

7

datum vergadering

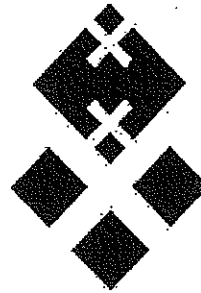
29-01-2008

D.I.V. nummer

08.00929

naam document

Beleidsregels voor reclame en algemene regels voor
uitstallingen, plantenbakken en gevelbanken



X

Besluit Dagelijks Bestuur

betreft

beleidsregels voor reclame en algemene regels voor uitstallingen, plantenbakken en
gevelbanken

Het Dagelijks Bestuur van het stadsdeel ZuiderAmstel,

- gezien artikel 8.4 van de APV, overwegende dat het wenselijk is om met betrekking tot het criterium genoemd in artikel 8.4, lid 2 sub a, beleid vast te stellen
- gezien artikel 8.2, 8.2A, en 8.5 van de APV
- gezien het besluit van B&W d.d. 18 december 2007 waarbij de volgende categorieën voorwerpen zijn aangewezen waarvoor de vergunningplicht van artikel 8.2 van de APV niet geldt:
 - I. Winkeluitstallingen
 - II. Losstaande reclame- en mededelingsborden bij winkels, horeca- en andere bedrijven en dienstverlenende instellingen
 - III. Plantenbakken
 - IV. Gevelbanken bij particulieren
- overwegende dat wij op grond van artikel 8.2A, lid 2 zelf nadere regels kunnen stellen ten behoeve van deze categorieën voor een veilig en doelmatig gebruik van de openbare ruimte

BESLUIT:

de volgende beleidsregels voor reclame en algemene regels voor uitstallingen, plantenbakken en gevelbanken vast te stellen:



stadsdeel ZuiderAmstel



Hoofdstuk I

Algemene bepalingen bij beleidsregels voor reclame

1. Begripsomschrijvingen.

In deze beleidsregels wordt verstaan onder:

- a. afficheborden: raamwerken aan bouwwerken waarbinnen of waaraan periodiek reclame wordt aangebracht;
- b. bouwblok: een stedenbouwkundige eenheid van aanéengesloten percelen waarop bebouwing is opgericht, die een geheel of gedeeltelijk afgesloten terrein omgeven;
- c. dakreclame: verlichte of onverlichte voorwerpen aangebracht in goten of op daken van bouwwerken, beschilderingen van dakvlakken en daarmee vergelijkbare reclamevormen;
- d. exploitant: de persoon die in het Handelsregister als ondernemer van de betreffende zaak is ingeschreven;
- e. gebruiker: exploitant van het bedrijf ten behoeve waarvan reclame wordt gemaakt;
- f. lichtreclame of verlichte reclame: reclame voorzien van en/of aangelicht door een kunstlichtbron anders dan openbare verlichting;
- g. melding: de kennisgeving als bedoeld in artikel 8.4, derde lid, sub a, van de Algemene Plaatselijke Verordening, hierna te noemen APV;
- h. melder: de rechthebbende (de zakelijk of de persoonlijk gerechtigde) op een onroerende zaak die van het voornemen tot het aanbrengen van reclame kennis heeft gegeven aan het Dagelijks Bestuur zoals bedoeld in artikel 8.4, derde lid, sub a, van de APV;
- i. parcelleringseenheid: de gevelbreedte die overeenkomt met het perceel waarop het bestaande gebouw oorspronkelijk is opgericht;
- j. perceel: de afzonderlijke eenheid waaruit een bouwblok, samen met andere eenheden is opgebouwd, voorzien van een of meer huisnummers;
- k. reclame: handelsreclame, te weten het in het openbaar aanprijzen van of de aandacht vestigen op diensten, goederen activiteiten of namen, met het doel een commercieel belang te dienen.

Als reclame wordt mede beschouwd:

- een plat tegen een gevel van een bouwwerk of aan of op een luifel aangebracht verlicht of onverlicht voorwerp van een bepaalde dikte, gemeten loodrecht op de gevel of een daarmee overeenkomend samenstel van elementen;
 - logo's aan of op de gevels en/of daken;
 - een bord met onderbrekingen gebaseerd op de gevelindeling;
 - muurschilderingen;
 - reclames aangebracht onmiddellijk voor of achter ramen of deuren van een bouwwerk;
 - vlaggen, wimpels, spandoeken, winkelwaren, niet zijnde een uitstalling als bedoeld in art. 8.2 van de APV, voorwerpen of kleurvlakken, ook indien geen afbeelding en/of opschrift bevattend;
- l. Reclameadvies Commissie: de commissie van onafhankelijke deskundigen als bedoeld in artikel 8.4, vijfde lid, van de APV, daartoe door het Dagelijks Bestuur aangewezen, die beziet of de reclame ontsierend is voor het stadsbeeld of afbreuk doet aan de kwaliteit van de openbare ruimte als bedoeld in artikel 8.4, tweede lid, sub a van de APV;
 - m. reclametoestel: een voorwerp dat ertoe strekt daarop reclame aan te brengen;
 - n. supervisor Zuidas: stadsontwerper die is aangesteld door de gemeente en als taak heeft een hoogstaande stedenbouwkundige en architectonische ontwerpen in een gebied te bevorderen;



- o. terrasscherm: een vrijstaand schot dat gebruikt wordt ter fysieke afbakening van het terras;
- p. uithangbord: een loodrecht op de gevel van een bouwwerk aangebracht verlicht of onverlicht voorwerp of een daarmee overeenkomend samenstel van elementen;
- q. Commissie voor Welstand en Monumenten: commissie van onafhankelijke deskundigen die de stadsdelen en de centrale stad adviseert bij de toepassing van voorschriften omtrent welstand bij bouwvergunningen op grond van de Woningwet en Bouwverordening.

2. Toepassingsgebied.

2.1. Bij toepassing van deze beleidsregels wordt uitgegaan van het beleid dat het stadsdeelbestuur van ZuiderAmstel voor de ruimtelijke kwaliteit van de gebouwde omgeving en de openbare ruimte heeft vastgesteld en bekendgemaakt in planologische maatregelen, beleidsnota's, deelnotities, e.d., in het bijzonder bij de toepassing van het bepaalde onder artikel 6.

2.2. Deze beleidsregels hebben betrekking op zes te onderscheiden gebieden van het stadsdeel, als is aangegeven op de kaartbijlage I:

- a. het gebied, ook wel bekend als de Rivierenbuurt en begrensd door het Amstelkanaal, de Boerenwetering, Wielingenstraat, Scheldeplein, Europaplein, het hart van de Pres. Kennedylaan en de Amstel;
- b. het gebied, ook wel Amstelveenseweg genoemd, omvattende alle panden aan weerszijden van de Amstelveenseweg, met uitzondering van dat gedeelte onder c genoemd;
- c. het gebied, ook wel Zuiderhof en de jachthaven genoemd, begrensd door de westelijke grens van het Zuidas gebied, de teen van het zuidelijk talud van de A10, de westelijke grens van ZuiderAmstel, Koenen-kade, het hart van de Amstelveense weg tot aan de zuidwest punt van het Zuidas gebied;
- d. de gebieden, ook wel bekend als:
 - 1. Prinses Irenebuurt, begrensd door het Zuidelijk Amstelkanaal, het bassin, Fred. Roeskestraat, het Beatrixpark;
 - 2. De Mirandabuurt (Zuidelijke Wandelweg west), begrensd door Pres. Kennedylaan, Graafschapstraat, Soeten-dorpstraat, Zuidelijke Wandelweg, de begraafplaats Zorgvlied, de Amsteloever en de Utrechtse brug;
- e. het gebied, ook wel bekend als Buitenveldert en begrensd door de zuidelijke grens van het Zuidas gebied, Amstelveenseweg, Kalfjeslaan en de Amsteloever;
- f. het gebied bestuurlijke samenwerking Zuidas.



Hoofdstuk II

Beleidsregels voor reclame op of aan onroerende zaken (art. 8.4 APV)

3. Algemene bepalingen.

3.1. Definitie en reikwijdte beleidsregels.

In dit hoofdstuk wordt onder reclame verstaan: het aanprijzen van of de aandacht vestigen op diensten, goederen, activiteiten of namen;

Deze beleidsregels hebben slechts betrekking op het toelaatbaarheids criterium: ontsierend voor het stadsbeeld of afbreuk doen aan de kwaliteit van de openbare ruimte, als bedoeld in artikel 8.4, tweede lid, onder a van de APV. Voor zover in deze beleidsregels daarbij niet reeds is rekening gehouden, blijven de toelaatbaarheids criteria: veiligheid van het verkeer en hinder voor de omgeving, als bedoeld in artikel 8.4, tweede lid, onder b en c, van de APV onverminderd van toepassing.

3.2. Bouwvergunning

Voorzover het aanbrengen van de reclame een bouwvergunning is vereist, beschouwt het dagelijks bestuur de melding als een aanvraag om vergunning als bedoeld in artikel 40 lid 1 van de Woningwet, onverminderd de daarvoor geldende indieningsvereisten.

3.3. De melding.

1. Een melding als bedoeld in artikel 8.4, derde lid van de APV, moet worden gedaan met gebruikmaking van de door of namens het dagelijks bestuur vastgestelde en beschikbaar gestelde formulieren.
2. De melding moet inhouden:
 - a. tekeningen, in een door het dagelijks bestuur vastgesteld aantal, waaruit blijkt:
 - het gevel- en /of dakaanzicht, de uiting daarop van de reclame en de nodige maatvoering;
 - de maten van het reclametoestel;
 - b. detailtekeningen, materiaal- en kleurmonsters die verband houden met het uiterlijk van het reclametoestel, tenzij het stadsdeel aangeeft dat het overleggen daarvan achterwege kan blijven;
 - c. gegevens over de wijze van verlichting;
 - d. tekeningen en/of foto's van de straatwand en/of de omgeving, inclusief de in de nabijheid gelegen bouwwerken, voorzover nodig ter beoordeling van het uiterlijk van de reclame in verband met de omgeving; een situatietekening van het gebouw waarop de reclame-uiting wordt aangebracht of van het terrein waarop de reclame wordt geplaatst, gebaseerd op door of namens het dagelijks bestuur aangegeven kaartmateriaal;
 - e. een aanduiding van de bestemmingen van het bouwwerk (gebouw) waarop de reclame-uiting wordt aangebracht, zonodig per bouwlaag aangegeven;
 - f. de naam en het correspondentieadres in Nederland van de:
 - melder en, indien een gemachtigde is aangewezen, diens naam en adres in Nederland;



- eigenaar van het bouwwerk waaraan of van de gronden waarop de reclame wordt aangebracht;
 - gebruiker van het bouwwerk waaraan of van de gronden waarop de reclame wordt aangebracht;
- g. indien van toepassing, een door of namens het dagelijks bestuur gewaarmerkte kopie van de aanvraag om een monumentenvergunning. Bij het ontbreken daarvan kan de melding tevens worden beschouwd als een aanvraag om monumentenvergunning, onverminderd de toepasselijke bepalingen omtrent de wijze van inrichting en indiening van een aanvraag om monumentenvergunning als bedoeld in artikel 11 van de Monumentenwet 1988, dan wel in de Monumentenverordening ZuiderAmstel;
- h. een kopie van de beschikking op de aanvraag om monumentenvergunning indien deze beschikking reeds is genomen.

3.4 De ontvankelijkheid.

Bij het niet voldoen aan de onder artikel 3.3 gestelde eisen kan het dagelijks bestuur besluiten de melding niet in behandeling te nemen, tenzij de melder van de gelegenheid gebruik maakt om binnen twee weken de gegevens en bescheiden overeenkomstig de gestelde eisen te verbeteren of aan te vullen. Bij wijziging van de gegevens en de bescheiden wordt de melding aangemerkt als een nieuwe melding met een nieuwe beslistermijn van vijf weken.

3.5 De beoordeling.

1. Het dagelijks bestuur kan, bij de beoordeling van de toelaatbaarheid van reclames als bedoeld in het tweede lid onder a van artikel 8.4 van de APV het aanvragen van het advies aan de Reclameadvies Commissie achterwege laten:
 - a. bij toepassing van het bepaalde onder artikel 5 lid 1, sub a, b, c van deze beleidsregels (tijdelijke reclame);
 - b. indien deze beleidsregels naar zijn oordeel op afdoende wijze in het geval voorzien.
2. Indien advies wordt gevraagd wordt aan de Reclame Adviescommissie voor reclameuitingen in de Zuidas, zal eerst de supervisor om een advies worden gevraagd. Voor het advies van de supervisor geldt een termijn van 3 weken.
3. Bij toepassing van deze beleidsregels wordt in het bijzonder uitgegaan van het beleid zoals het stadsdeelbestuur dat ten aanzien van de visuele kwaliteit van de gebouwde omgeving en de openbare ruimte heeft vastgesteld in de Welstandsnota ZuiderAmstel 2004. Daarbij wordt, voor wat betreft de grondslag van hierna weer te geven specifieke criteria met betrekking tot aantal, omvang, het type, de kleuren en belettering van de reclames verwezen naar de gebieds- en stijl-beschrijvingen van die nota. Ook bij aanpassing van de reclame aan het ter plaatse aanwezige karakteristieke gevelbeeld zal worden uitgegaan van de gebieds- en stijlgerichte beschrijvingen en beleidsregels voor welstand als omschreven in die nota.



4. Toetsingscriteria

4.1. Niet toelaatbare reclame.

Door of namens het dagelijks bestuur zal als niet toelaatbare reclame in elk geval worden aangemerkt:

- a. reclame op open erven, in tuinen en op of tegen afscheidingen daarvan, anders dan bedoeld in artikel 5;
- b. reclame die ten dienste is van een niet op het betreffende perceel gevestigd bedrijf, instelling, dienst, e.d.;
- c. reclame op steigers, steigerdoeken en hulpconstructies van bouw- en renovatiewerkzaamheden anders dan bedoeld in artikel 5;
- d. reclame op of aan bouwlagen hoger dan de bovenkant van de eerste verdiepingsvloer van een gebouw(gedeelte) met een woonbestemming c.q. bedrijfsbestemming zonder publieksfunctie;
- e. reclame op ramen van een gebouw(gedeelte) met een niet-woonbestemming boven de eerste verdiepingsvloer indien meer dan 10 % van het raamoppervlak daarmee wordt bedekt;
- f. reclame die door kunstlicht wordt aangelicht op zodanige wijze dat de hulpconstructie voor dat kunstlicht ontsierend is voor het stadsbeeld;
- g. reclame die qua materiaalgebruik, detaillering en/of kleurstelling de harmonie van de gebouwarchitectuur ontsiert of afbreuk doet aan de kwaliteit van de openbare ruimte;
- h. reclame waarvan het toestel door de wijze van constructie in relatie tot de aan te brengen reclame te ver uit het gevelvlak steekt;
- i. reclame waarvan de draagconstructie, de bevestiging alsmede eventuele toevoer-leidingen in onvoldoende mate aan het oog zijn onttrokken;
- j. reclame waarvan de opschriften en/of afbeeldingen niet voldoen aan de eis van goed grafisch werk of aanstootgevend zijn;
- k. uithangborden die zijn of worden aangebracht op plaatsen waar het uitzicht op de openbare ruimte vanuit de woningen in belangrijke mate wordt beperkt of geheel belemmerd;
- l. bewegende reclame, lichtcouranten en lichtreclames met veranderlijke of intermitterend licht, lichtkabels daaronder begrepen;
- m. reclame door middel van daglichtreflecterende materialen;
- n. dakreclame.

4.2. Aanvullende bepalingen.

4.2.1. Reclame plat op de gevel (Rivierenbuurt en Amstelveenseweg)

Onverminderd artikel 4.1 is voor de gebieden genoemd onder artikel 2.2, sub a en b, reclame plat op de gevel slechts toelaatbaar indien sprake is van: -

- a. een schijnbaar ononderbroken lijn van reclame-uitingen met mogelijke onderbrekingen die zijn gebaseerd op de differentiatie in gevelindeling en parcelleringen;
- b. plaatsing van de gehele reclame onder de bovenzijde van de vloer van de eerste verdieping maar niet hoger dan 5 meter boven het peil van de straat;
- c. een maximale dikte van 0,20 meter;
- d. behoud en/of herstel van de oorspronkelijke versieringen in het gevelmetselwerk, behoud van het natuursteen of anderszins waardevolle elementen alsmede het herstel van de zichtbaarheid van die elementen en versieringen;

7



- e. een zodanige beperking van de breedte van de reclame dat de zijpenanten in de gevel worden vrijgelaten en geen afbreuk wordt gedaan aan de bestaande geveldifferentiatie en parcellering;
- f. maximaal één bord per parcelleringseenheid.

4.2.2. Gebied bestuurlijke samenwerking Zuidas.

1. In afwijking van artikel 4.1 sub d is in het gebied genoemd onder artikel 2.2, sub f, het aanbrengen van reclame en borden toelaatbaar mits de reclame-uiting een ingetogen chique uitstraling heeft:

- a. op gebouwdelen in de plint (aansluitend straatpeil tot 10.00 meter hoogte) die bestemd zijn voor voorzieningen;
- b. op gebouwdelen op het niveau van de sokkel (tussen 10.00 meter en 30.00 meter hoogte boven aansluitend straatpeil) voor uitsluitend naamsaanduidingen, die niet de vorm en opzet van reclame aannemen en niet de maximale toegestane hoogtemaat van 1.20 meter overschrijden;
- c. op gebouwdelen op het niveau van de toren (tussen 30.00 meter boven aansluitend straatpeil en het dak) voor logo's en daarmee gelijk te stellen aanduidingen die de maximale hoogtemaat van 2.40 meter niet overschrijden;

2. Onverminderd artikel 4.1, sub f, is het aanlichten van reclame-uitingen toelaatbaar mits de lichtsterkte van 740 lumen/m niet wordt overschreden.

4.2.3. Uithangborden.

Onverminderd artikel 4.1 is reclame op uithangborden slechts toelaatbaar indien sprake is van:

- een uitsteekmaat buiten en loodrecht op het gevelvlak van ten hoogste 1,00 meter;
- een maximale hoogte van 1,00 meter;
- een maximale dikte van 0,20 meter;
- plaatsing van de gehele reclame onder de bovenzijde van de eerste verdiepingvloer maar niet hoger dan 5,00 meter boven het peil;
- plaatsing van de gehele reclame niet lager dan 2,20 meter boven het peil van de straat;
- één bord per perceel, indien een gebruiker meerdere percelen heeft geldt een maximum van twee per gebruiker.

4.2.4. Reclame op of aan luifels of balkons op de eerste verdieping

Onverminderd artikel 4.1 is reclame op of aan luifels of onder balkons toelaatbaar, indien wordt voldaan aan de volgende bepalingen:

- a. bij plaatsing op luifels dient de reclame niet boven de bovenzijde van de eerste verdieping- of galerijvloer uit te komen, en aan de bovenzijde te worden begrensd door een denkbeeldige ononderbroken lijn op maximaal 0,40 meter boven de bovenrand van de luifel;
- b. bij plaatsing aan de voorzijde van luifels dient de reclame zich te voegen naar de constructie en de architectuur van de luifel en zodanig geplaatst te worden dat zowel b. aan de bovenzijde als aan de onderzijde deze wordt begrensd door de dikte van de luifel ter plaatse van de reclame;
- c. bij plaatsing van de reclame onder luifels of balkons dient deze een zodanige hoogte te hebben dat de bovenzijde gelijk is aan de onderzijde van de luifel of het balkon en dat de onderzijde van de reclame niet lager reikt dan de maat als genoemd in artikel 2.5.7 onder d 2, van de bouwverordening.



4.2.5. Naamborden, niet verlichte opschriften, aankondigingen.

Onverminderd artikel 4.1 zijn afwijkingen toelaatbaar voor:

- a. niet-verlichte opschriften, aankondigingen en afbeeldingen aan de binnenzijde van
zich in de gevel bevindende ramen en deuren van bedrijfsruimten mits deze niet zijn geplaatst onmiddellijk op deuren en ramen en mits zij het doorzicht naar de achterliggende bedrijfsruimten met niet meer dan 50% belemmeren;
- b. niet-verlichte opschriften, aankondigingen en afbeeldingen betrekking hebbende op het beroep, bedrijf of de dienst dat c.q. die in of op het bouwwerk wordt uitgeoefend of waarvoor dat bouwwerk is bestemd en voorts op naamborden mits deze opschriften, aankondigingen en naamborden gezamenlijk geen groter oppervlakte hebben dan 0,16 m²;
- c. niet-verlichte opschriften, aankondigingen en afbeeldingen betrekking hebbende op de naam en/of de aard van in uitvoering zijnde bouwwerken en/of op de namen van degenen die bij het ontwerp en/of de uitvoering van het bouwwerk zijn betrokken, mits deze opschriften zijn aangebracht op borden bij of op de in uitvoering zijnde bouwwerken zelf en voor zolang zij feitelijke betekenis hebben.

5. Tijdelijke reclame.

1. Ten behoeve van tijdelijke reclames kan worden afgeweken van artikel 4.2.1 en 4.2.2 voor zolang ze feitelijke betekenis hebben en indien ze betrekking hebben op:

- a. niet verlichte opschriften en aankondigingen plat tegen de gevel, betrekking hebbende op verkoop, verpachting of verhuur van onroerende zaken;
- b. niet verlichte opschriften en aankondigingen plat tegen de gevel, betrekking hebbende op gehele of gedeeltelijke als zodanig herkenbare uitverkoop;
- c. niet verlichte opschriften en aankondigingen op afficheborden van maximaal 1,3 m² en op dundoeken plat tegen de gevel, betrekking hebbende op sociaal-culturele voorstellingen, sportevenementen van meer dan beperkte omvang en betekenis en belangrijke maatschappelijke activiteiten die algemene doelstellingen nastreven;
- d. reclame op uit bouwveiligheidsoverwegingen verplichte steigerdoeken op steigers en andere hulpconstructies voor bouw- of renovatiewerkzaamheden. Het aanbrengen van bedoelde reclame kan uitsluitend tot stand komen door een overeenkomst met eigenaar, aanbieder en stadsdeel nadat het dagelijks bestuur de Reclameadvies Commissie om advies heeft gevraagd. In geval van reclameuitingen in de Zuidas wordt eerst de supervisor om advies gevraagd alvorens de Reclameadviescommissie.

2. Tijdelijke reclame als bedoeld in sub b. van dit artikel wordt toelaatbaar geacht voor de duur van maximaal negen weken en niet opnieuw toegestaan binnen negen weken na afloop daarvan.

6. Specifieke bepalingen naar de functie van het gebouw.

- 1. Ten dienste van vrijstaande hotels, theaters, musea en overige vrijstaande gebouwen met sociaal- culturele functies, kan reclame op die gebouwen als toelaatbaar worden beschouwd op maximaal drie reclametoestellen, ook als



deze reclame hoger dan 5 meter boven het peil van de straat is aangebracht. Voorwaarde is dat de reclame niet belemmerend is voor daglicht-toetreding en uitzicht vanuit naastgelegen gebouwen.

2. Ten dienste van gebruikers van gebouwen als bedoeld in lid 1 van dit artikel, is een naambord toelaatbaar op een onverlicht bord van geringe dikte, ten behoeve van beroep, dienst of bedrijf, met een maximale oppervlakte van 0,16 m² per gebruiker en – bij twee of meer andere gebruikers dan de hoofdgebruiker – met een gezamenlijke maximale oppervlakte van 0,75 m² per gebouw. Dit bord moet of deze borden moeten zijn geplaatst naast of boven de ingang van dat gebouw, de bovenzijde van een bord mag niet hoger zijn aangebracht dan de bovenzijde van de eerste verdiepingvloer van het gebouw en niet hoger reiken dan 5,0 meter boven het peil van de straat.
3. Voor de onder artikel 2.2 sub c tot en met sub e genoemde gebieden is, ten dienste van gebruikers van een woongebouw met bedrijfsbestemming op de eerste twee bouwlagen, reclame op dat gebouw toelaatbaar op een onverlicht bord van geringe dikte, ten behoeve van beroep, dienst of bedrijf, met een maximale oppervlakte van 0,65 m² per gebruiker en per gevel. Dit bord moet of deze borden moeten zijn geplaatst aan de gevel of gevels die de begrenzing vormt respectievelijk vormen van de betreffende gebruikruimte en niet hoger reiken dan de onderkant van de 2e verdiepingvloer.
4. Het dagelijks bestuur kan slechts verklaren dat reclames als bedoeld in dit artikel niet ontsierend zijn voor het stadsbeeld of afbreuk doen aan de kwaliteit van de openbare ruimte indien zij passen in het beleid als vastgelegd in de Welstandsnota ZuiderAmstel 2004 en daarover zo nodig advies is gevraagd aan de Reclameadvies Commissie.

7. Bijzondere bepalingen

1. Alvorens het dagelijks bestuur op de aanvraag beschikt, kan advies ingewonnen worden van de gemeentepolitie.
2. Indien de omstandigheden daartoe aanleiding geven kan tevens advies van andere diensten en/of instellingen worden ingewonnen.

8. Doelmatigheidsbepaling

Van deze beleidsregels kan, gehoord de Reclameadvies Commissie worden afgeweken wanneer strikte toepassing daarvan in het belang van het stadsbeeld of de kwaliteit van de openbare ruimte niet kan worden gerechtvaardigd.

9. Reclameadvies Commissie

Als Reclameadvies Commissie fungeert de Commissie voor Welstand en Monumenten als bedoeld in artikel 1 lid 1 sub r Woningwet.



Hoofdstuk III

Algemene regels voor winkeluitstallingen, plantenbakken en gevelbanken

1. Algemene regels voor winkeluitstallingen

1. Onder een winkeluitstalling wordt verstaan:
 - 1.1 voorwerpen en stoffen die behoren tot het reguliere assortiment van een winkel ¹
 - 1.2 uitstallingsmaterialen ¹
 - 1.3 kleine apparaten zoals een vrieskist, een kippengrill en een speeltoestel voor kinderen ²
 - 1.4 reclame- of prijsaanduidingsborden ten behoeve van de verkoop van het winkelassortiment met een maximaal vloeroppervlak van 1 m² en een maximale hoogte van 1m. ³
2. De ondernemer mag een uitstalling uitsluitend voor de eigen winkelgevel plaatsen en alleen zodanig dat:
 - 2.1 de uitstalling onmiddellijk tegen de gevel is geplaatst
 - 2.2 de toegang tot naast- en bovenliggende woningen, instellingen en bedrijven te allen tijde wordt vrijgehouden
 - 2.3 een afstand van tenminste 2 meter wordt vrijgehouden tot:
 - objecten zoals onder- en bovengrondse brandkranen, elektriciteitsvoorzieningen e.d.
 - de hoek van de straat, gemeten langs de gevel
 - bomen en groenvoorzieningen
 - 2.4 een doorrijdbreedte en -hoogte van tenminste 3,50 meter respectievelijk 4,20 meter overblijft voor ambulances en voertuigen van politie en brandweer.
- 3.1 Uitstallingen worden niet toegelaten op voetpaden met een breedte van minder dan 2 meter en in straten, waar zich, voor het uitstallen van goederen te druk voetgangersverkeer pleegt te bewegen.
- 3.2 De uit te stallen goederen en de daarbij behorende objecten mogen uitsluitend worden geplaatst in de op bijlage II als A aangegeven zone op / boven voetpaden.
- 3.3 De diepte van de uitstalling mag maximaal 2.00 meter bedragen. De uitstallingen bij de winkelstrip Rooswijk (Buitenveldertselaan) mag slechts een diepte van maximaal 1.00 meter hebben.
- 3.4 De totale afmeting van de uit te stallen goederen en de daarbij behorende objecten in lengterichting gemeten mag nooit groter zijn dan de tot de winkel behorende gevellengte, de toegang tot de winkel niet meegerekend, één en ander echter met een maximum van 10 meter.
- 3.5 De hoogte van de uitstalling mag inclusief gebruikte hulpmiddelen maximaal 2 meter bedragen.
4. Etenswaren moeten tenminste 0,50m boven het grondoppervlak worden neergezet.
5. Per winkel mogen ten hoogste 2 reclameborden worden geplaatst.
6. De winkeluitstalling met inbegrip van materialen ten behoeve van de uitstalling mag alleen op de openbare weg worden gezet tijdens de uren waarop de winkel voor het publiek geopend mag zijn.



7. De openbare ruimte mag niet worden gebruikt voor het -al dan niet tijdelijk plaatsen van voorraden, bestemd voor verkoop in de winkel, kratten, pallets, winkelwagens e.d.
8. Het uitstallen van goederen mag uitsluitend ten doel hebben de aandacht van het publiek op de uitgestalde goederen te vestigen, het is niet toegestaan vanuit de winkeluitstalling goederen aan het publiek te verkopen.
- 9.1 De ondernemer zorgt er voor dat de winkeluitstalling onmiddellijk wordt verwijderd of verplaatst:
- op last van de politie, de brandweer of medewerkers van het stadsdeel
 - als dat nodig is in verband met werkzaamheden in de openbare ruimte
 - als dat nodig is in verband met werkzaamheden aan of langs de gevel.
- 9.2 De met verwijdering of verplaatsing mogelijk verbonden kosten zijn voor rekening van de ondernemer.
10. De ondernemer zorgt voor een ordelijk aanzien van de uitstalling en voor het schoonhouden van de openbare ruimte die voor de uitstalling wordt gebruikt.
11. De ondernemer zorgt er voor dat de uitstalling geen schade, overlast of gevaar oplevert voor derden, geen scherpe of uitstekende delen bevat waaraan voorbijgangers zich kunnen verwonden en dat de uitstalling windvast is opgesteld.
12. Het is niet toegestaan een winkeluitstalling in de grond te verankeren.
13. De ondernemer zorgt er voor dat er geen schade aan gemeentelijke eigendommen ontstaat als gevolg van de aanwezigheid en het gebruik van de winkeluitstalling.

¹ In het maatschappelijk verkeer gangbare voorbeelden van winkeluitstallingen zijn:

- kratten, bakken, manden, rekken, stellingen (zoals die worden gebruikt voor het uitstallen van groente, fruit, kleding, schoenen, bloemen en planten etc.)
- standaards en molens (zoals die worden gebruikt voor het uitstallen van kranten, ansichtkaarten, zonnebrillen etc)
- losse koopwaar zoals koffers, meubilair, stoffering etc.

² Speeltoestel: voor zover het Warenwetbesluit attractie- en speeltoestellen niet van toepassing is.

³ Het opnemen van kleine reclameborden betekent een aanpassing van het huidige artikel 8.5 APV.



2. Algemene regels voor plantenbakken en gevelbanken

- 1.1 Plantenbakken mogen zowel door inwoners als door ondernemers worden geplaatst.
- 1.2 Gevelbanken mogen alleen door inwoners worden geplaatst, niet door ondernemers.
2. Plantenbakken en gevelbanken mogen alleen zodanig worden geplaatst dat:
 - 2.1 de toegang tot naast- en bovenliggende woningen, instellingen en bedrijven te allen tijde wordt vrijgehouden
 - 2.2 een afstand van tenminste 2 meter wordt vrijgehouden tot:
 - objecten zoals onder- en bovengrondse brandkranen, elektriciteitsvoorzieningen e.d.
 - de hoek van de straat
 - voetgangersoversteekplaatsen, tram- en bushaltes
 - bomen en groenvoorzieningen
 - 2.3 een doorrijdbreedte en -hoogte van tenminste 3.50 respectievelijk 4.20 meter overblijft voor ambulances en voertuigen van politie en brandweer
 - 2.4 de plantenbak of de gevelbank geen belemmering vormt voor voorbijgangers.
- 3.1 Een gevelbank mag alleen tegen de gevel van de woning van de initiatiefnemer ¹ worden geplaatst.
- 3.2 Een plantenbak wordt zo dicht mogelijk tegen de gevel van de woning of de onderneming van de initiatiefnemer geplaatst.
- 3.3 Een plantenbak mag niet op de rijweg, een fietspad of in een doorgang worden geplaatst.
- 3.4 Het plaatsen van een plantenbak mag niet leiden tot het opbreken van de weg.
- 3.5 Een plantenbak moet handmatig verplaatsbaar zijn en mag niet worden bevestigd aan de gevel of aan andere objecten.
4. De maximaal toegestane afmetingen (lengte x breedte) van een plantenbak bedragen 0.75 x 0.75 m, die van een gevelbank 1.50 x 0.50m.
5. Een initiatiefnemer mag ten hoogste twee plantenbakken plaatsen.
6. De initiatiefnemer zorgt voor een ordelijk aanzien van de plantenbak of gevelbank en voor het schoon houden van de openbare ruimte in de directe omgeving daarvan.
7. Een plantenbak mag geen hoogopgaande begroeiing bevatten waar bovenbewoners hinder van kunnen hebben en mag geen doornige of giftige planten bevatten.
- 8.1 De initiatiefnemer zorgt er voor dat de plantenbak of de gevelbank onmiddellijk wordt verwijderd of verplaatst:
 - op last van de politie, de brandweer of medewerkers van het stadsdeel
 - als dat nodig is in verband met werkzaamheden in de openbare ruimte
 - als dat nodig is in verband met werkzaamheden aan of langs de gevel.
- 8.2 De met verwijdering of verplaatsing mogelijk verbonden kosten zijn voor rekening van de initiatiefnemer.
9. Het stadsdeel kan de plantenbak of gevelbank weghalen als deze niet wordt onderhouden en hierdoor afbreuk wordt gedaan aan of gevaar ontstaat voor de omgeving dan wel niet wordt voldaan aan de aanwijzingen zoals bedoeld onder artikel 8.



10. Een plantenbak of gevelbank mag geen reclame bevatten.
11. De initiatiefnemer zorgt er voor dat geen schade aan gemeentelijke eigendommen ontstaat als gevolg van de aanwezigheid van de plantenbak of gevelbank.
12. De initiatiefnemer zorgt er voor dat de plantenbak of de gevelbank geen schade, overlast of gevaar oplevert voor derden.

* Onder initiatiefnemer wordt verstaan een inwoner of ondernemer die een plantenbak of een gevelbank in de openbare ruimte wil plaatsen. Hieronder wordt mede verstaan hij die de zorg voor de bak of de bank overneemt als de oorspronkelijke initiatiefnemer de zorg om welke reden dan ook heeft gestaakt.

Hoofdstuk IV Slotbepalingen

1 Inwerkingtreding

Deze regels treden in werking een dag na de dag waarop het besluit van het dagelijks bestuur tot vaststelling daarvan is bekend gemaakt.

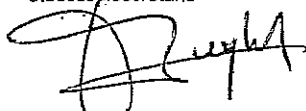
2 Intrekken oude regelingen

De Beleidsregels voor Reclame en Uitstallingen, Stadsdeel ZuiderAmstel, januari 2006, komen te vervallen bij het vaststellen van de Beleidsregels voor Reclame en Algemene regels voor Uitstallingen, Plantenbakken en Gevelbanken.

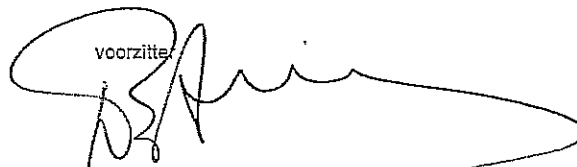
3. Citeertitel

Deze regels kunnen worden aangehaald als "Beleidsregels voor Reclame en Algemene regels voor Uitstallingen, Plantenbakken en Gevelbanken".

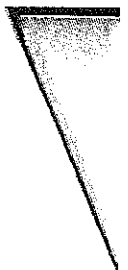
stadsdeelsecretaris


H.J.M. Wink

voorzitter


D.B. Adema

De behandelend ambtenaar zendt een afschrift van dit besluit aan:



Algemene toelichting

1. Inleiding / beleidsregels voor reclame.

Hoofdstuk I en II van deze nota bevatten beleidsuitgangspunten en beleidsregels voor de volgende reclameuitingen:

1. reclame aan onroerende zaken, niet behorende tot de openbare ruimte;
2. reclame in of aan de openbare ruimte (wegen, groen en water), op of aan losstaande objecten en bouwwerken, geen gebouwen zijnde.

Het stadsbeeld "op ooghoogte" in de winkelstraten wordt voor een belangrijk deel bepaald door de uitvoering van de winkelpuien, de plaatsing, vorm en grootte van de reclames en de diversiteit daarvan in materiaal, belettering en kleur.

Reclame-uitingen dragen een individueel karakter. Zij hebben niet de neiging zich aan te passen aan de omgeving, laat staan zich te voegen naar de architectuur waarmee ze toch min of meer vast verbonden zijn.

Dat wordt pas goed zichtbaar na renovaties, als de gevels zijn gereinigd, hersteld en ontdaan van oude reclamebakken, uithangborden, e.d. Deze beleidsregels voor reclame beogen ook in dat geval juist weer rust en eenheid te brengen in het straatbeeld door de regels te relateren aan waardevolle architectuur en stedenbouwkundige ruimten.

Reclame uitingen aan gevels en in de openbare ruimte kunnen, mits beheerst toegepast het stadsbeeld verlevendigen. Te veel, te grote en te opdringerige reclame leidt veelal tot ergernissen en irritaties, zowel bij de burger als bij het stadsdeelbestuur dat immers verantwoordelijk is voor goed beheer van het publieke domein.

De inrichting van de openbare ruimte staat al sinds jaren volop in de belangstelling. Er is een groeiend besef, zowel bij de burger als bij de overheid, dat een hoger kwaliteitsniveau van die openbare ruimte ook een hogere waardering met zich meebrengt. Men kan en mag dan ook meer publieke betrokkenheid verwachten om die kwaliteit in stand te houden.

Dat wensbeeld kan helaas niet bereikt worden zonder daarvoor, afhankelijk van het doel, de middelen en de gebruikintensiteit van die ruimte al of niet gedetailleerde gebruiksregels op te stellen.

Afgezien van de visuele aantrekkelijkheid van die openbare ruimte moet er bij de burger ook een gevoel zijn van zich welbevinden of, zoals met dat tegenwoordig aanduidt, de openbare ruimte moet een optimale sociale veiligheid bieden: men moet zich in die ruimte veilig en prettig voelen.

Een verantwoorde en aantrekkelijke inrichting van de openbare ruimte kan een belangrijk aandeel hebben in die sociale veiligheid. De openbare ruimte zal een uitstraling moeten hebben die méér is dan de uitkomst van de formule: gewenst effect X regels = kwaliteit !

1.1 Stedenbouwkundige en architectonische achtergronden.

De stedenbouwkundige hoofdstructuur van de Rivierenbuurt bestaat uit de as Vrijheidslaan, V-vormig uitlopend in Churchilllaan en Rooseveltlaan. Dwars daarop staan in rechte respectievelijk in gebogen vorm de drie winkelstraten Rijnstraat, Maasstraat en Scheldestraat/Europaplein. Binnen het netwerk van brede lanen en woon- en winkelstraten is de bebouwing in de Rivierenbuurt gegroepeerd door middel van gesloten bouwblokken. In deze gevelwanden zijn over het algemeen geen of nauwelijks individuele percelen te onderscheiden. Het zijn aaneengesloten panden, in



z.g. architectuureenheden of ensembles die het architectonische beeld van een deel en soms van de gehele wand van een bouwblok bepalen en een duidelijke begrenzing aangeven van de openbare ruimte.

Tijdens het invullen van het stedenbouwkundige plan van Berlage in de periode tussen 1920 tot 1940 is er voor gekozen volgens bepaalde gevelschema's de architecten te dwingen hun ontwerpen aan elkaar aan te passen, om zodoende de uitspraak van Berlage "eenheid in verscheidenheid" in gemetselde gevelwanden vorm te geven.

Het individuele karakter van de architectonische stijlen komt voornamelijk tot uiting in detailleringen van de drie zones die in de gevelwanden kunnen worden onderscheiden: de

eerste bouwlaag met entrees, trappenhuisen en winkelpuien, de daarboven gelegen woonlagen en het dak met dakrand en verschillende kapvormen. Meerdere malen treft men verschillen in gevelbehandeling aan door gebruik van materialen, baksteenkleuren, metselverbanden en toegevoegde ornamenten.

Doelbewust is gekozen voor accentuering bij hoeken en kruisingen, "poorten" als entree voor de wijk, spiegelingen, zichtlijnen, symmetrie en speelse accenten en plastische elementen en vormen.

In het naoorlogse deel van ZuiderAmstel levert de stedenbouwkundige uitleg en de architectuur een totaal ander beeld op. Hier geen gesloten bouwblokken, geen lange, aanééngesloten wanden en plastische baksteenarchitectuur.

In dit deel zijn ook geen echte winkelstraten, maar grote of kleine clusters van winkels, onderbroken door entrees van woonhoven, woonflats en kantoorpanden. Zelfs van de A.J. Ernststraat kan men, hoewel één zijde bestaat uit geclusterde winkelfronten, niet zeggen dat het een winkelstraat is. Buitenveldert telt wel een overdekt winkelcentrum: Groot Gelderlandplein.

En dan is daar nog het gebied van de Zuidas. Een woon- en werkgebied in ontwikkeling dat, zowel wat betreft de structuur als in vormtaal, geheel afwijkt van de rest van ZuiderAmstel.

De komende jaren zal de openbare ruimte zijn vorm en karakter verkrijgen naarmate delen van het project voltooid worden. De bedoeling is dat de Zuidas een chique ingetogen openbare ruimte krijgt. Dit is belangrijk omdat de architectuur een behoorlijke vrijheid wordt toegekend. De ingetogen openbare ruimte is het verbindende element, die zoveel mogelijk gespaard moet worden van een toevloed van extra objecten.

Zo zijn er dus grote verschillen in stedelijke milieus in ZuiderAmstel. Er is daarom gekozen voor een indeling in zes gebieden die ieder op zich een bepaalde samenhang hebben in historische ontwikkeling, stedenbouwkundig en architectonisch karakter.

1.2 Reclame in juridisch kader.

De beleidsregels in hoofdstuk II zijn gebaseerd op art. 8.2, 8.4 en 8.5 van de APV, artikel 12, 12 a en 12 b van de Woningwet, beleidsregels uit de Kadernota voor welstandsbeoordeling (februari 2004), de Welstandsnota grootstedelijke gebieden en projecten (mei 2004), de Welstandsnota ZuiderAmstel (juni 2004) en "Visie en richtlijnen voor de toepassing van beeldende uitingen in de Zuidas" zoals die zijn opgesteld door de supervisor voor de Zuidas.

Artikel 12a van de Woningwet stelt dat gemeenten een welstandsnota moeten hebben waarin beleidsregels door de raad zijn vastgesteld opdat het dagelijks bestuur kan



beoordelen of het uiterlijk en de plaatsing van bouwwerken niet in strijd zijn met redelijke eisen van welstand.

Hoofdstuk 8 van de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) regelt het beheer van de openbare ruimte zoals reclames en voorwerpen op of aan de openbare weg. De relatie met ruimtelijke en visuele kwaliteit blijkt uit sub a van lid 2 van artikel 8.4: reclame is niet toelaatbaar indien deze naar het oordeel van B&W (lees: het DB) "ontsierend is voor het stadsbeeld of afbreuk doet aan de kwaliteit van de openbare ruimte".

De algemene beleidsregels van de Welstandsnota ZuiderAmstel 2004, gebaseerd op buurt- en (bouw)stijlbeschrijvingen vormen mede de basis voor de criteria voor reclames aan vastgoed objecten en andere vormen van reclame in of aan de openbare ruimte.

Alle welstandsnota's van de stadsdelen, dus ook die van ZuiderAmstel, zijn uitgewerkt op basis van de centraal vastgestelde Kadernota voor de welstandsbeoordeling in Amsterdam. (15 januari 2004)

Voor het gebied van de Zuidas geldt nog in het bijzonder de Welstandsnota grootstedelijke gebieden en projecten (27 mei 2004) en de "Visie en richtlijnen voor de toepassing van beeldende uitingen" van de supervisor voor de Zuidas. In geval van een advies van de Reclame Adviescommissie voor een reclameuiting in de Zuidas zal eerst advies van de supervisor wordt ingewonnen zodat de ingetogen en chique uitstraling van het Zuidasgebied gewaarborgd kan worden.

Een reclametoestel aan of op gebouwen valt meestal binnen het regime van de Woningwet. Daarvoor is een bouwvergunning vereist.

Deze reclame uitingen kunnen op grond van artikel 8.4 van de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) vooraf en achteraf getoetst worden op basis van uitgangspunten, conclusies en richtlijnen voor gebiedsgericht welstandsbeleid zoals dat beschreven is in de Welstandsnota ZuiderAmstel 2004 en beleidsregels voor de Zuidas..

De stadsdeelraad heeft de bevoegdheid om te besluiten dat de toetsingscriteria als bedoeld in hoofdstuk 4 deel uitmaken van de Welstandsnota.

Daar de vigerende richtlijnen voor de Rivierenbuurt een duidelijke relatie hadden met de in 1992 vastgestelde welstandsnota en met de eerste architectuur ordekaart, lag het voor de hand om ook voor de beleidsregels voor ZuiderAmstel de op 2 juni 2004 vastgestelde Welstandsnota als basis te gebruiken voor criteria ter beoordeling van toelaatbaarheid van reclames. De beschrijvingen van de verschillende deelgebieden, de daarin voorkomende bouwstijlen en de ordekaart Gordel 20-40 vormen de basis van beleidsregels voor welstand die ook voor het beoordelen van reclame uitingen toepasbaar zijn.

Het streven is te komen tot een zo evenwichtig mogelijke integratie van de reclame met het achterliggende gevelbeeld in de specifieke architectuur van de jaren 1923-1940 (met o.a. de "Amsterdamse School"), met de naoorlogse architectuurstijlen als Nieuwe Zakelijkheid, het Functionalisme, de Wederopbouw en met de huidige bouwstijl zoals die zich bijvoorbeeld in de Zuidas manifesteert.

Ook voor het gebied van de Zuidas geldt dat er een duidelijke behoefte van particuliere ondernemers en bedrijven bestaat zich te onderscheiden aan de hand van reclame. Het bijzondere van de Zuidas is echter dat het een gebied in ontwikkeling is waar van meet af aan naar een hoog stedenbouwkundig ambitieniveau wordt



7



gestreefd dat vooral tot uiting moet komen in de samenhang tussen de zorgvuldig ontworpen openbare ruimte en de gebouwde omgeving. Dat vergt daardoor een evenwichtige benadering in de beoordeling van de toelaatbaarheid van dergelijke uitingen.

Bij het opstellen van de beleidsregels spelen in de Zuidas twee aspecten een cruciale rol. Een hoog gelegen woning mag geen last hebben van een grootschalige lichtreclame op de daarnaast gesitueerde kantoorstoren. Dan komt de multifunctionaliteit in het algemeen en de woonfunctie in het bijzonder in het geding. Daarnaast dient het gemeenschappelijke gebruik van de openbare ruimte in een dicht gebouwde gebied als de Zuidas gewaarborgd te worden. De openbare ruimte moet voor iedereen toegankelijk zijn en is kwetsbaar voor ingrepen die door opzichtige uitingen delen daarvan worden geprivatiseerd.

Het "fragiele" evenwicht kan ook worden verstoord door een te hoge dichtheid van accessoires die het straatbeeld gaan domineren en afbreuk doen aan het evenwicht tussen de stedenbouwkundige en architectonische kwaliteit aan de ene zijde en het commerciële gewin aan de andere.

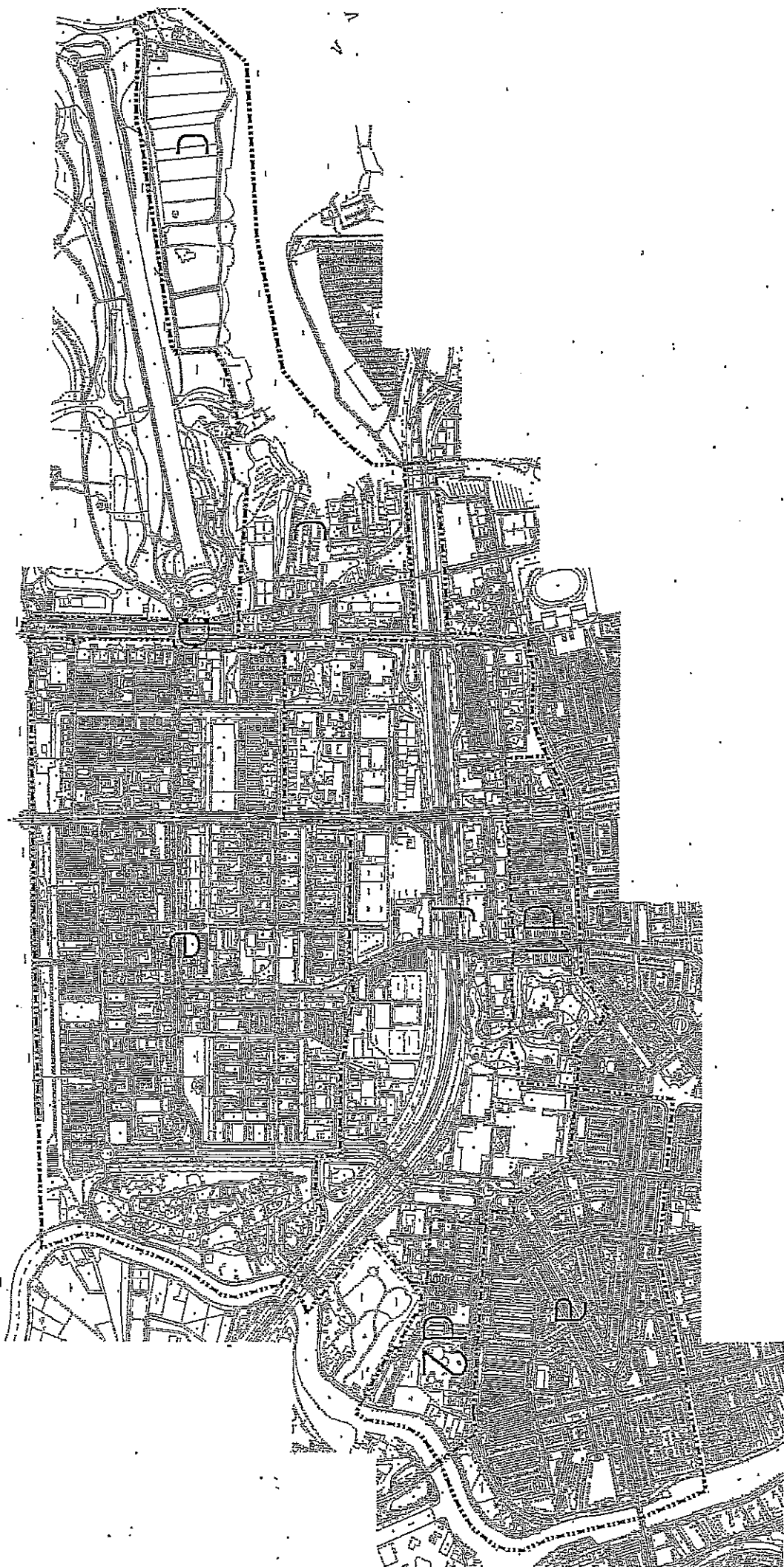
2. Wijziging APV / invoering algemene regels voor uitstallingen, plantenbakken en gevelbanken

Op 31 oktober 2007 heeft de gemeenteraad de wijziging van de APV vastgesteld waarmee een aantal vergunningplichten wordt vervangen door algemene regels. Het betreft o.a. winkeluitstallingen met inbegrip van kleine reclameborden, plantenbakken en gevelbanken.

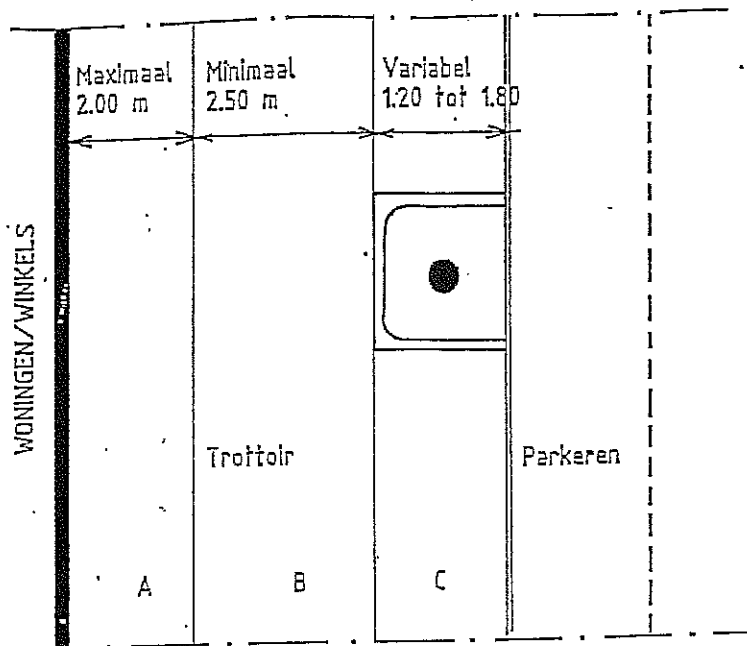
Het besluit vloeit voort uit de In het Bestuursakkoord en het Stedelijk Programma Regelgeving en Handhaving gemaakte afspraken over vermindering van regeldruk, vereenvoudiging van regelgeving en reductie van administratieve lasten.

Het leggen van meer eigen verantwoordelijkheid bij de bewoner en de ondernemer is hierbij een leidende gedachte evenals het voor hen eenvoudiger maken om gemeentelijke diensten en producten af te nemen.

De APV-wijziging houdt in dat niet langer een vergunning nodig is voor het plaatsen van winkeluitstallingen, kleine reclameborden, plantenbakken en gevelbanken in de openbare ruimte. In plaats van de vergunning komen algemene regels over wat wel en niet is toegestaan bij het plaatsen van deze voorwerpen.



Bijlage I: gebieden
Beleidsregels voor reclame en uitstallingen
Stadsdeel ZuiderAmstel



A = Zone voor uitstallingen, terrassen e.d.

B = Obstakel vrije zone

C = Zone voor straatmeubilair

