college gemotiveerd afwijken van het advies van de commissie welstand en besluiten de vergunning te verlenen.

Algemene plaatselijke verordening (APV)

In de APV zijn algemeen geldende regels voor reclames opgenomen. Deze zijn alleen van toepassing op de niet-bouwvergunningplichtige reclames.

De APV vermeldt de volgende artikelen:

Artikel 4.4.2 Ontsierende, hinderlijke of gevaarlijke reclames e.d.

1. Het is verboden zonder vergunning van burgemeester en wethouders op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die vanaf de weg zichtbaar is.
2. Het verbod geldt niet voor onverlichte:
 - a. opschriften, aankondigingen of afbeeldingen in het inwendig gedeelte van een onroerende zaak, die niet kennelijk gericht zijn op zichtbaarheid vanaf de weg;
 - b. opschriften of aankondigingen op of aan onroerende zaken, daartoe aangewezen door de overheid;
 - c. opschriften of aankondigingen kleiner dan 0,50 m² en de langste zijde korter dan 1 meter die betrekking hebben op:
 - een openbare verkoping of een aanbieding ter verkoop, verhuur of verpachting van een onroerende zaak, zulks voor zolang zij feitelijke betekenis hebben;
 - het beroep, de dienst of het bedrijf dat in of op de onroerende zaak wordt uitgeoefend of waarvoor die zaak is bestemd;
 - d. opschriften die betrekking hebben op de naam of aard van in uitvoering zijnde bouwwerken of op de namen van degenen die bij het ontwerp of de uitvoering van het bouwwerk betrokken zijn, mits deze opschriften zijn aangebracht op borden bij of op de in uitvoering zijnde bouwwerken zelf, zulks voor zolang zij feitelijke betekenis hebben;
 - e. opschriften of aankondigingen op of aan onroerende zaken dienstbaar aan het openbaar vervoer, indien deze zijn aangebracht ten dienste van dat vervoer.
3. Het verbod in het eerste lid geldt niet voor opschriften of aankondigingen van kennelijk tijdelijke aard, voor zolang zij feitelijke betekenis hebben, mits:
 - a. van het aanbrengen ervan tevoren schriftelijk kennisgeving is gedaan aan burgemeester en wethouders;
 - b. burgemeester en wethouders niet binnen twee weken na ontvangst van die kennisgeving van enig bezwaar heeft doen blijken;
 - c. deze opschriften of aankondigingen niet langer dan negen weken op de onroerende zaak aanwezig zijn.
4. Het is verboden door een opschrift, aankondiging of afbeelding als bedoeld in het tweede en derde lid de veiligheid van het verkeer in gevaar te brengen of ernstige hinder voor de omgeving te veroorzaken.
5. Een vergunning als bedoeld in het eerste lid kan worden geweigerd:
 - a. indien de handelsreclame, hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand;
 - b. in het belang van de verkeersveiligheid;
 - c. in het belang van de voorkoming of beperking van overlast voor gebruikers van een in de nabijheid gelegen onroerende zaak.
6. Het verbod in het eerste lid geldt niet voor zover in het daarin geregelde onderwerp wordt voorzien door de Provinciale landschapsverordening, de Woningwet of de Wet milieubeheer.

Artikel 5.1.6 Parkeren van reclamevoertuigen

1. Het is verboden een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame, op de weg te parkeren met het kennelijk doel om daarmee handelsreclame te maken.
2. Burgemeester en wethouders kunnen van het in het eerste lid gestelde verbod ontheffing verlenen.

Bouwvergunningplichtige reclame centrumgebied 1.1

Aanpassing gevelreclamecriteria in de welstandsnota

De reclamecriteria zijn allemaal via de loketcriteria in de welstandsnota geregeld. In deze loketcriteria wordt een gebiedsgericht onderscheid gemaakt voor reclame in woongebieden (A1), winkelgebieden (A2), bedrijventerreinen (A3) en parken, sportterreinen en landelijk gebied (A4).

In deze notitie zijn de loketcriteria voor winkelgebieden opgesplitst in A2.1 en A2.2, omdat de criteria voor Binnenweg / Raadhuisstraat strenger zijn geworden dan die voor de overige winkelgebieden.

- *A2.1 Centrumgebied 1.1*
met specifieke reclamecriteria voor het centrumgebied
- *A2.2 Overige winkelgebieden.*
met algemeen geldende reclamecriteria voor winkelgebieden

A2.1 Centrumgebied 1.1

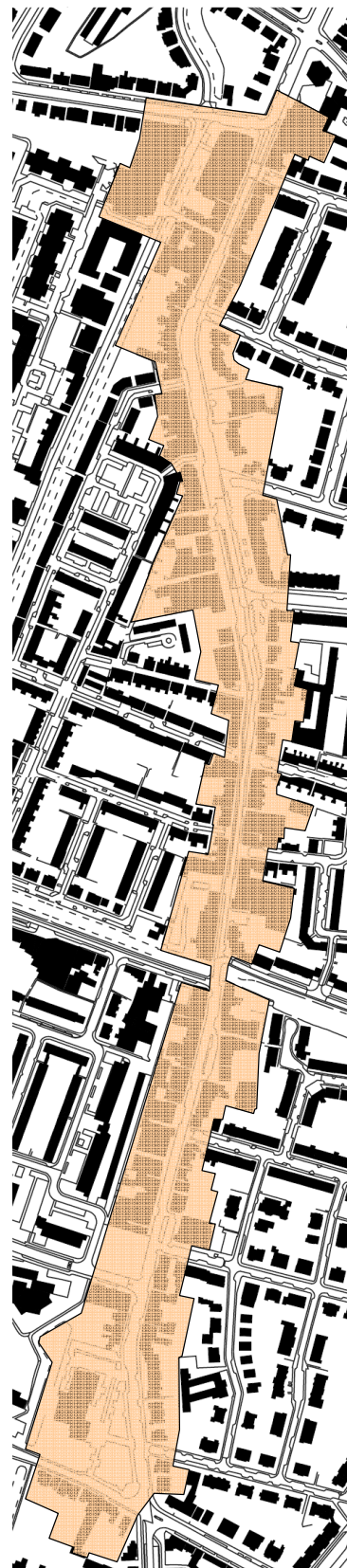
Algemeen

Algemene toelaatbaarheid

- Per bedrijf/winkel/vestiging zijn in totaal maximaal 3 zichtbare reclame-uitingen in, aan of rondom het pand toegestaan.
- Bij vestigingen met een grotere gevelbreedte dan 20 m zijn maximaal 5 reclame-uitingen toegestaan waarvan maximaal 1 een vlag mag zijn.
- Gevelreclame is uitsluitend toegestaan bij panden die geen woonfunctie hebben, mits zorgvuldig ontworpen, ondergeschikt aan het historisch beeld, passend in het dorps karakter en in overeenstemming met de onderstaande specifieke criteria voor reclame.
- Reclame-uitingen voor diensten of producten, die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht, zijn niet toegestaan.
- Reclame die zorgvuldig is ontworpen, die zich onderscheidt door een hoogwaardige beeldkwaliteit en die een positieve bijdrage levert aan de openbare ruimte en aan het dorpskarakter van het centrumgebied, maar die niet voldoet aan de reclamecriteria wordt aan de welstandscommissie ter advisering voorgelegd.
- Reclame moet passend in de structuur van de gevel / winkelpui zijn ontworpen.

Positionering

- Reclames aan gevels dienen beperkt te blijven tot de eerste bouwlaag en mogen niet hoger aangebracht worden dan de 0,30 m onder de onderzijde van de onderste raamdorpels van de eerste verdieping met een maximum van



3,50 m boven het maaiveld. (zie schema-tekeningen).

- Reclame mag zich niet uitstrekken tot aan het maaiveldniveau, maar dient daar minimaal 0,30 m boven te blijven (zie schema-tekeningen).
- Plaatsing op of tegen een gevelvlak boven luifels, zonwering of markiezen is niet toegestaan.
- Reclames dienen aangebracht te worden op eventueel in de gevel aanwezig reclamevelden en/of koofborden.
- Reclame aan of tegen grotendeels blinde zijgevels is niet toegestaan, tenzij er sprake is van een hoekpand met twee winkelpuien. Er mag dan aan de ene zijde zowel een gevelreclame evenwijdig als een loodrecht op de gevel worden geplaatst (volgens de hieronder beschreven regels). Aan de andere zijde zal echter gekozen moeten worden tussen een reclame-uiting evenwijdig aan de gevel of een reclame-uiting loodrecht op de gevel.
- De gevelreclame aan de zijgevel moet in hoogte gerelateerd worden aan die op de voorgevel.
- De vrije loophoogte onder een reclame-uiting bedraagt minimaal 2,20 m (zie schema-tekeningen).

Uitvoering

- Reclame dient een eigen kwaliteit te hebben, waarbij gelet wordt op de vormgeving, maatvoering, typografie, kleurstelling, lay-out, materiaalgebruik en wijze van plaatsing of bevestiging.
- Vanuit een oogpunt van stedelijk schoon is bescherming van bijzondere objecten gewenst. Reclame op een monument moet ondergeschikt zijn aan de architectuur van dit monument en reclame op een pand naast een monument mag de architectuur van dat monument ook niet verstoren.
- Daglichtreflecterende reclame is niet toegestaan.
- Reclame-uitingen mogen niet bestaan uit mechanisch bewegende delen.
- Lichtcouranten, beeldschermen of lichtreclame, naar de openbare ruimte gericht, met veranderlijk of intermitterend licht zijn niet toegestaan.
- Het aanlichten van reclame-uitingen of pand is niet toegestaan, een uitzondering kan gemaakt worden voor het aanlichten van een uithangschild. (e.e.a. ter beoordeling van de commissie welstand)
- Het projecteren van lichtbeelden op panden is niet toegestaan.
- Neon lichtlijnen of lichtstrengen om een reclameobject of de contouren van een gebouw te accentueren zijn niet toegestaan.
- Lichtbakken (geen neon) zijn slechts toegestaan onder luifels (maximaal 2) en 1 maximaal 0,75 x 0,75 m loodrecht op de gevel. (zie schema-tekeningen).
- Bij nieuwbouw en verbouwing van bestaande panden dienen de elektrische leidingen ten behoeve van de reclame-uitingen onzichtbaar te worden aangebracht, of opgenomen te worden in een koker, die geschilderd dient te zijn in de kleur van het achterliggend gevelvlak.
- Verticale reclameteksten zijn niet toegestaan.
- Driehoekige reclame-uitingen haaks op de gevel zijn niet toegestaan.

Gevels zonder luifel

Vorm, positie en maatvoering

- Eén enkelzijdige reclame-uiting evenwijdig aan de gevel is per pui mogelijk met een maximum van twee per gebruiker, waarbij het totaal van combinatie van letters en eventueel logo maximaal 0,40 m hoog is en niet breder is dan 60 % van de pui breedte met een maximum van 3,00 m. Het geheel, inclusief bevestigingsconstructie, mag maximaal 0,15 m buiten het gevelvlak steken.
- De reclame-uiting mag het gevelvlak niet in een onder- en een bovenkant verdelen (zie schema-tekeningen).

- Bij reclame tegen gevels heeft de vorm van losse open letters de voorkeur. Deze losse open letters mogen van binnenuit verlicht zijn (geen uitwendige neon).
- Twee- of meerregelige teksten zijn niet toegestaan.
- De oppervlaktematens van losse open letters in combinatie met een logo worden buitenwerks gemeten (zie schema-tekening).
- Lichtbakken evenwijdig aan een gevel zijn vanuit het oogpunt van beeldkwaliteit niet toegestaan. Uitzondering is mogelijk voor lichtbakken tegen gevels die de uitstraling van losse letters hebben waarbij de kleur van de bak neutraal en geen reclamekleur is.
- Deze reclames worden altijd voor advies voorgelegd aan de welstandscommissie Heemstede.
- Eén dubbelzijdige reclame-uiting haaks (loodrecht) op de gevel is toegestaan, waarbij de hoogte van de bovenkant maximaal 0,30 m onder de raamdorpel van de bovengelegen verdieping moet blijven en de afmeting maximaal 0,75 x 0,75 x 0,20 m (hxbxd) bedraagt (zie schema-tekening).
- Driedimensionale figuratieve reclameobjecten zijn slechts toegestaan aan een gevel in een breedte van 60 % van de onderliggende puibreedte met een maximum van 2,50 m en met een diepte en hoogte van maximaal 0,75 m.



wijze van meten

Gevels met luifel

Vorm, positie en maatvoering

- Reclame haaks op of op de kopse kant van een luifel is niet toegestaan.
- Reclame boven op luifels is slechts mogelijk in de vorm van losse open letters in één enkele regel. De onderzijde van de reclame dient 0,10m boven de luifel geplaatst te zijn.
- Bij reclame tegen luifels heeft de vorm van losse open letters de voorkeur.
- Twee- of meerregelige teksten zijn niet toegestaan.
- De losse open letters kunnen worden geplaatst tegen of op de luifel of uitgefreesd in het materiaal waaruit de luifel is samengesteld. De letters inclusief een eventueel logo zijn maximaal 0,40 m hoog. Het totaal van combinatie van letters en eventueel logo mag niet breder zijn dan 60 % van de luifelbreedte met een maximum van 3,00 m.
- De oppervlaktematens van losse open letters inclusief en eventueel logo worden buitenwerks gemeten (zie schema-tekening).
- De losse letters mogen niet boven of onder de luifel uitsteken.
- Indien gekozen wordt voor een reclameplaat over de volle breedte tegen een luifel, dan mag de combinatie van letters en eventueel logo maximaal 60 % van de luifelbreedte bedragen met een maximum van 3,00 m. Een felle contrasterende kleur van de reclameplaat of ondergrond maakt onderdeel uit van de reclame-uiting en is ook gehouden aan de eis van 60 % van de luifelbreedte.
- Het geheel, inclusief bevestigingsconstructie mag maximaal 0,15 m buiten de luifel uitsteken.
- Onder een luifel zijn per vestiging 2 lichtbakken, loodrecht op de gevel aangebracht, toegestaan van maximaal 0,25 x 0,25 x 1,00 m (hxbxd). Deze lichtbakken mogen niet buiten de luifel uitsteken.

- Driedimensionale figuratieve reclameobjecten zijn slechts toegestaan op de luifel en in een breedte van 60 % van de onderliggende puibreedte met een maximum van 2,50 m en met een diepte en hoogte van maximaal 0,75 m.

Gevels met zonneschermen, markiezen, rolluiken of rolhekken

Vorm, positie en maatvoering

- Reclame-uitingen op zonneschermen, markiezen, rolluiken of rolhekken, anders dan één eigen naamsvoering is niet toegestaan.
- De maximale hoogte van de naamsaanduiding op rolluiken of rolhekken is 0,40 m en de breedte van de combinatie aan letters is maximaal 60 % van de reclamedrager met een maximum van 3,00 m.
- Op zonneschermen en markiezen is de naamsaanduiding slechts toegestaan op de volant of onderste segment van de markies met een maximumoppervlak van 20 % van de drager met een maximum van 1,20 m².
- De oppervlaktematens van de letters worden buitenwerks gemeten (zie schema-tekening).
- De naamsaanduiding moet uitgevoerd zijn in een éénkleurige (losse-)letteropdruk.

Niet-bouwvergunningplichtige reclame centrumgebied 1.1

Overige gevelreclame

Vlaggen, wimpels, vaandels, spandoeken en banieren

- Één vlag per vestiging is toegestaan en telt mee als 1 reclame-uiting in het totaal van 3 toegestane reclame-uitingen per vestiging.
- Wimpels, vaandels spandoeken en banieren zijn niet toegestaan.

Plakfolie en/ of belettering op ruiten

- Het geheel blinderen van gevelpuien is niet toegestaan.
- Maximaal 30 % van het glasoppervlak van de ramen mag bedekt zijn.
- Bij de bepaling van het aantal reclame-uitingen telt plakfolie of belettering op de ruiten slechts voor 1/3 mee (3 stuks = 1 reclame-uiting).
- Mag uitsluitend aangebracht zijn aan de binnenkant van de ramen op de begane grond.
- Mag uitsluitend uitgevoerd zijn als losse éénregelige plakbelettering van maximaal 0,40 m hoog en/of semi-transparante plakfolie.

Reclame (los) geplaatst in de openbare ruimte (zie ook loketcriteria welstandsnota)

De openbare ruimte biedt ruimte voor reclame-uitingen. Het gaat bijvoorbeeld om billboards, lichtmastborden, driehoeks- en sandwichborden enabri's.

Het beleid is erop gericht om de kwaliteit van de openbare ruimte te versterken en deze reclame-uitingen tot een minimum te beperken. In de welstandsnota zijn loketcriteria opgenomen voor reclame in de openbare ruimte en voor tijdelijke reclame.

Voor centrumgebied1.1 zijn deze uitgebreid en nader omschreven:

Algemeen

Geen enkele vorm is toegestaan van:

- Lichtmastreclame
- Lichtkranten
- Dotterborden
- Abri's
- Mupi's
- Billboards
- Driehoeksborden
- Sandwichborden
- Stoepborden
- Losse reclameondersteunende attentie objecten (bijvoorbeeld een ijshoorn, een moorkop)
- Reclame op (openbare) objecten als afvalbakken, schakelkasten en haltepalen.
- Van reclame voorziene voertuigen, (bak)fietsen etc. en overige door burgemeester en wethouders te bepalen objecten.

Reclame op terrasafscheidingsen

- Zie ook regeling terrassen.
- Bij het bepalen van het aantal reclame-uitingen telt de reclame bij terrassen niet mee.
- Geplaatst op het niet-transparante deel van het terrasschot.
- Bestaat uit de naam, beeldmerk of logo van het bedrijf of product dat in het horecabedrijf wordt verkocht.
- Maximaal toegestaan oppervlak 10 % van het niet-transparante deel met een maximale hoogte van 0,20 m.

Tijdelijke reclame

Definitie

- Onder tijdelijke reclame wordt verstaan: borden, vlaggen, wimpels of stijger- en spandoeken waarop reclame wordt gemaakt voor een bepaald (commercieel) evenement, opening van een bedrijf, verhuur of verkoop van onroerend goed of een bouwproject.

Voorwaarden

- Voor evenementen binnen de gemeente is het toegestaan op door de gemeente aan te wijzen locaties in het centrumgebied 1.1 tijdelijke reclame-uitingen te plaatsen gedurende een door de gemeente te bepalen periode.
- Voor evenementen van buiten de gemeente is het niet toegestaan reclame-uitingen in het centrumgebied 1.1 te plaatsen.
- De tijdelijke reclame-uitingen dienen onmiddellijk na afloop van het desbetreffende evenement te worden verwijderd.
- Tijdelijke reclame-uitingen die geheel of hoofdzakelijk gericht zijn op het maken van handelsreclame zijn niet toegestaan.
- Tijdelijke reclame-uitingen mogen niet zodanig worden aangebracht dat zij het verkeer hinderen of in gevaar brengen.
- Tijdelijke reclame-uitingen mogen niet binnen een afstand van 10 m van kruispunten worden geplaatst.
- Tijdelijke reclame-uitingen mogen uitsluitend geplaatst worden binnen de rand van het trottoir.
- Op het trottoir dient een doorgang van minimaal 2,50 m vrijgehouden te worden ten behoeve van voetganger en rolstoelgebruikers.
- Spandoeken minimaal 4,50 m boven de rijweg.

Borden of (span)doeken voor tijdelijke evenementen

- Tijdelijke gevelreclame ten behoeve van uitverkoopacties (faillissement, leegverkoop, verhuizing e.d.) is toegestaan, indien geplaatst aan de binnenzijde van de etalageruiten van de vestiging. Deze tijdelijke gevelreclame-uitingen mogen maximaal 9 weken achtereen worden geplaatst.
- Tijdelijke reclame-uitingen betrekking hebbende op openbare verkoping, aanbieding ter verkoop, verhuur of verpachting van een onroerende zaak, voor zo ver zij feitelijk betekenis hebben zijn toegestaan indien deze reclame-uitingen geen groter oppervlak hebben dan 0,50 m² en geen van allen een grotere afmeting in één richting hebben dan 1,00m en indien deze reclame-uitingen zijn aangebracht op of aan de betreffende onroerende zaak.

Steigerdoeken met reclame

- Zijn niet toegestaan in centrumgebied 1.1.

Bouw- en projectborden

- Maximaal 1 projectreclame per project mag worden aangebracht.
- De reclame-uiting heeft een rechthoekig formaat met een maximaal oppervlak van 6,00 m².
- De reclame-uiting is achter de (bouw-)hekken geplaatst.
- De reclame dient 2 maanden na de eerste oplevering, dan wel zodra het project is verkocht of verhuurd, te zijn verwijderd.

Verrijdbare reclame

- Verrijdbare reclame betreft reclamevoertuigen en/of reclameborden of -voorwerpen die geplaatst zijn op een aanhanger of voorzien zijn van een dusdanige constructie dat de borden gemakkelijk verplaatsbaar zijn.
- Verrijdbare reclame is niet toegestaan.

