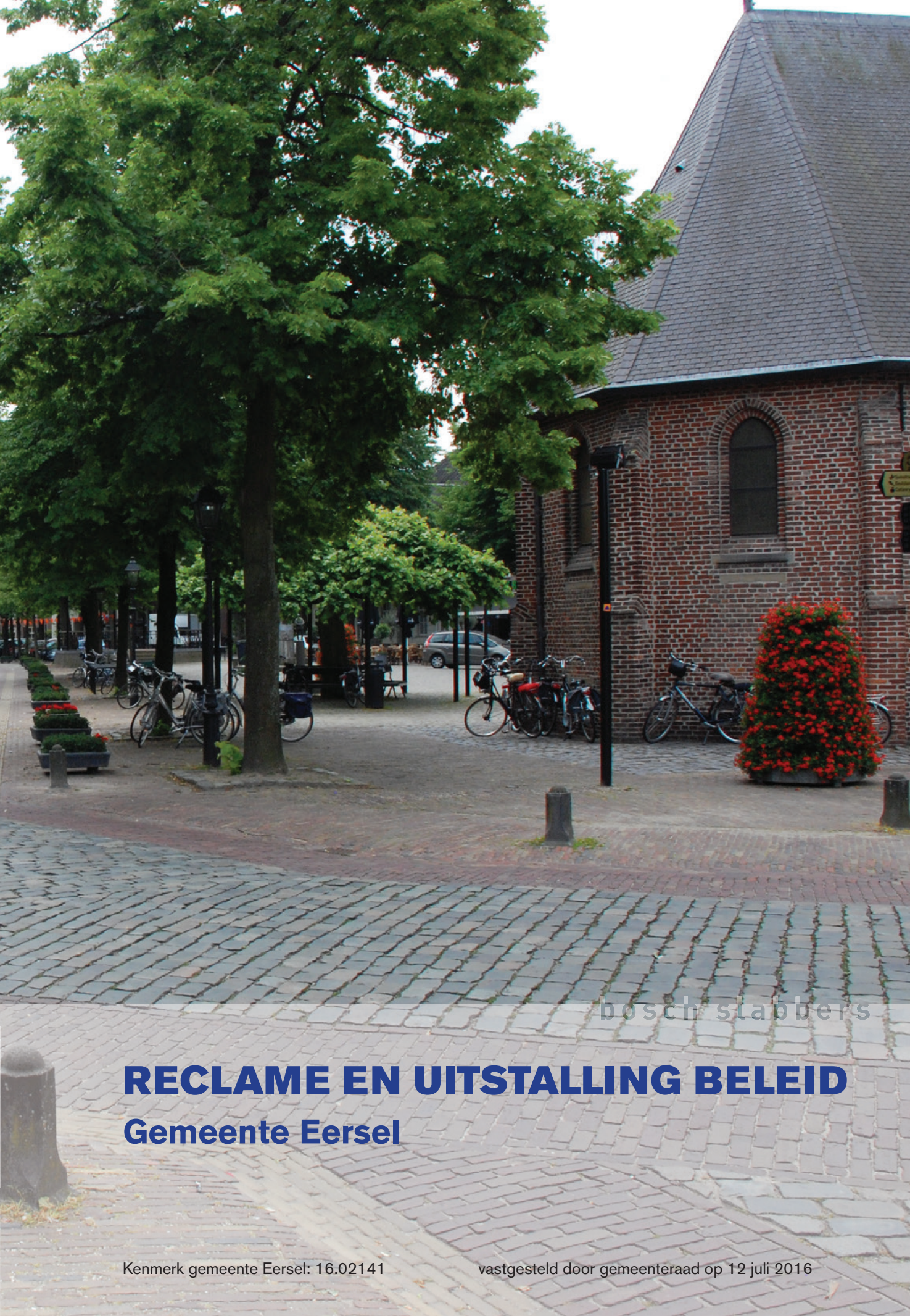


bosch slabbers

RECLAME EN UITSTALLING BELEID

Gemeente Eersel

Kenmerk gemeente Eersel: 16.02141

vastgesteld door gemeenteraad op 12 juli 2016

COLOFON

OPGESTELD DOOR
Bosch Slabbers Landschapsarchitecten;
Wijnand Bouw
Rien van Huis

OPDRACHTGEVER
Gemeente Eersel

DATUM
juli 2016

RECLAME EN UITSTALLING BELEID

Gemeente Eersel

gemeente Eersel

bosch slabbers

32
Advies- en Bouwkundig Buro
J. van Rooy Eersel
www.JvanRooy.com
tel. 0497 - 512577

Inhoud

1.	**Inleiding**	**07**
1.1	Doelstelling	07
1.2	Kader	07
1.3	Proces	07
1.4	Leeswijzer	09
2.	**Werkwijze**	**11**
2.1	Handvatten	11
2.2	Commissie	13
2.3	Gebieden	15
2.4	Handhaving	15
3.	**Gebiedsindeling**	**17**
3.1	Historische dorpskernen en linten	17
3.2	Winkelstraat/-centrum	19
3.3	Bedrijventerreinen	21
3.4	Woongebieden	23
3.5	Buitengebied	25
3.6	Specifieke gebieden	27
3.7	Terrassen	29
4.	**Richtlijnen**	**31**
4.1	Algemeen	32
4.2	Historische dorpskernen en linten	32
4.3	Winkelstraat/-centrum	34
4.4	Bedrijventerreinen	36
4.5	Woongebieden	37
4.6	Buitengebied	38
4.7	Specifieke gebieden	39
4.8	Overige richtlijnen	42
Bijlage I	Gebiedskaart	50
Bijlage II	Locaties terrassen en uitstallingen	51
Bijlage III	Locaties dorpszuilen	57
Bijlage IV	Locaties lichtmastreclame	63
Bijlage V	Locaties billboards	72
Bijlage VI	Wijze van meten	75
Bijlage VII	Verslagen van de avonden	76

van Loon Wintelre B.V.
BAKKERIJ
DRIESSEN

1 Inleiding

In de afgelopen jaren is er gewerkt aan een beeldkwaliteitsplan waarin de ruimtelijke ambitie van de (historische) straten van de gemeente Eersel zijn vastgelegd. Het beeldkwaliteitsplan (BKP) bestaat uit twee delen. In het eerste deel zijn de straten vanuit een grondige analyse ingedeeld in verschillende dorpsruimten met een eigen identiteit. In het tweede deel van het plan zijn de straten verder uitgewerkt aan de hand van verschillende workshops met bewoners en belangenorganisaties. Na het vaststellen van het beeldkwaliteitsplan heeft de gemeente aangegeven om het Reclame- en uitstallingenbeleid uit 2008 op dit plan aan te laten aansluiten. Dit betreft de gebiedsindeling van het beleid maar vooral ook de ambities en beeldbepalende kenmerken. Anderzijds wordt het reclamebeleid vernieuwd. Hierbij zijn verschillende belangenorganisaties gehoord. Naast het reclamebeleid heeft de gemeente een welstandsnota. Het reclamebeleid vormt een toetsingskader en maakt juridisch onderdeel uit van de welstandsnota.

1.1 Doelstelling

Een ondernemer wil zijn waar kunnen verkopen, zijn werkzaamheden kunnen aanbieden of presenteren. Voor een ondernemer is het essentieel dat de voorbijganger getriggerd wordt in de nabijheid van zijn winkel of zaak. Hiervoor zijn reclame en uitstallingen een middel. Reclame-uitingen horen bij een levend dorp, een dorp waar de leefbaarheid van belang is. Reclame-uitingen zouden het dorpse karakter moeten versterken, met andere woorden de sfeer verhogen. Maar de praktijk is vaak weerbarstiger, reclame kan namelijk makkelijk afbreuk doen aan de subtiele nuances die de dorpen in de gemeente Eersel kenmerken. Dit document gaat in door middel van toelichtingen, beelden maar ook richtlijnen op welke wijze reclame-uitingen een goede plek kunnen krijgen in het totaal beeld van de Eerselse dorpen. Daarmee kan de totale beeldkwaliteit een positieve impuls worden gegeven. Uitgangspunt voor deze visie is om samenhang aan te brengen tussen enerzijds het individuele belang van de ondernemer en anderzijds het algemene belang van een goede beeldkwaliteit. Zonder dat het beleid een keurslijf wordt voor de ondernemer. Dit document maakt het mogelijk om naar creatieve, kwalitatief hoogwaardige, ingetogen en passende oplossingen te zoeken. Op deze manier wordt standaardisering van de reclame-uitingen voorkomen. Juist lokale en individuele verschillen kunnen het dorpse beeld verrijken.

1.2 Wettelijke kaders

Dit beleid is in eerste instantie het toetsingskader voor omgevingsvergunningen voor reclame-uitingen en uitstallingen op basis van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (WABO), Algemene Plaatselijke Verordening (APV) en de Welstandsnota van de gemeente. Daarnaast is dit beleid ook het toetsingskader of wel de leidraad voor andere vergunningen en toestemmingen die de gemeente kan verlenen voor reclame en uitstallingen, zoals de plaats en omvang van terrassen en uitstallingen van winkelwaar in het openbaar gebied.

1.3 Proces

Zoals geschreven sluit dit reclame- en uitstallingenbeleid aan op het beeldkwaliteitsplan. In de lijn met het proces rond het opstellen van het BKP, zijn er een tweetal bijeenkomsten van klankbordgroepen georganiseerd voor verschillende belangenorganisaties (winkeliersverenigingen, dorpsraden, industriegroep, bewoners, gehandicaptenplatform, etc.).

Tijdens de eerste avond werd in het kort het beeldkwaliteitsplan toegelicht en het belang ervan. Daarna werden verschillende stellingen uiteengezet. Zoals: Wat is Eersel nu voor een gemeente? Hoe wil je daar als ondernemer in acteren? Of wat is de noodzaak om afspraken te maken? Dit is interactief gepeild, waarbij ieder zijn of haar inbreng had. Met bijvoorbeeld de vraag: Hoe sturend

zou het beleid moeten zijn of juist niet? Dit is gedaan per gebied maar ook per reclame-uiting. De tweede avond is gebruikt om hierop meer in te zoomen. Ingegaan is op de o.a. locaties, maatvoering en kleurgebruik. Maar ook de manier van toetsen.

De resultaten van de avonden zijn verwerkt in de beschrijvingen en richtlijnen van de gebieden. De verslagen van de avonden zijn terug te vinden in de laatste bijlage. Vooral met de inbreng van deze avonden is dit beleid opgesteld.

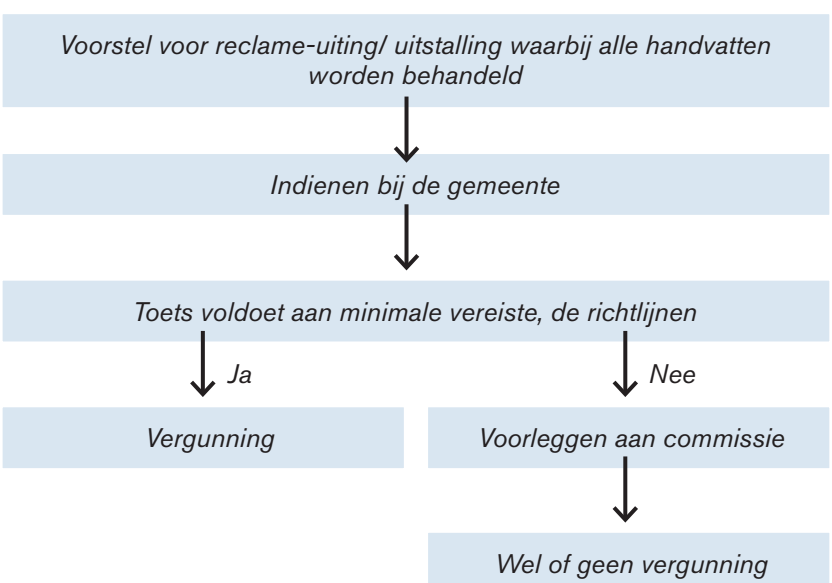
1.4 Leeswijzer

In het volgend hoofdstuk wordt ingegaan op de werkwijze van dit beleid, de manier van toetsen en de indeling van de verschillende gebieden. In hoofdstuk 3 wordt het karakter per gebied beschreven en een beeld geschetst waaraan de verschillende reclame-uitingen en uitstallingen zouden moeten voldoen. De functionele richtlijnen zoals maatvoering, plaatsing en hoeveelheden worden verder uiteengezet in het laatste hoofdstuk.

2 Werkwijze

2.1 Procedure en commissie

Tijdens de avonden van de klankbordgroepen waren er vier termen die telkens terug kwamen: bewustwording, passendheid, ingetogenheid en individuele vrijheid. Hier hebben we ook meteen de spanning van de vraagstelling te pakken. Hoe creëer je een passend beeld voor iedereen, zonder daarmee de individuele vrijheid te beknotten? Tijdens de avonden is het idee ontstaan om een onafhankelijke commissie in het leven te roepen die aanvragen van ondernemers kan beoordelen op passendheid en ingetogenheid. Elke aanvraag moet laten zien dat het voorstel passend en ingetogen is. Daarvoor moet de aanvraag een aantal handvatten/onderwerpen behandelen, die de aanvrager zelf bewust maken van zijn of haar omgeving. Deze handvatten/onderwerpen zijn uitgeschreven in paragraaf 2.2. Daarnaast zijn voor kleinere, reguliere aanvragen duidelijke regels voor aanvragen die de gemeente eenvoudig kan afhandelen (via richtlijnen, zie hoofdstuk 4). De procedure ziet er dan als volgt uit:



Zoals aangegeven is het juist niet de bedoeling om een strak keurslijf van verschillende regels op te stellen maar een document dat inspireert en motiveert waar mogelijkheden geboden worden voor creativiteit. Om de verschillende aanvragen voor reclame-uitingen goed te kunnen beoordelen binnen de gemeente, zijn richtlijnen opgesteld waaraan deze moeten voldoen. Dit zijn minimale vereisten: wordt hieraan voldaan dan kan aan een aanvraag medewerking worden verleend. Wil men hiervan afwijken dan kan men deze voorleggen aan de commissie. Deze commissie zal bestaan uit de huidige Ruimtelijke Kwaliteitscommissie waarbij externe adviseurs aan kunnen sluiten. Het is van belang dat de commissie oog heeft voor ondernemers uit de gemeente, burgers en specialisten (van bijvoorbeeld monumentenzorg of ondernemersvereniging). De precieze samenstelling en de werkwijze van de commissie, vergaderschema's, etc sluit aan op de werkwijze van de Ruimtelijke Kwaliteitscommissie (Welstandscommissie/ Monumentencommissie). Voor de duidelijkheid: de commissie moet het mogelijk maken om buiten de richtlijnen meer vrijheid te bieden aan vormen van reclame en uitstalling. Passendheid en ingetogenheid zijn hierbij de codewoorden, niet maat en aantal!

2.2 Handvatten

Aan de hand van 6 handvatten of stappen wordt richting gegeven aan reclame-uitingen in de dorpse omgeving van Eersel. De handvatten samen formuleren de ruimtelijke opgave van reclame-uitingen op verschillende niveaus waarmee initiatiefnemers, ondernemers en gemeente aan de slag kunnen. De handvatten verlopen van een hoog naar laag abstractie- en (vaak ook) schaalniveau. Deze benadering heeft als doel het bewustwordingsproces van de aanvrager te vergroten. Daarmee wordt verwacht dat de aanvragen voor de uiting van reclame of een uitstalling beter passen in de dorpen van Eersel en zo bijdragen aan de ruimtelijke kwaliteit en de leefbaarheid.

Stap 1

2.2.1 context en soort gebied

De ligging en het karakter van de plek waar de reclame-uiting wordt gerealiseerd vormt een belangrijke keuze in de samenhang van het totaal "plaatje". In welke omgeving ligt deze? In een historisch lint, winkelstraat, woongebied, buitengebied, bedrijventerrein of andere specifieke plek? Past de reclame-uiting in zijn omgeving? Kijkend naar de omgeving kan de initiatiefnemer hier kennis van nemen en hierop inspelen. Voor een reclame-uiting is het logisch dat de ene omgeving meer ingetogenheid vraagt dan de andere omgeving.

Stap 2

2.2.2 type pand

Het type pand is van belang kijkend naar wat passend is als we het hebben over gevelreclame. In het beeldkwaliteitsplan zijn verschillende type panden weergegeven. Al deze panden hebben een specifieke indeling, verhouding en vormgeving. Op wat voor manier kan gevelreclame hierop inspelen? Een oud herenhuis behoeft mogelijk een heel andere reclame uiting dan een recent gebouwd pand. De reclame moet sfeer verhogend werken zowel op het pand als haar omgeving. In het algemeen kan gesteld worden dat het ene type pand zich beter leent voor reclame-uiting dan het andere type pand.

Stap 3

2.2.3 buitenruimte

De reclame-uitingen, maar ook uitstallingen en terrassen in de buitenruimte zijn bedoeld om de waar aan de man te brengen, maar het moet meer doen dan dat. Uitstallingen moeten een positieve bijdrage leveren aan de uitstraling van de openbare ruimte. Evenals reclame-uitingen moeten inspelen op de eigenheid van het pand, moeten uitstallingen ook inspelen op de eigenheid van de buitenruimte. Om een voorbeeld te noemen: de Markt in Eersel en het centrum van Vessem heeft een hele andere uitstraling dan de Nieuwstaat in Eersel. Onderdeel van uitstallingen zijn eveneens verwijsborden op de straat of stoep.

Een ander belangrijk onderdeel van de reclame-uitingen en uitstallingen in de buitenruimte zijn terrassen. Voor de horeca is dit vanzelfsprekend een essentieel onderdeel van de bedrijfsvoering. Voor de terrassen is een samenhang in meubilair en aanverwante van belang. Ingetogen verschillen tussen onderlinge terrassen maken sfeer en geven herkenbaarheid. Ingetogenheid voorkomt dat terrassen schreeuwerig overkomen en subtiele pleinruimtes (bijv. een dorpslint of Markt) hierdoor overstemd worden.

Belangrijk aspect bij uitstallingen en terrassen is naast de verschijningsvorm de positionering, met name de looplijnen zijn hierbij van belang. Als algemene regel geldt dat de uitstalling tegen het pand aan geplaatst wordt en de terrassen altijd een loop zone openhouden tussen pand en terras, of bij eigen voorterrein een klein terrasje tegen de gevel, een loop zone en het grote terras. Voor de grootste openbare ruimtes (Hint, Markt en Nieuwstraat) in de gemeente Eersel is een zoneringskaart opgesteld. Hiervoor wordt verwezen naar bijlage II.

Stap 4

2.2.4 positionering en afmeting op of aan het pand

De afmetingen van reclame worden gerelateerd aan de maat en verhoudingen van het pand. De verhoudingen tussen pand, buitenruimte en reclame-uitingen moeten proportioneel zijn. Een kleine arbeiderswoning zal over het algemeen een kleinere afmeting van reclame kunnen hebben dan een nieuw drie verdiepingen tellend hoog pand. Hierbij is het voorkomen van hinder van aanpalende en/of bovenwoningen een aspect. Ook de uitstraling en cultuurhistorische waarden spelen een belangrijke rol of deze passend zijn bij het pand en de buitenruimte.

Een voorbeeld is dat een herenhuis over het algemeen een symmetrisch uiterlijk heeft, met het plaatsen van reclame kan hierop ingespeeld worden.

Stap 5

2.2.5 materiaal

Kenmerkend voor de Kempen zijn de sobere en eenvoudige materialen. Deze vaak duurzame materialen komen veelvuldig terug in de architectuur en buitenruimte. Gepaste samenhang op deze levende materialen en op elkaars reclame-uitingen is wenselijk. Uniformiteit wordt niet nagestreefd, juist de (subtiele) verschillen komt de levendigheid van de omgeving ten goede. Reclame-uitingen zijn passend (afgestemd) in zijn omgeving, openbare ruimte en pand.

Voor bijvoorbeeld de historische dorpskernen en linten waar de meeste reclame-uitingen zich bevinden door de verschillende functies die ze herbergen, is gesteld dat het ingetogen, sfeervol, natuurlijk en afgestemd is. Dit uit zich in natuurlijk materiaal gebruik dat aansluit op de sfeervolle ambiance. Hier wordt gedacht aan rotan en hout voor het meubilair en de uitstalling (bijvoorbeeld het ouderwetse krijtbord). Uiteraard is stof toegestaan voor parasols, in een donkere kleur. Kunststof, zoals witte kuipstoeltjes, is uit den boze in deze omgeving.

Voor een winkelgebied is het accent gelegd op meer moderne en verder passende uitstallingen, afgestemd op de andere ondernemers in die straten. Hier kan bijvoorbeeld gedacht worden aan een standaard bord op initiatief van een ondernemersvereniging waar elke winkelier zijn eigen poster in aanbrengt.

Stap 6

2.2.6 kleurgebruik

Net als het materiaal is de Kempen bekend om zijn pallet aan kleuren, passend bij de lommerrijke agrarische omgeving. Om de kleuren van reclame niet te laten overstemmen in zijn omgeving is terughoudendheid van felle, primaire kleuren gewenst. Op elkaar afgestemde kleuren en nuance kan een sterke binding geven en zorgen voor een rustig beeld.

BEDRIJVENCOMPLEX
MEERHEIDE 100.NL

2.3 Gebieden

De gemeente Eersel wordt gekenmerkt door een grote diversiteit aan type gebieden. Tijdens de bijeenkomsten van de klankbordgroep bleek dat het nogal uitmaakt in welke context je een reclame-uiting of uitstalling plaatst. In dit beleidsplan hebben we (aansluitend op het BKP) de volgende gebieden gedefinieerd:

- Historische dorpskernen en linten: *alle historische gebieden binnen de bebouwde kom die zijn opgenomen in het beeldkwaliteitsplan en welstandsnota.*
- Winkelstraat/-centrum: *winkelgebieden zoals de Nieuwstraat in Eersel (vanaf Hint tot aan Willibordusslaan), winkelcentrum aan het Lindeplein in Eersel.*
- Bedrijventerreinen: *alle bedrijventerreinen die zijn opgenomen in de welstandsnota, (zoals de Haagdoorn, Meerheide, De Hoefse Weg).*
- Woongebieden: *alle woongebieden die zijn opgenomen in de welstandsnota.*
- Buitengebied: *het gehele gebied buiten de bebouwde kom.*
- Specifieke gebieden: *verkooppunten voor motorbrandstoffen, sport- en recreatiegebieden.*In hoofdstuk 3 wordt hier verder op ingegaan.

2.4 Handhaving

Het al dan niet functioneren van een reclamebeleid valt of staat met de handhaving ervan. Indien er onvoldoende draagvlak is om te handhaven, kan een reclamebeleid geen stand houden. Uitzonderingen op het beleid dienen, in verband met het gelijkheidsbeginsel, te allen tijde goed te worden gemotiveerd. Hierbij moet een gemotiveerde belangenafweging plaatsvinden om wel of niet te handhaven. Bij niet naleven van de wettelijke voorschriften kan bestuursdwang of dwangsom worden toegepast en soms proces verbaal worden opgemaakt. Bestuursdwang houdt in dat de betreffende reclame-uiting of uitstalling wordt verwijderd op kosten van de overtreder. In geval er een dwangsom wordt opgelegd, wordt een bepaald bedrag verbeurd verklaard voor iedere keer, of voor elk tijdvak, dat het wettelijke voorschrift wordt overtreden. Daar waar zinvol en mogelijk zal flankerend beleid worden toegepast. Dit is met name wanneer het gaat om reclame-uitingen die schade toebrengen aan gemeente-eigendommen, die verkeersonveilig zijn of de beeldkwaliteit ernstig verstoren, zoals reclame-uitingen op spandoeken en aanhangwagens, vooral in het buitengebied. Reclameobjecten op gemeentelijk eigendom kunnen (na aanzegging) op privaatrechtelijke grond direct worden verwijderd.

Veel reclame-uitingen mogen vergunningvrij worden geplaatst. Dat betekent dat deze plannen niet vooraf worden getoetst. Wel kan door de gemeente achteraf worden ingegrepen, als een uiting op zichzelf, maar vooral ook in relatie tot de omgeving, ernstig in strijd is met redelijke eisen van welstand, als bedoeld in artikel 12 van de Woningwet en beoordeeld naar de criteria bedoeld in artikel 12a van de Woningwet: de Welstandsnota. Wanneer sprake is van ernstige strijd met redelijke eisen van welstand, zoals omschreven in de excessenregeling, kan het bevoegd gezag hiertegen optreden. In hoofdstuk 4 is een excessenregeling opgenomen.

Zoals in het vorige hoofdstuk aangehaald, stelt elk gebied andere eisen aan zijn omgeving. In het volgende hoofdstuk volgt een beschrijving per gebied, van het karakter, het beeld en de insteek van het beleid en de gewenste beeldkwaliteit.

GEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

ONGEWENST

GEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

3 Gebiedsindeling

3.1 Historische dorpskernen en linten

Deze straten zijn de ruggengraten van de verschillende dorpen en buurtschappen. Veelal liggen de straten er al eeuwen en vormen nu nog steeds de doorgaande verbinding van dorp naar dorp. Groene lommerrijke lanen begeleidende vaak de wegen. De straten zijn belangrijk voor ondernemers, het publiek. Potentiële klanten verplaatsen zich erover. De straten zijn door hun authentieke uitstraling recreatief aantrekkelijk. De meeste straten zijn ingetogen ingericht en ademen historie en rust uit. Daarmee zijn deze straten ook relatief kwetsbaar voor uitbundige reclame-uitingen of uitstallingen.

Voor dit gebied geldt zeer terughoudend beleid ten aanzien van reclame-uitingen en uitstallingen. Zo zijn de hoeveelheid reclametekens en neonreclames beperkt. Lichtbakken zijn bijvoorbeeld niet toegestaan. Felle contrasterende kleuren en schreeuwerig meubilair dragen niet bij aan een sfeervolle inrichting en worden daarmee ter discussie gesteld. Terrassen moeten een onderdeel vormen van de omgeving en dragen bij aan de levendigheid van de straat. Schermen, plantenbakken of ander meubilair die de buitenruimte converskeren zijn zeer beperkt toegestaan, bij voorkeur in een donkere kleurstelling. Wandelroutes gaan op enige afstand langs de panden tussen de verschillende terrassen en uitstallingen door. De toegangen kunnen onbelemmerd bereikt worden. In bijlage II zijn kaarten opgenomen waar terrassen en uitstallingen in het centrum van Eersel zijn toegestaan. Deze gebieden kunnen in de toekomst mogelijk aangegeven worden door middel van een markering in de verharding. Voor de overige gebieden gelden dezelfde uitgangspunten. Deze zijn aangegeven in het volgende hoofdstuk.

◀ *Beeld; Historische dorpskernen en linten*

GEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

3.2 Winkelstraat/-centrum

Onder winkelstraten en winkelcentra worden de Nieuwstraat en het winkelcentrum aan het Lindeplein, beiden in Eersel, begrepen. De dorpskernen en linten vallen hier niet onder. De winkelstraat/-centrum zijn gebieden die specifiek zijn ingericht op een concentratie van hoofdzakelijk winkels. Het totaalbeeld sluit aan op het winkelend publiek en mag dat ook uitstralen.

De richtlijnen voor dit gebied zijn daarmee ook niet zo streng als in de historische dorpskernen en linten. In het winkelgebied wordt het aanbrengen van reclame in het algemeen minder storend ervaren. Reclame-uitingen en uitstallingen dienen aan te sluiten op de onderneming. Uitstallingen of terrassen dienen direct nabij de hoofdentree plaats te vinden. Panden met de combinatie van winkels en (boven)woningen dienen het aanbrengen van reclame-uitingen in de zone tussen de bovendorpel van de winkelpui(en) en de onderdorpel van de ramen op de eerste verdieping plaats te vinden. Lichtreclame en bijvoorbeeld vlaggen zijn toegestaan maar niet in felle of schreeuwerige kleurcombinaties.

Ter verhoging van de sociale veiligheid van deze omgeving moeten de etalages bij voorkeur, ook ‘s avonds, licht uitstralen. Het aanbrengen van dichte rolluiken en afplakken van raampartijen moet daarom zoveel mogelijk worden tegengegaan. De uitstalling van reclameborden en/of winkelwaren al dan niet op openbaar gebied is in beginsel onder voorwaarden toegestaan. Voorwaarden liggen in de lijn van niet gevaarlijk, hinderlijk en belemmerend zijn voor winkelend publiek en minder validen, ander verkeer en hulpverleningsvoertuigen. Onder uitstallingen worden ook verstaan verfraaiingen met potplanten, boompjes en ander meubilair. Onderlinge afspraken tussen de verschillende winkeliers in vorm van verenigingen om verrommeling tegen te gaan zijn zeer welkom.

◀ *Beeld; Winkelstraat/-centrum*

GEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

3.3 Bedrijventerreinen

Bedrijventerreinen zijn vaak geïsoleerde gebieden die minder interactie hebben met de omgeving en een andere uitstraling hebben. Binnen deze gebieden kunnen goed onderlinge afspraken over reclame-uitingen gemaakt worden doormiddel van ondernemersverenigingen. Desalniettemin kunnen deze gebieden grote impact hebben op de omgeving met reclamezuilen en grote verlichte gevelreclame. Richtlijnen worden daarom wel nodig geacht, maar in een veel ruimere bandbreedte op het terrein zelf.

Zo zijn handelsreclames en/of naamsaanduidingen gewoon mogelijk op het terrein van de onderneming. Voor verwijsreclame heeft een standaardvoorziening bij de ingang van een bedrijventerrein de voorkeur. Het aan of op een gebouw maken van reclame naar een openbare weg, die buiten het industrieterrein is gelegen, is in beginsel onder voorwaarden toegestaan. De A67 vormt hierop een uitzondering, omdat de aan deze weg gelegen industrieterreinen door de verplichte groenstrook aan het gezicht worden onttrokken. Reclame gericht naar de autosnelweg is niet toegestaan.

GEWENST

ONGEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

3.4 Woongebieden

De woongebieden bestaan voornamelijk uit woonwijken die na 1900 zijn gebouwd net achter of tussen de doorgaande historische straten. Deze gebieden zijn vaak volledig monofunctioneel en wordt gebruikt voor wonen, er is in beginsel geen bedrijfsactiviteit. Reclame-uitingen en uitstallingen worden dan ook niet als wenselijk ervaren. Toch zijn er een aantal locaties waar van oudsher echter al (buurt)winkels en/of bedrijven gevestigd zijn en hebben verschillende woningen een bedrijf of praktijk aan huis.

In woonwijken wordt reclame zo veel mogelijk beperkt. Een kleine naamsaanduiding van het bedrijf of praktijk aan huis, eventueel zwak indirect aangelicht, is mogelijk maar lichtreclame is uitgesloten. Een kleine uitstalling van koopwaren, terras en/of reclamebord is in beginsel bij winkel- of horeca-onderneming toegestaan. Reclame en uitstallingen mogen niet in contrasterende kleuren worden uitgevoerd.

◀ *Beeld; Woongebieden*

GEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

GEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

3.5 Buitengebied

Het buitengebied wordt gekenmerkt door een sterk groen karakter van lanen, akkers, weides en bospartijen. Dit zijn de wegen die je van het ene dorp (of akker, bospartij etc.) naar een ander dorp leiden. Langs deze wegen zijn voornamelijk agrarische bedrijven gehuisvest, die soms ook recreatieve functies herbergen.

In het buitengebied wordt reclame zoveel mogelijk beperkt. Tenzij deze betrekking hebben op enig beroep, bedrijf, of dienst, is een beperkte en passende naamsaanduiding van het bedrijf mogelijk. Deze reclame kan eventueel zwak indirect aangelicht zijn, maar lichtreclame is ook hier niet gewenst. Overige reclameobjecten en (tijdelijke) reclame op onbebouwde percelen zijn in het buitengebied niet wenselijk.

GEWENST

ONGEWENST

ONGEWENST

GEWENST

3.6 Specifieke gebieden

Verkooppunt voor motorbrandstoffen

Benzinestations worden apart behandeld aangezien deze bedrijven in diverse gebieden kunnen liggen en toch een hele specifieke uitstraling hebben. Met name de luifel en de losse reclametekens almede het product en de prijs aanduidingsborden/reclamezuilen zijn hierin bijzondere (opvallende) objecten.

De bedoeling is om deze bedrijven niet te veel een eigen leven te laten leiden maar meer op te nemen in zijn omgeving. Dit betekent dat de specifieke (merk gebonden) uitstraling mogelijk is, maar dat losse objecten zoals banners, vlaggen etc. beperkt worden.

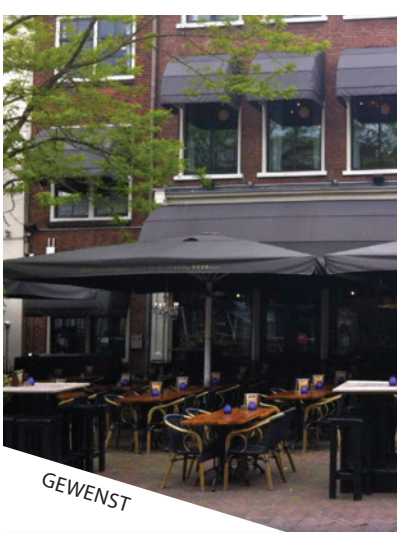
Sport- en recreatieterreinen

Deze terreinen zijn vaak gekenmerkt met een royale groene uitstraling door middel van windsingels en bosschages. Daarmee worden deze terreinen bijna als vanzelfsprekend opgenomen in zijn groene omgeving, wat als positief ervaren wordt.

Het voeren van reclame naar binnen gericht is onder voorwaarden toegestaan. Het gaat hierbij vooral om borden rondom de sportvelden, op tribunes en reclame-uitingen aan het clubgebouw of activiteiten op het terrein zelf. Verlichte reclame is uitgesloten. Eén van de voorwaarden is dat reclame nauwelijks zichtbaar is vanaf de openbare vaak landelijke wegen. Een bord met naamsaanduidingen van de gevestigde sportverenigingen of recreatiebedrijven nabij de entree aan de openbare weg is wel mogelijk. De naamsaanduiding van recreatiebedrijven kan eventueel zwak indirect aangelicht zijn, maar lichtreclame is hier niet gewenst.

ONGEWENST

GEWENST



GEWENST

GEWENST

ONGEWENST

3.7 Terrassen (algemeen)

Terrassen zijn essentieel onderdeel van de bedrijfsvoering van de horecabedrijven. De plaatsing van terrassen heeft een grote invloed op de uitstraling van de openbare ruimte. Voor de terrassen is een samenhang in meubilair en aanverwante van belang. Ingetogen verschillen tussen onderlinge terrassen maken sfeer en geven herkenbaarheid. Ingetogenheid voorkomt dat terrassen schreeuwerig overkomen en subtiele pleinruimtes (bijv. een dorpslint of Markt) hierdoor overstemd worden. Bij voorkeur hebben parasols een donkere uitstraling maar zijn in ieder geval passend bij de uitstraling van de gevel van het desbetreffende pand en de daarbij behorende buitenruimte. Ingetogenheid en stijl zijn sleutelwoorden voor de keuze van de uitstraling van een terras. Felle contrasterende kleuren en schreeuwerig meubilair dragen niet bij aan een sfeervolle inrichting en worden daarmee ter discussie gesteld. Terrassen moeten een onderdeel vormen van en passen in de omgeving en bijdragen aan de levendigheid van de straat of buurt. Schermen, parasols, plantenbakken of ander meubilair die in buitenruimte geplaatst wordt, zijn beperkt toegestaan, in een donkere of ingetogen kleurstelling. Wandelroutes gaan op enige afstand langs de panden tussen de verschillende terrassen en uitstallingen door of er voor langs. De toegangen kunnen onbelemmerd bereikt worden.

primera
trekking elke 10e van de maand
10
trekking
10 juli
koop nú
de laatste
Staatsloten!
nog
2
dagen
pak die Mega Jackpot!
12,1
miljoen
Staatsloterij

4 Richtlijnen

4.1 Algemeen

Naast de algemene beschrijvingen in hoofdstuk 3 worden in dit hoofdstuk richtlijnen aangegeven per gebied of onderwerp. Per gebied worden reclame-uitingen gelimiteerd tot een maximale maatvoering en/of aantal. De aanvragen die vallen binnen de richtlijnen bieden rechtstreeks zicht op realisatie. Aanvragen met meer ruimtelijke impact en alles dat buiten de richtlijnen valt, gaat ter advisering naar de commissie. Deze beoordeelt de aanvraag aan de hand van de zes handvatten zoals benoemd in hoofdstuk 2.

Er zijn veel verschillende vormen van reclame-uitingen. Als we deze uitingen groeperen waar de uiting geplaatst is, komen we op de volgende indeling:

- Gevelreclame: Hieronder vallen: belettering, borden, gevelvlaggen en verlichting, allen gemonteerd aan de gevel van het desbetreffende pand.
- Uitstallingen: Hierbij worden alle elementen bedoeld die rondom het pand worden uitgestald. Dit zijn verkoopwaar, borden, windschermen, bloembakken, vlaggen op een voet, terrasinrichting etc.
- Tijdelijke reclame: Alle elementen die niet direct aan een pand (winkel, horeca gelegenheid etc.) kan worden gekoppeld en tijdelijk van aard zijn. Hieronder vallen bijvoorbeeld bouwborden, verkoopborden van vastgoed, reclame voor evenementen, landelijke campagnes (zoals collectes) e.d.

De wijze van meten voor reclame is opgenomen in de bijlage VI. Voor locaties van billboards, dorpszuilen, lichtmastreclame die aan de orde kunnen zijn, wordt verwezen naar de bijlagen II tot en met V.

4.2 Historische dorpskernen en linten

Richtlijn		
Gevelreclame		▪ Maximaal 3% van betreffende geveloppervlak. ▪ Sterke voorkeur voor losse belettering. ▪ Reclame loodrecht op gevel beperkt mogelijk. ▪ Eventueel zeer zwak aangelicht. ▪ Twee vlaggen toegestaan, max. 0,25m². ▪ Geen reclame bovenop luifels. ▪ Reclame plaatsen aan gevel met de hoofdtoegang, voor alle andere gevels is een kwart van de hier opgegeven maatvoering toegestaan. ▪ Gevelreclame voor woningen met praktijk/bedrijf aan huis maximaal 0,25m², eventueel zeer zwak aangelicht, geen lichtreclame. ▪ **Aanvragen in dit gebied altijd via commissie.**

Uitstallingen	Uitstallingen	▪ Locaties uitstallingen volgens kaarten in bijlage II of onderstaande regels als deze niet zijn aangegeven op de kaarten. ▪ Doorloop minimaal 1,5 meter breed. ▪ Geen dubbele uitstallingen (dat wil zeggen geen twee stroken met uitstallingen). ▪ Uitstallingen tegen gevels maximaal 1,8 meter hoog en tot 1,0 meter breed ▪ Uitstallingen niet tegen gevels maximaal 1,0 meter hoog. ▪ Maximaal twee uitstallingen.
	Terrassen	▪ Locaties terrassen volgens kaarten in bijlage II of onderstaande regels als deze niet zijn aangegeven op de kaarten. ▪ Doorloop minimaal 1,5 meter breed en logisch aansluitend op aangrenzende loopstrook (geen zigzag). ▪ Terrassen maximaal 5,0 meter breed. ▪ Materiaal en kleurgebruik zoals omschreven in 3.1 of via commissie.
Tijdelijke reclame		▪ Uitstallingsborden in hout/krijtbord, maximaal 0,5m² (dubbelzijdig). Andere borden aanvraag via commissie.
Overig		▪ Geen extra vlaggenmasten (alleen volgens regels vergunningvrij bouwen: één vlaggenmast per onderneming). ▪ Alle andere zaken via commissie.

4.3 Winkelstraat/-centrum

Richtlijn		
Gevelreclame		▪ Maximaal 5% van betreffende geveloppervlak. ▪ Eventueel beperkt aangelicht/ verlicht. ▪ Reclame loodrecht op gevel beperkt mogelijk. ▪ Maximaal 1 vlag per 10m1 met een maximum van 2. ▪ Reclame plaatsen aan gevel met de hoofdtoegang, voor alle andere gevels is een kwart van de hier opgegeven maatvoering toegestaan. ▪ Gevelreclame voor woningen met praktijk/bedrijf aan huis maximaal 0,5m², eventueel zwak aangelicht, geen lichtreclame.

Uitstallingen	Uitstallingen	▪ Locaties uitstallingen volgens kaarten in bijlage II of onderstaande regels als deze niet zijn aangegeven op de kaarten. ▪ Doorloop minimaal 1,5 meter breed. ▪ Doorloop in de Nieuwstraat in Eersel minimaal 2,5 meter breed. ▪ Doorlopen logisch aansluitend op aangrenzende loopstrook (geen zigzag). ▪ ▪ Uitstallingen tegen gevels maximaal 1,8 meter hoog tot 1,0 meter breed. ▪ Uitstallingen niet tegen gevels maximaal 1,0 meter hoog. ▪ Maximaal twee uitstallingen.
	Terrassen	▪ Locaties terrassen volgens kaarten in bijlage II of onderstaande regels als deze niet zijn aangegeven op de kaarten. ▪ Doorloop minimaal 1,5 meter breed. Terrassen maximaal 5,0 meter breed. ▪ Doorloop Nieuwstraat minimaal 2,5 meter breed. ▪ Doorlopen logisch aansluitend op aangrenzende loopstrook (geen zigzag). ▪ Materiaal en kleurgebruik zoals omschreven in 3.7 of via commissie.
Tijdelijke reclame		▪ Spandoeken e.d. voor incidentele aangelegenheden maximaal 2m² voor maximaal 4 weken.
Overig		▪ Geen extra vlaggenmasten (alleen volgens regels vergunningvrij bouwen: één vlaggenmast per onderneming). ▪ Alle andere zaken via commissie.

4.4 Bedrijventerreinen

Algemeen:

- alleen bedrijfsgebonden merkreclame, logo en/of naamsaanduiding;
- reclame achter of op glas wordt als reclame verstaan;
- geen verwijsreclame of alleen centraal geregeld;
- de vorm, plaats en kleur dient te worden afgestemd op de desbetreffende gevelopzet;
- verlichting ten behoeve van reclamedoeleinden, mag geen hinderlijke instraling hebben op woningen;
- Reclame-uitingen dienen naar het bedrijventerrein zelf gericht te zijn. Uitzondering hierop zijn bedrijven die ook een gevel hebben aan een doorgaande weg, bijvoorbeeld op een gevel op hoeklocatie of achtergevel. Aan die andere gevels is beperkt reclame mogelijk;
- Voor reclamevoering langs deze wegen gelden de richtlijnen als van hoekpercelen. Dit geldt niet langs A67, dit in verband met de daar vanuit het bestemmingsplan vereiste groene inpassing. Reclame gericht naar de A67 is niet toegestaan.

Richtlijn		
	Tegen gevel	**Op dakrand**
Gevelreclame	▪ Reclame bij voorkeur aan de gevel met de hoofdtoegang. Bij gebruik van een andere gevel is maximaal een kwart van hier omschreven regels toegestaan. ▪ Aan borden of letters, maximaal 20% van betreffende geveloppervlak. ▪ Vlaggen; maximaal 1 per 5 m1 gevel met maximum van 10. Per vlag maximaal 1,5m².	▪ Maximaal 5% van betreffende geveloppervlak. ▪ Alleen op gevel van de hoofdtoegang. ▪ Maximaal 10m². ▪ Aanlichten of lichtbak toegestaan. ▪ Voorkeur voor losse letters.
Vrijstaand op erf	▪ Maximaal 3m² borden/zuilen per bedrijf, eventueel dubbelzijdig. Vlaggen maximaal 2 m². ▪ Maximale hoogte van reclame object is 3 meter. ▪ Maximale totale hoogte is 3 meter vanaf maaiveld. ▪ Vlaggenmasten maximaal 6 meter hoog vanaf maaiveld. ▪ Maximaal aantal vlaggenmasten is 10. ▪ Voorkeur voor losse letters boven borden of lichtbakken. ▪ Verkeersveilige plaatsing. ▪ Voorkeur voor vormgegeven object.	
Tijdelijke reclame	▪ Spandoeken e.d. voor incidentele aangelegenheden maximaal 10m² voor maximaal 4 weken.	

4.5 Woongebieden

Algemeen:

- uitsluitend op begane grond;
- verkeersveilige plaatsing en een vrije doorgang van minimaal 2,5 meter trottoir;
- alleen bedrijfsgebonden merkreclame, logo en/ of naamsaanduiding;
- geen verwijsreclame;
- de vorm, plaats en kleur dient te worden afgestemd op de desbetreffende gevelopzet;
- geen verlichting of zwak indirect aanlichten ten behoeve van reclamedoeleinden;
- kleine uitstallingen, alleen aanwezig tijdens openingstijden.

Richtlijn		
	Tegen gevel	**Vrijstaand op voorerf**
Woonbestemming met praktijk, makelaar en/ of winkel	▪ Maximaal 0,5m² ▪ Zwak aanlichten mogelijk, geen lichtreclame.	▪ Maximaal 0,5m² (evt. dubbelzijdig), maximaal 1 meter hoog. ▪ Zwak aanlichten mogelijk, geen lichtreclame.
Bedrijfs- en horecabestemming	▪ Maximaal 1,5m² ▪ Zwak aanlichten of lichtreclame mogelijk. ▪ Vlaggen: maximaal 2, 0,5m² per vlag.	▪ Maximaal 0,5m² (evt. dubbelzijdig), maximaal 1 meter hoog. ▪ Zwak aanlichten of lichtreclame mogelijk. ▪ Geen extra vlaggenmasten (alleen volgens regels vergunningvrij bouwen: één vlaggenmast per onderneming).
Winkelbestemming	▪ Maximaal 3m² ▪ Zwak aanlichten of lichtreclame mogelijk ▪ Vlaggen; maximum van 2, o,5m² per vlag.	▪ Maximaal 0,5m² (evt. dubbelzijdig), maximaal 1 meter hoog. ▪ Zwak aanlichten of lichtreclame mogelijk. ▪ Geen extra vlaggenmasten (alleen volgens regels vergunningvrij bouwen: één vlaggenmast per onderneming).
Uitstallingen en terrassen	▪ Maximaal 2m² per 10 m1 gevel. ▪ Direct aansluitend en evenwijdig aan de voorgevel. ▪ Maximale hoogte van winkelrekken 1,8m tegen gevels of smaller dan 1,0 meter. ▪ Maximale breedte van uitstalling en eventuele reclame-uitstalling 2 meter. ▪ Minimale doorloop trottoir van 2,5 meter ▪ Materiaal en kleurgebruik zoals omschreven in 3.4 of via commissie.	

4.6 Buitengebied

Algemeen:

- alleen bedrijfsgebonden merkreclame, logo en/of naamsaanduiding;
- geen verwijsreclame;
- de vormgeving, plaats en kleur dient te worden afgestemd op de desbetreffende gevelopzet;
- zwak aangelichte reclame, geen lichtreclame.

Richtlijn			
	Agrarische bedrijfsbestemming al dan niet met nevenactiviteiten		**Niet agrarische bedrijfsbestemming**
Onbebouwd perceel	▪ Geen reclame toegestaan.		
Vrijstaand op bebouwd perceel	▪ Max. opp. per object 1m² (eventueel dubbelzijdig). ▪ Max. breedte 2 m. ▪ Max. hoogte 1,5 m + maaiveld. ▪ Max 1 object per terrein. ▪ Directe relatie met toegang. ▪ Geen extra vlaggenmasten (alleen volgens regels vergunningvrij bouwen: één vlaggenmast).		▪ Max. opp. per object 1m². ▪ Max. breedte 2m. ▪ Max. hoogte 1,5 m + maaiveld. ▪ Max. 2 objecten per terrein. ▪ Directe relatie met toegang ▪ Maximaal 3 vlaggenmastentoegestaan (2 + 1 volgens regels vergunningvrij bouwen).
Aan een gebouw	▪ Max. 1 naamsaanduiding. ▪ Max. 2,5m². ▪ Max. 1 vlag. ▪ Logische plaatsing op de voorgevel van het gebouw.		▪ Max. 2 naamsaanduidingen. ▪ Max. 2,5m² ▪ Max. 3 vlaggen. ▪ Logische plaatsing op de voorgevel van het gebouw.
Overig	Alle andere zaken via commissie.		

4.7 Specifieke gebieden

Algemeen sport-, recreatie- en evenemententerreinen:

- reclame is alleen toegestaan om de velden of terreinen waarop de sport beoefend of gerecreëerd wordt;
- m.u.v. de clubnaam en/of de naam van het terrein mag geen reclame zich richten naar de
- openbare weg en/of ruimte;
- Geen aangelichte en/of lichtreclame naar omgeving.

Richtlijn		
Tegen tribunes	**Op of tegen gevel(s)**	**Vrijstaand**
Naar veld gericht.	▪ Naam maximaal 2m². ▪ Aanlichten toegestaan. ▪ Naam in lichtreclame maximaal 1m². ▪ Merkreclame maximaal 1 m² tegen de gevel van (club)gebouwen.	▪ Naam vereniging/terrein maximaal 2m² ▪ Reclameborden rond sportvelden naar het veld gericht. ▪ Geen lichtreclame en/of aanlichten. ▪ Maximaal 5 vlaggenmasten per (club)gebouw.

Algemeen verkooppunt voor motorbrandstoffen:

- slechts bedrijfsgebonden merkreclame, logo en/of naamsaanduiding en interne acties
- geen verwijsreclame;
- lichtreclame alleen toegestaan tegen de luifelrand, de pompeilanden en de pompshop;
- brandstofproducten- /prijsborden alleen inwendig zwak verlichten of zwak aanlichten.
- oplichtende tekst en/of cijfers zijn niet toegestaan.
- verlichting ten behoeve van reclamedoeleinden mag geen hinderlijke instraling hebben op
- woningen en omgeving;
- de vormgeving, plaats en kleur dient te worden afgestemd op de desbetreffende gevelopzet;
- verkeersveilige plaatsing en een vrije doorgang van 2,5 meter trottoir

Richtlijn			
	Tegen gevel	**Op dakrand**	**Aan luifel**
Gevelreclame	▪ Maximaal 10% van betreffende geveloppervlak. ▪ Lichtbakken max. 3% van betreffende geveloppervlak. ▪ Dakranden en boeidelen in huisstijl max. 15% van betreffende geveloppervlak. ▪ Maximaal 3 vlaggen. Per vlag max. 1 m².	▪ 5% van betreffende geveloppervlak. ▪ Maximaal 5m² aanlichten of lichtbak toegestaan. ▪ Maximaal 5 vlaggenmasten.	▪ Dakranden en boeidelen in huisstijlkleuren met logo toegestaan ▪ Verlichting alleen naar de weg toegekeerde zijde.
Uitstallingen	▪ Max. 1 brandstofproduct/prijsbord per pompeiland ▪ Max. 2 instructie- of verwijsborden voor nevenfuncties (wasstraat, water en lucht) van max.0,5m² ▪ Prijs en productbord max. hoogte 1,5m. ▪ Maximaal 3 vlaggenmastentoegestaan (2 + 1 volgens regels vergunningvrij bouwen). ▪ Verkoopwaar binnen een strook van 1 meter vanaf de voorgevel (hoofdentree) van de pompshop.		
Tijdelijke reclame bij functie	▪ 1 spandoek voor acties en maximaal 2 m², voor max. 4 weken.		

Algemeen openbare ruimte binnen de bebouwde kom:

- dit beleid geldt niet tijdens evenementen, markten en voor standplaatsen
- verkeersveilige plaatsing en een vrije doorgang van 1,5 meter trottoir
- uitstallingen mogen de vrije doorgang van het publiek of wegverkeer niet belemmeren

Richtlijn		
	Soort	**Op openbaar gebied**
Openbare ruimte binnen de bebouwde kom	▪ Permanente reclame, zoals borden, platen, aanhangers, wagens, vlaggen e.d.	▪ Niet toegestaan. Uitzondering zie paragraaf 4.8.
	▪ Verwijzingen, zoals borden, platen, aanhangers, wagens, vlaggen, e.d.	▪ Niet toegestaan, uitzondering: ▪ Plaatsnaamaanduidingen. ▪ Gemeentelijke (recreatieve en educatieve) verwijzingen. ▪ Bewegwijzering ANWB. ▪ Evenementen of tentoonstelling met vergunning. ▪ Betrekking hebbend op werk in uitvoering. ▪ In verband met campagne, bijvoorbeeld verkeersveiligheid.

4.8 Overige richtlijnen

(driehoeks)Borden
De (driehoeks)borden en/of sandwichborden langs een weg worden dermate als storend ervaren dat deze binnen de gemeente beperkt worden toegestaan. In het openbaargebied wordt per dorp een locatie aangewezen waar door of in opdracht van de gemeente mogelijk een reclame- of informatiezuil geplaatst kan worden. Op deze zuilen kunnen de verschillende activiteiten die het dorp of de gemeente te bieden heeft aangeplakt. Er is dan maximaal 1 poster per activiteit per zuil mogelijk. De omvang van de poster mag maximaal 1m² bedragen. De locaties van de zuilen staan in bijlage III. Daarnaast mogen, met ontheffing, (driehoeks)borden geplaatst worden.

Deze borden moeten aan de onderstaande voorschriften voldoen:

- Borden voor evenementen buiten de Kempengemeenten (gemeenten Eersel, Bergeijk, Bladel, Oirschot en Reusel-De Mierden) zijn niet mogelijk.
- Voor evenementen, inclusief verkiezingscampagnes, mogen in de totale gemeente maximaal 15 tijdelijke reclameborden worden geplaatst gedurende maximaal 14 dagen.
- De tekst c.q. afbeelding op de reclameborden mag de openbare orde en zedelijkheid niet aantasten en ook niet kwetsend dan wel aanstootgevend.
- De reclameborden mogen alleen worden geplaatst tijdens bovengenoemde periode en ten behoeve van het evenement. Onmiddellijk na afloop van de periode moeten de borden worden verwijderd.
- De afmetingen van de borden mag maximaal 125 cm x 90 cm bedragen, of een daaraan gelijke oppervlakte.
- De reclameborden mogen uitsluitend aan c.q. rond de binnen de bebouwde kom staande lantaarnpalen worden aangebracht middels een constructie. De affiches mogen niet op de lantaarnpalen worden geplakt. Zij mogen niet worden aangebracht aan c.q. rond bomen, kabelkasten, muren, schuttingen, trafohuisjes, abri's, verkeerspalen of ander straatmeubilair. Reclameborden op staanders zijn niet toegestaan. Buiten de bebouwde kom zijn geen reclameborden toegestaan.
- De reclameborden mogen niet op en binnen een afstand van 30 meter van kruispunten, wegsplitsingen of dergelijke worden aangebracht.
- Maximaal 2 reclameborden per straat en een minimale onderlinge afstand van 50 meter.
- De reclameborden mogen vanwege verkeersveiligheid en beeldkwaliteit niet worden geplaatst in de volgende historische kernen of bebouwingslinten: Duizel: Groenstraat en Smitseind; Eersel: Dijk, Duizelseweg, Gebroeders Hoeksstraat, Hint, Kerkstraat, Markt, Nieuwstraat en Willibrorduslaan; Knegsel: Het Groen; Vessem: Wilhelminalaan en Jan Smuldersstraat (wel vanaf Flinkert tot Lille); Wintelre: Kerkstraat en Willibrordusstraat.
- De reclameborden mogen niet zodanig worden aangebracht dat deze het verkeer hinderen of in gevaar brengen. Dit is ook van toepassing bij fietspaden langs de rijbaan.
- De reclameborden mogen uitsluitend worden aangebracht binnen de rand van het trottoir. Op het trottoir dient steeds een doorgang van ten minste 1 meter te worden vrijgehouden ten behoeve van de onbelemmerde doorgang van rolstoel- en overige gebruikers van het trottoir.
- Schade aan personen en / of eigendommen van de gemeente en / of van derden, die het gevolg is van de aanwezige borden, komt voor rekening van de ontheffinghouder.
- Reclameborden die in strijd met de ontheffing worden geplaatst, kunnen onmiddellijk door de gemeente worden verwijderd zonder voorafgaand overleg met de ontheffinghouder.

Het college van burgemeester en wethouders hebben de bevoegdheid een exclusieve partner aan te wijzen voor het plaatsen van tijdelijke reclameborden. Alleen door die partner mogen tijdelijke reclameborden worden geplaatst met inachtneming van bovenstaande richtlijnen. Organisatoren van evenementen krijgen in dat geval niet zelfstandig ontheffing voor het plaatsen van tijdelijke reclameborden maar moeten hiervoor terecht bij de exclusieve partner.

Verkiezingsborden
Reclame of aanduidingen tijdens verkiezingstijd worden centraal geregeld. De gemeente plaats centraal verkiezingsborden in alle kernen van de gemeente Eersel. De meeste locaties zullen zo centraal mogelijk in het dorp zijn gelegen. Op elk bord kunnen partijen posters aanplakken. Maatvoering van posters zijn de eigen verantwoordelijkheid van de politieke partijen. Daarnaast bestaat de mogelijkheid om ontheffing te krijgen voor tijdelijke (driehoeks)borden zoals hiervoor beschreven. Eigen borden om lantaarnpalen, stickers en andere reclameobjecten zowel binnen als buiten de bebouwde kom zijn niet toegestaan.

Informatiemogelijkheden nabij de entree van de dorpen
Nabij de grens van de bebouwde kom (de entrees van de dorpen) mogen door of in opdracht van de gemeente (digitale) informatieborden geplaatst worden. De afmeting van de borden mag maximaal 2,5m² zijn. Het gebruik van digitale of led borden is toegestaan. Nabij deze locaties kan ontheffing worden verleend voor het plaatsen van een spandoek (voor bijvoorbeeld een evenement of landelijke campagne) tot een maximale duur van 4 weken.

Reclame op abri's
Reclame op abri's is mogelijk tot maximaal 2 wanden van de abri, eventueel dubbelzijdig.

Verrijdbare reclame
Verrijdbare reclame betreft reclamevoertuigen en/of borden die geplaatst zijn op een aanhanger of een dusdanige constructie hebben dat de borden makkelijk verplaatsbaar zijn. Deze vorm van reclame maken vindt zowel plaats op de openbare weg, de gemeentelijke groenvoorzieningen en overig onbebouwd terrein zowel binnen als buiten de bebouwde kom. Omdat deze vorm van reclame zeer storend werkt in deze omgeving, daarnaast soms onnodig, de vaak schaarse parkeerruimte inneemt en gevaarlijke verkeerssituaties kan opleveren, is deze vorm van reclamevoering niet toegestaan.

Verwijsreclame
Verwijzingen al dan niet in het openbaar gebied naar bedrijven zijn niet toegestaan, met uitzondering van de standaard verwijzingen nabij de entrees van bedrijventerreinen en verwijsreclame die past binnen de kaders van de lichtmastreclame.
Toeristische en recreatieve bewegwijzering en verwijzingen naar openbare gebouwen,
instellingen en gebieden, geschiedt binnen een bepaalde standaard door of in opdracht van de gemeente. De bedrijfsnamen op deze bewegwijzering hebben niet tot doel het maken van reclame.

Reclame aan lichtmasten of lantaarnpalen
Lichtmastreclame is, behoudens in historische dorpslinten, acceptabel op de grotere doorgaande wegen. Lichtmastreclame is uitsluitend toegestaan in volgende wegen of weggedeelten (zie ook bijlage IV):

- Molenweg en Habraken
- Postelseweg vanaf Habraken tot aan Laaghuizerweg
- Schadewijkstraat vanaf rotonde Hoogstraat tot kruising Dreef
- Bergeijksedijk
- Ganzestaartsedijk
- De Hoefse Weg
- Wolverstraat vanaf de aansluiting Smitseind tot Habraken
- Slikdijk binnen de kom tot aan kombord
- Eindhovenseweg (gedeelte binnen de bebouwde Kom)
- Alle wegen binnen het bedrijventerrein “De Haagdoorn”;
- Alle wegen binnen het bedrijventerrein “Meerheide”.

Lichtmastreclame is langs de opgesomde en op de kaart en in bijlage IV aangegeven wegen of weggedeelten toegestaan onder de volgende voorwaarden:

- De afmetingen van de te plaatsen reclame zijn: maximaal 0,7 m2;
- De onderlinge afstand van de reclame is minimaal 40 m1;

Reclame langs wegen binnen de bebouwde kom
Reclame langs wegen binnen de bebouwde kom is niet toegestaan. Op dit algemene verbod van reclametekens langs wegen binnen de bebouwde kom zijn de volgende uitzonderingen van toepassing:

Tijdelijke reclame aan lichtmasten, zoals hiervoor vermeld;
Vermelding van een bedrijfsnaam op in door de gemeente Eersel aan derden in onderhoud gegeven groenvoorziening op rotondes;
- Deze vermelding van de bedrijfsnaam mag maximaal 4 keer per rotonde aanwezig zijn;
- Deze naamsaanduiding mag op een bord van maximaal 0,25m2 zijn aangebracht met een maximale hoogte van 0,6m boven maaiveld.

Het college van burgemeester en wethouders kan andere vormen en plaatsen aanwijzen voor reclame langs wegen.

Billboard
Het is op de in bijlage V opgenomen locaties toegestaan een dubbelzijdige billboard te plaatsen met een maximale oppervlakte van 3,5 meter x 2,5 meter, met een bouwhoogte van maximaal 5 meter. Deze billboards mogen zijn uitgevoerd als licht/led reclame.
Het college van burgemeester en wethouders kan andere plaatsen aanwijzen voor billboards.

Reclamemasten
In beginsel worden geen reclamemasten toegestaan. Met maatwerk kunnen bijzondere masten of kunstwerken als object al dan niet met reclame-uitingen worden geplaatst. Initiatieven worden ter beoordeling voorgelegd aan de commissie en moeten altijd voor een volledige belangenafweging

via besluitvorming naar het college van burgemeester en wethouders.
Door een zorgvuldige of bijzondere vormgeving kunnen deze passen in de omgeving. Voor Eersel kan een eventuele mast een positieve bijdrage leveren als plezierige omgeving om te wonen, werken en verblijven. De inzet is om te komen tot een win-winsituatie, zowel voor de initiatiefnemer, als de meerwaarde voor het algemeen maatschappelijk belang van de gemeente Eersel. Dit kan tot uiting komen in de architectonische vormgeving. De commissie en het college zullen deze meerwaarde toetsen. Voor het borgen van de kwaliteit moeten masten in principe worden geplaatst in het openbaar gebied, op gronden die in eigendom zijn van de gemeente Eersel.

Verkoop onroerend goed
Reclame voor openbare verkoping, verkoop, verhuur of verpachting van het betreffende pand of perceel is toegestaan voor zolang zij feitelijk betekenis heeft en het totale oppervlak niet groter is dan 0,8 m² per bord/aanplakking met een maximum van 3 borden/aanplakkingen per onroerende zaak. Verwijzingen naar verkoop van onroerende zaken, bijvoorbeeld nabij een toegangsweg van een pand of wijk, zijn niet toegestaan.
Verkoop van onroerend goed en bouwkavels in nieuwbouwijken alleen in of in de directe nabijheid van het plan.

Reclame op/voor evenemententerrein
Het is toegestaan om op en voor evenemententerreinen tijdelijke reclame te maken, voor het evenement op het terrein waar het evenement plaatsvindt. Dit geldt voor een maximum van 4 weken. De maximale hoogte bedraagt 5 meter tot een oppervlakte van maximaal 25m².

Overgangsbepalingen
Bestaande reclame-uitingen die geplaatst zijn met vergunning, ontheffing of andere toestemming van de gemeente en afwijken van het nieuwe beleid, worden gerespecteerd. Bij nieuwe aanvragen op dezelfde locatie wordt het reclamebeleid onverkort toegepast. Voor reclame-uitingen die reeds langer gedoogd worden, maar niet in overeenstemming zijn met het reclamebeleid, wordt een overgangstermijn gehanteerd. Hierbij zijn de volgende situaties te onderscheiden:
er is geen vergunning en of melding, maar de reclame-uiting past binnen het reclamebeleid:

- de mogelijkheid wordt geboden om, binnen zes weken na aanschrijving, de reclame-uiting te legaliseren door middel van het aanvragen van een vergunning en of melding. Wordt hiervan geen gebruik gemaakt, dan wordt een handhavingsprocedure opgestart;
- er is geen vergunning en of melding én de reclame-uiting past niet in het reclamebeleid: de reclame-uitingen moeten binnen een redelijke termijn na aanschrijving worden verwijderd;De enigszins gewijzigde indeling van de terrassen aan de westzijde van de Markt in Eersel, zoals opgenomen op de kaarten in bijlage II, gaan gelden vanaf het jaar 2017.

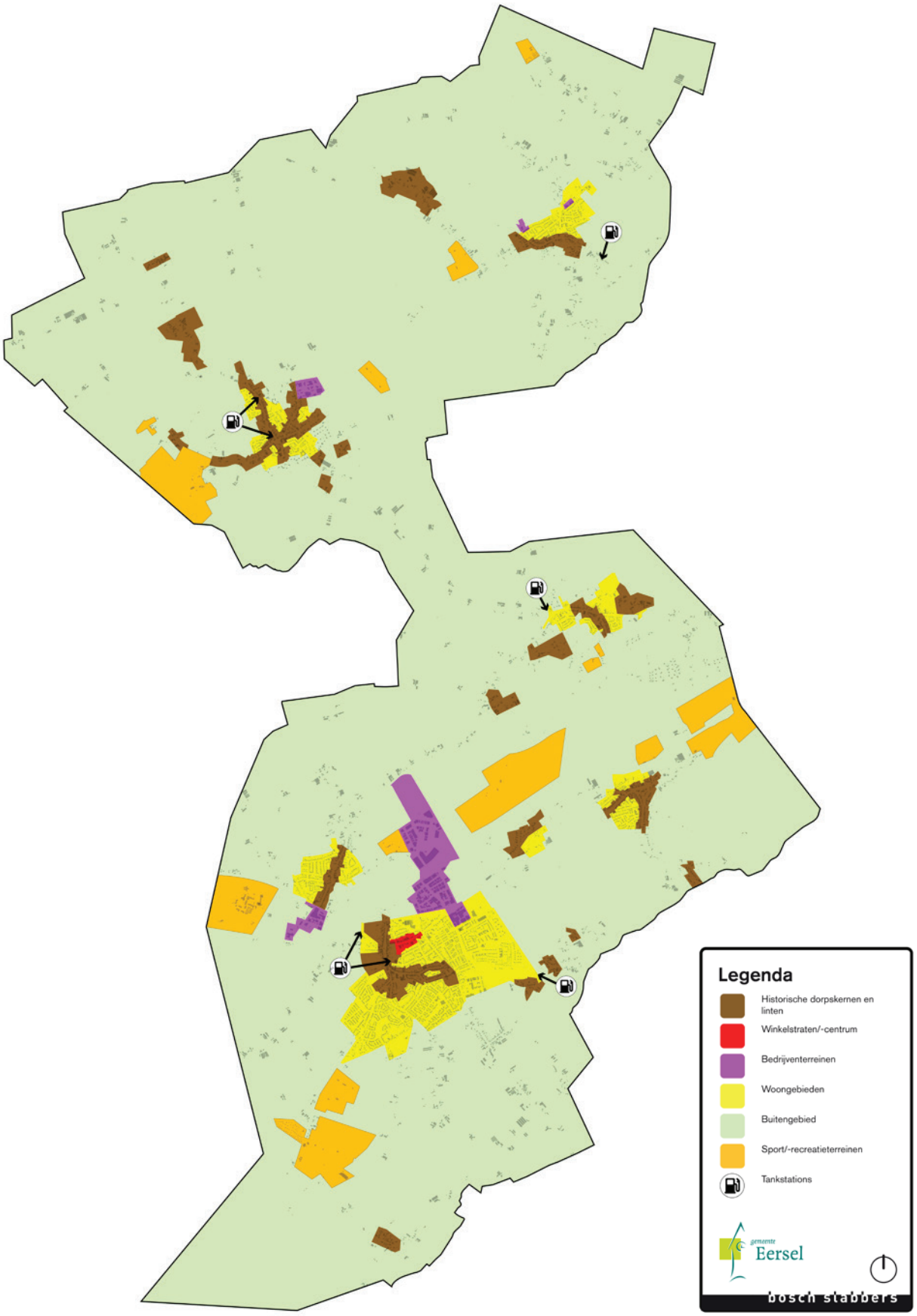
Excessenregeling
De gemeente hanteert bij het toepassen van de excessenregeling het criterium dat er sprake moet zijn van een buitensporigheid in het uiterlijk die ook voor niet-deskundigen evident is en die afbreuk doet aan de ruimtelijke kwaliteit van een gebied. Van excessen kan bijvoorbeeld sprake zijn bij te opdringerige reclame-uitingen, buitensporige verlichting / lichthinder, toepassing van felle of contrasterende kleuren en/of armoedig materiaalgebruik, die een inbreuk doet op wat in de omgeving gebruikelijk is. De mogelijkheid om achteraf bij excessen in te grijpen is altijd mogelijk. Dit ter voorkoming van excessen in (kwetsbare) gebieden. Waarbij het duidelijk zal zijn dat in een gebied waarvoor volgens de welstandsnota een hoog welstandsniveau is vastgesteld er eerder sprake kan zijn van een exces dan in een gebied met een laag niveau.

Vangnetbepaling voor ontwikkelingen die bijdragen aan leefbaarheid en ruimtelijke kwaliteit
Over zaken aangaande reclame en uitstallingen waarin dit beleid niet voorziet, beslist het college van burgemeester en wethouders. Hierbij kan gemotiveerd worden afgeweken van de richtlijnen uit dit beleid. Bewustwording, passendheid, ingetogenheid en individuele vrijheid zijn hierbij de kernwoorden. Op basis van deze uitgangspunten kan het college medewerking verlenen aan afwijkende initiatieven die bijdragen aan de (verbetering van) de leefbaarheid en ruimtelijke kwaliteit. Een aanvraag wordt getoetst aan een aantal handvatten/onderwerpen. Deze handvatten/onderwerpen zijn uitgeschreven onder 2.2. De onafhankelijke commissie wordt om advies gevraagd.

Bijlage

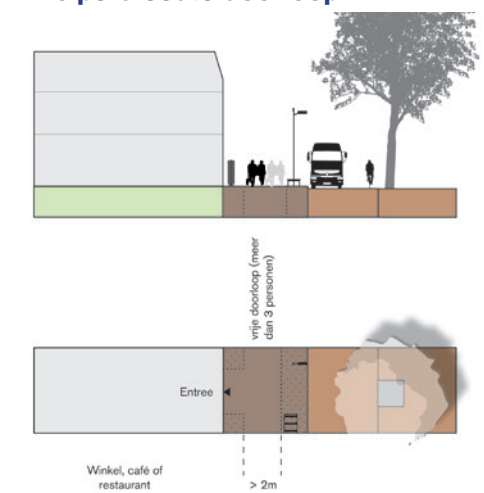
I Gebiedskaart
II Locaties terrassen en uitstallingen
III Locaties dorpszuilen
IV Locaties lichtmastreclame
V Locaties billboards
VI Wijze van meten
VII Overige regels reclame-uitingen
VIII Verslagen van de avonden

Bijlage I Gebiedskaart

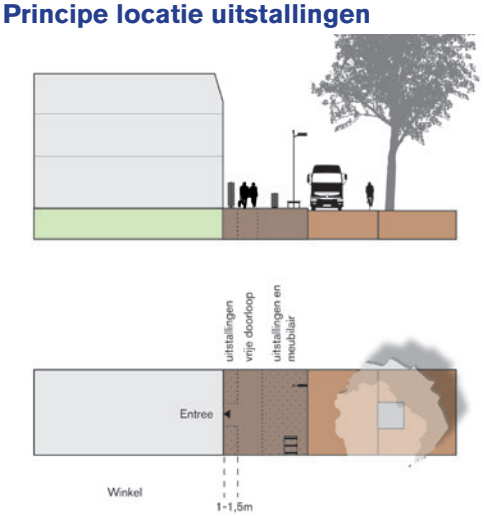


Bijlage II Locaties terrassen en uitstallingen

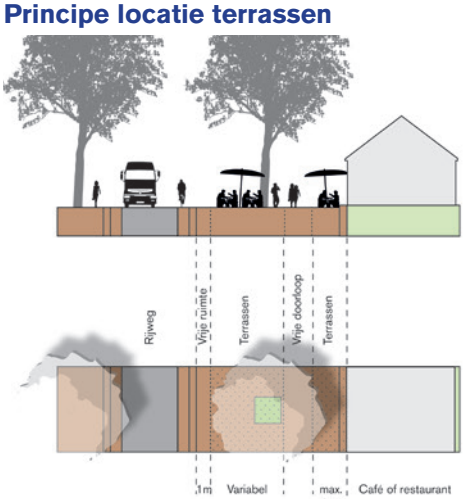
Principe breedte doorloop



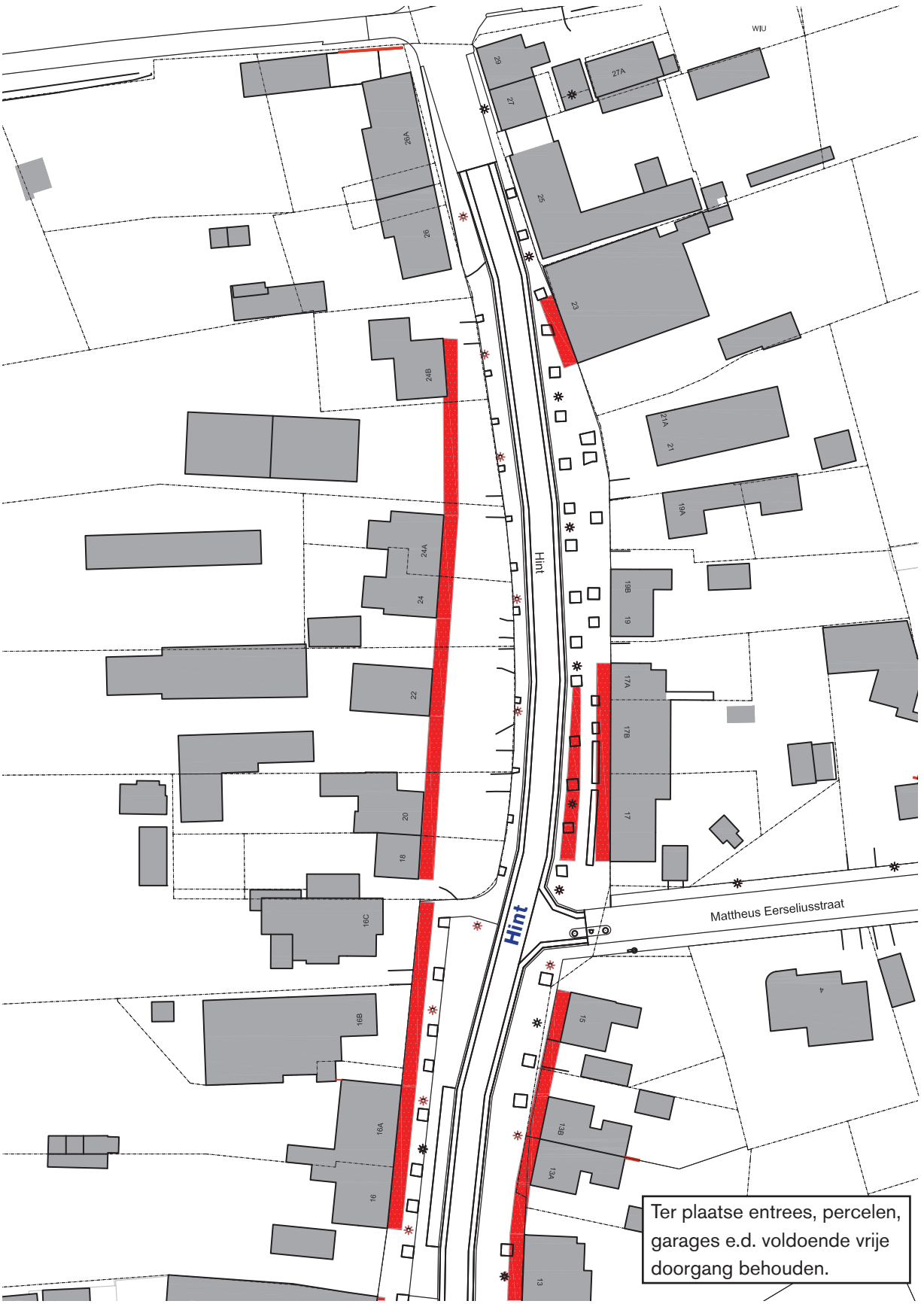
Principe locatie uitstallingen



Principe locatie terrassen

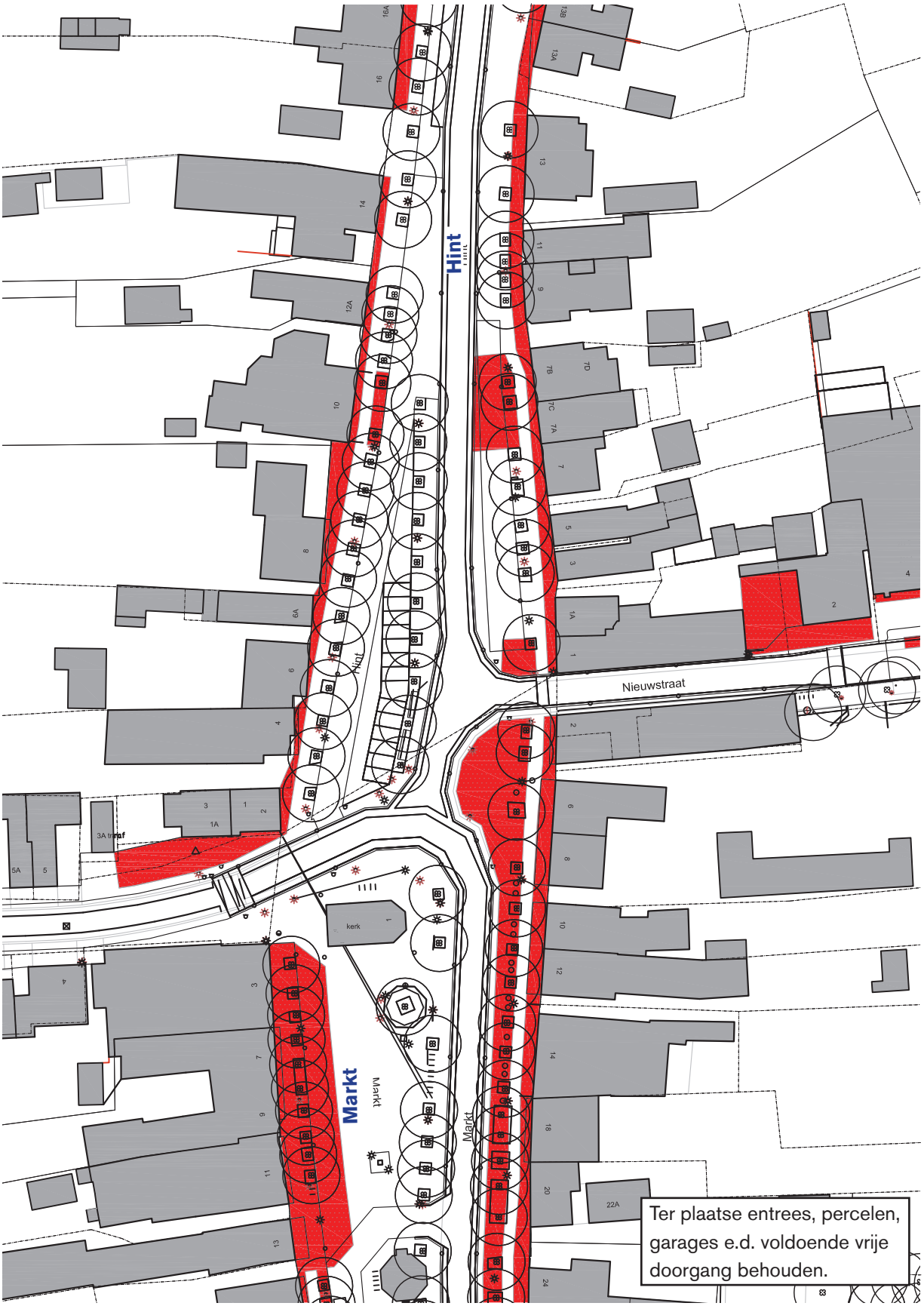


Eersel - Hint

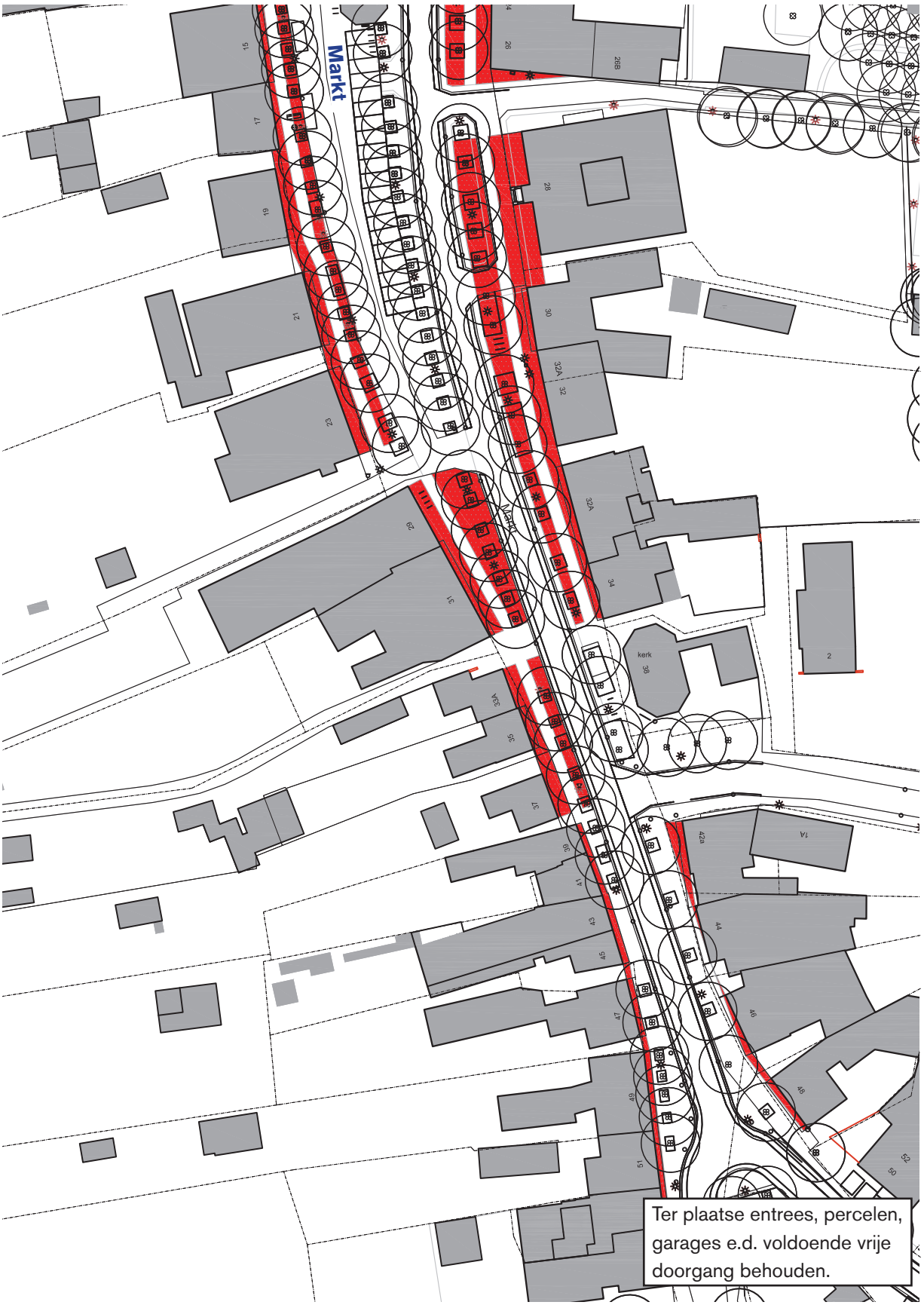


Ter plaatse entrees, percelen, garages e.d. voldoende vrije doorgang behouden.

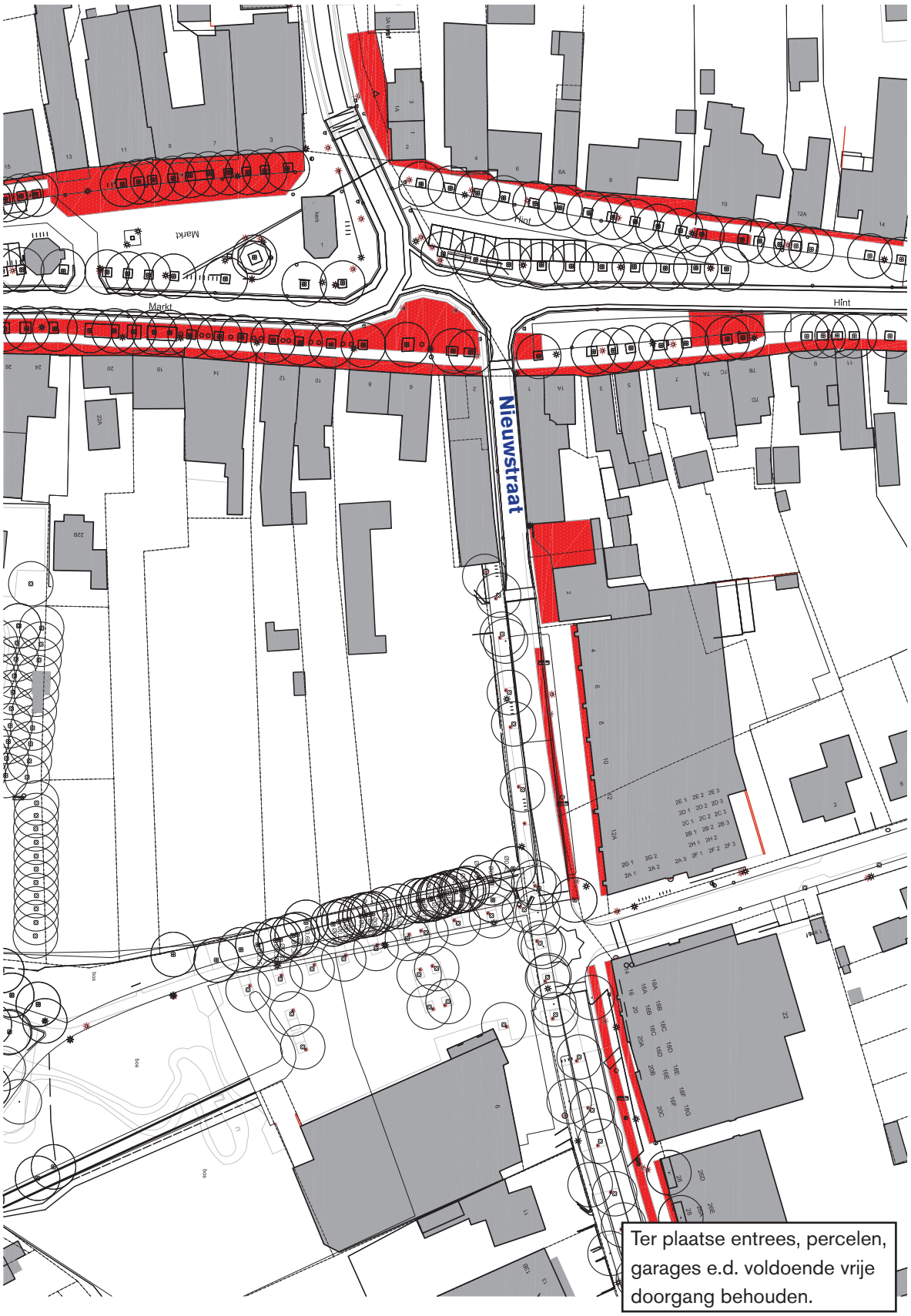
Eersel - Hint en Markt



Eersel - Markt



Eersel - Nieuwstraat



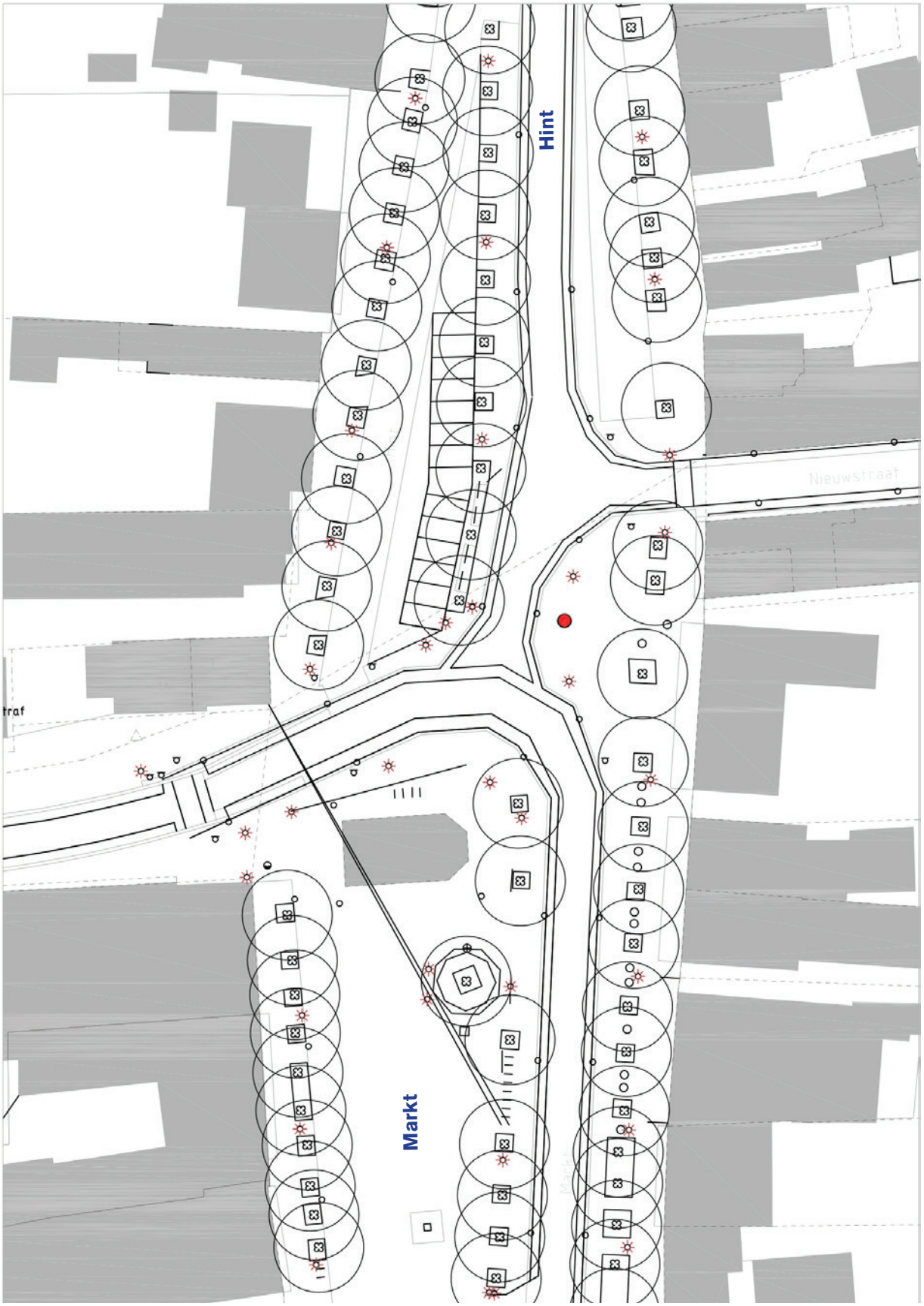
Ter plaatse entrees, percelen, garages e.d. voldoende vrije doorgang behouden.

Eersel - Nieuwstraat

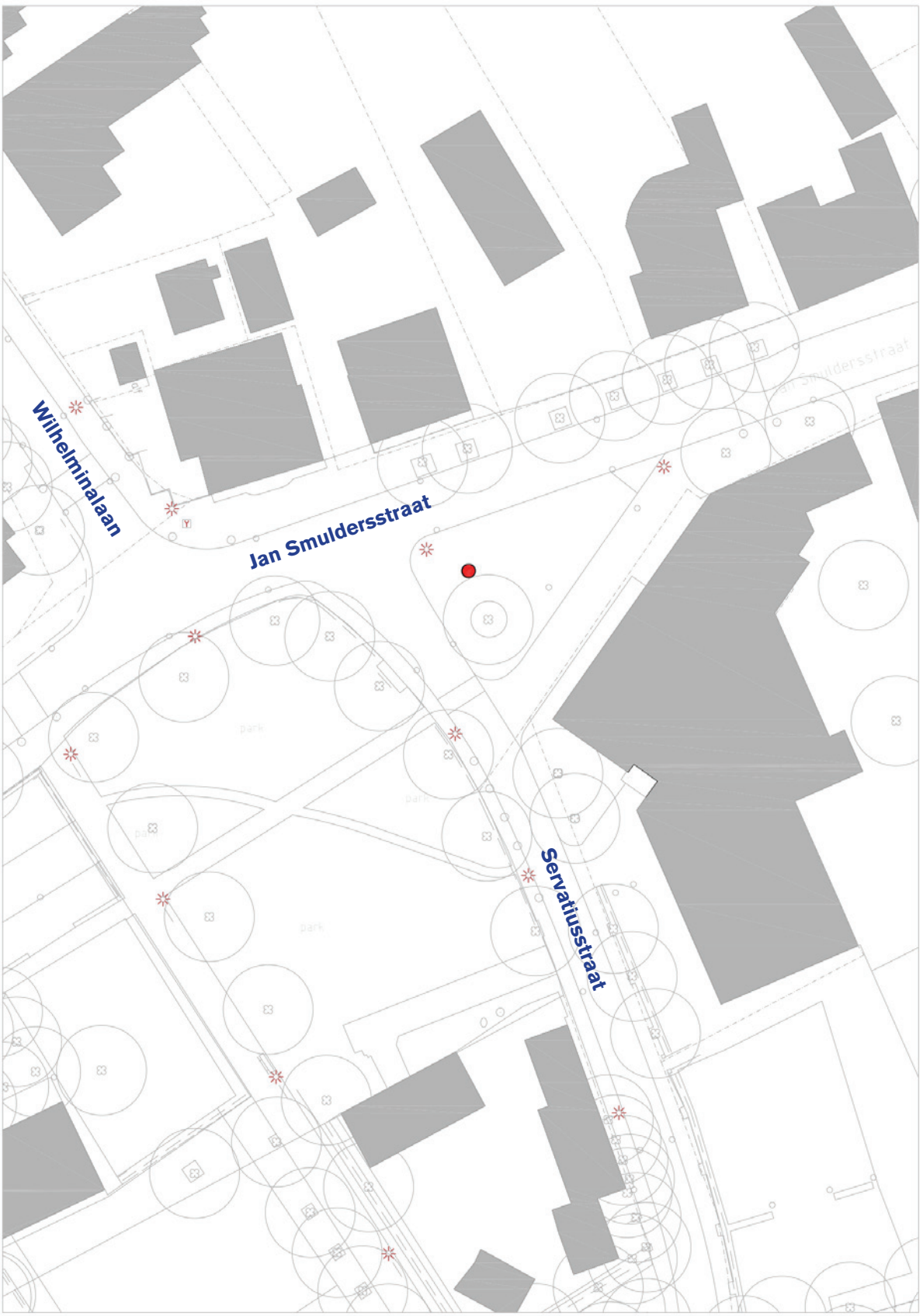
Ter plaatse entrees, percelen, garages e.d. voldoende vrije doorgang behouden.

Bijlage III Locaties dorpszuilen

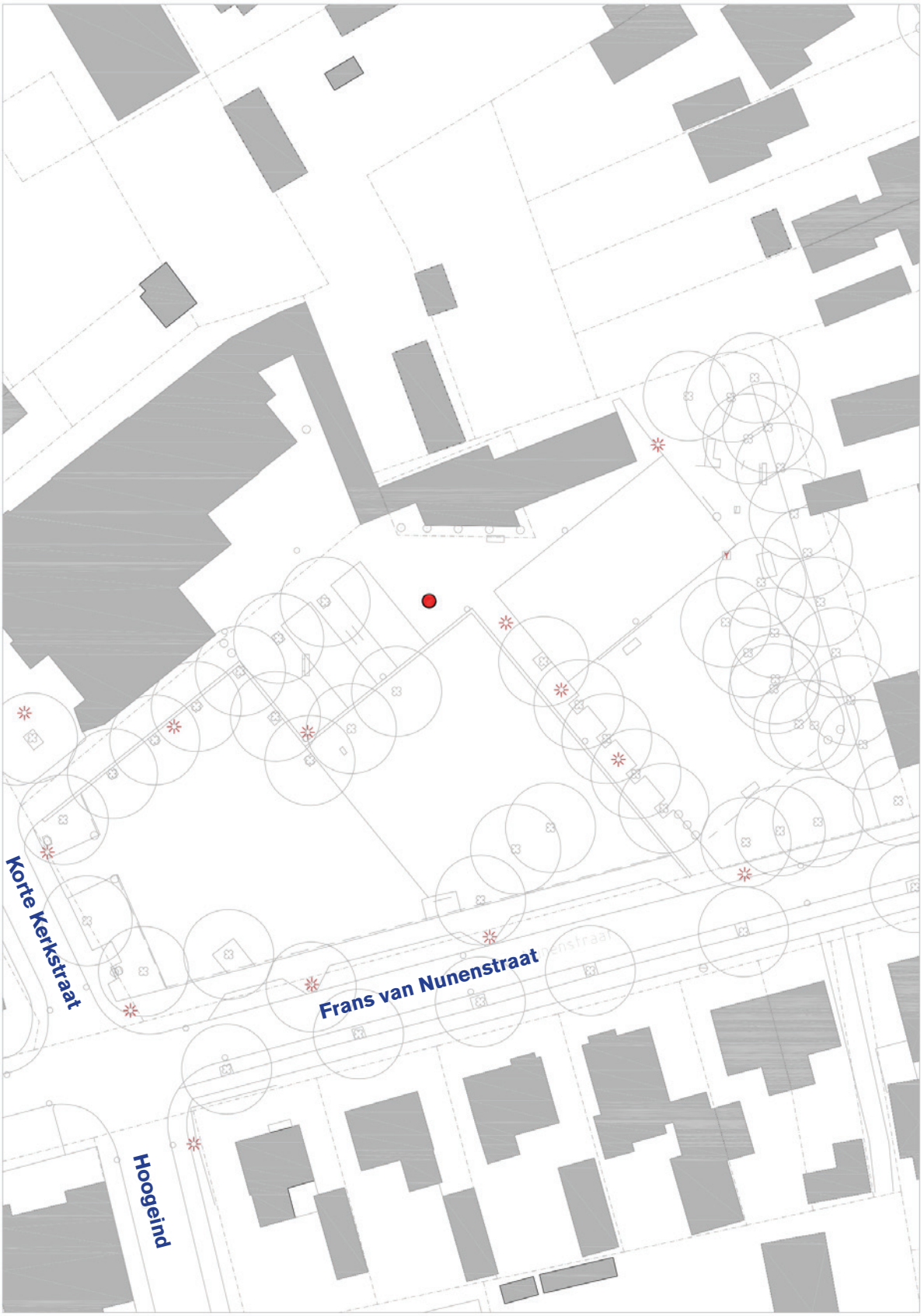
Eersel - Hint en Markt



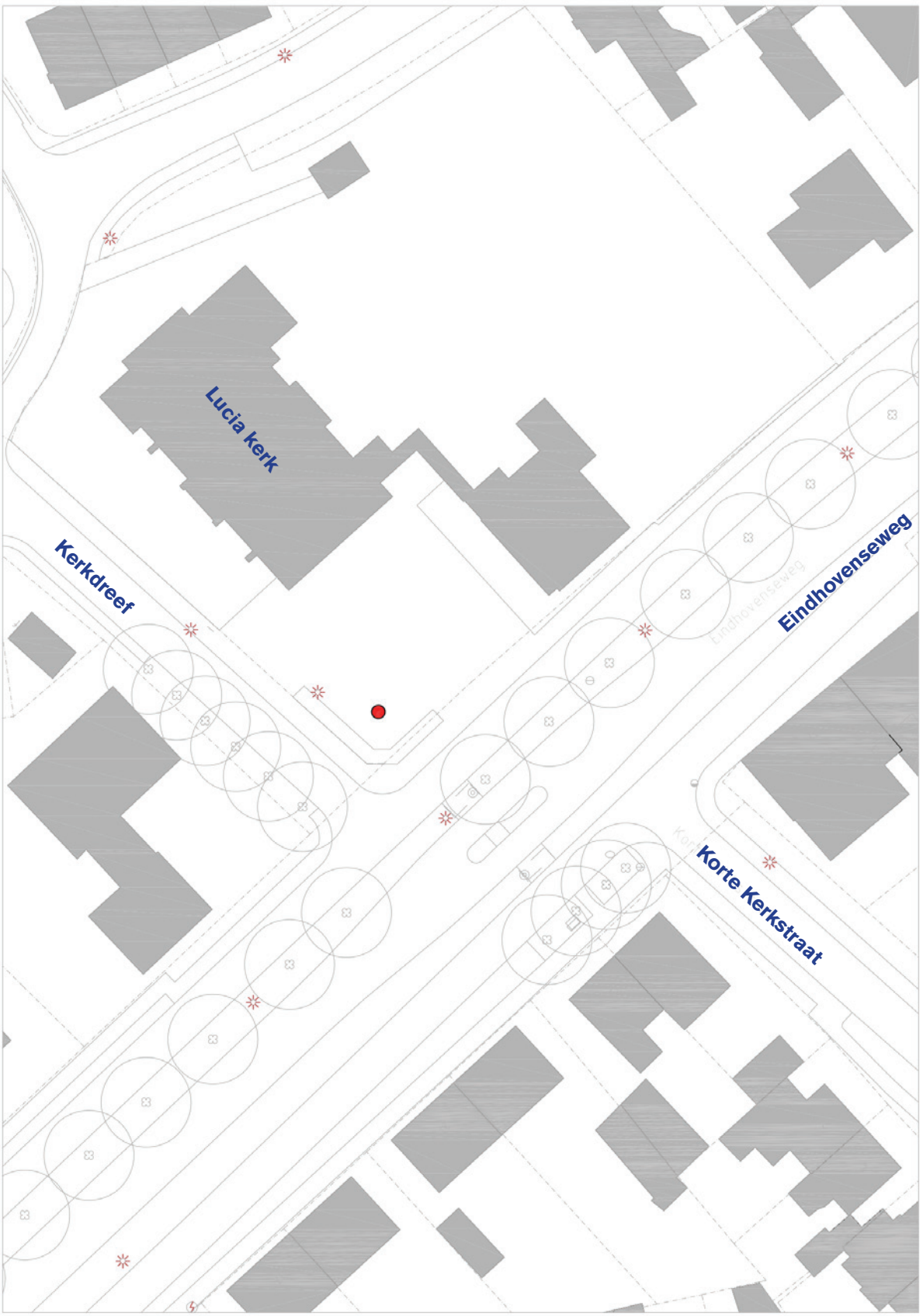
Vessem



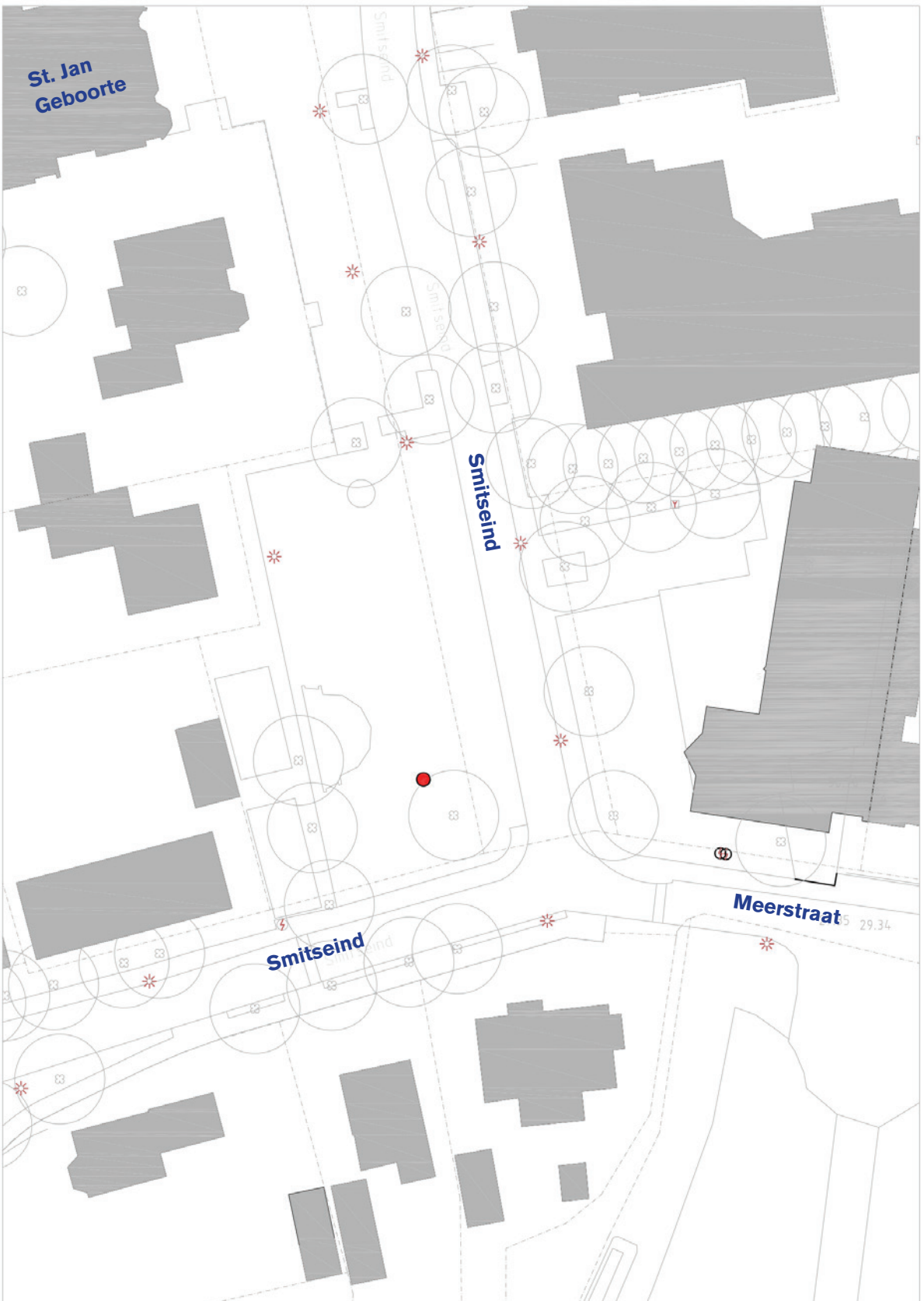
Steensel



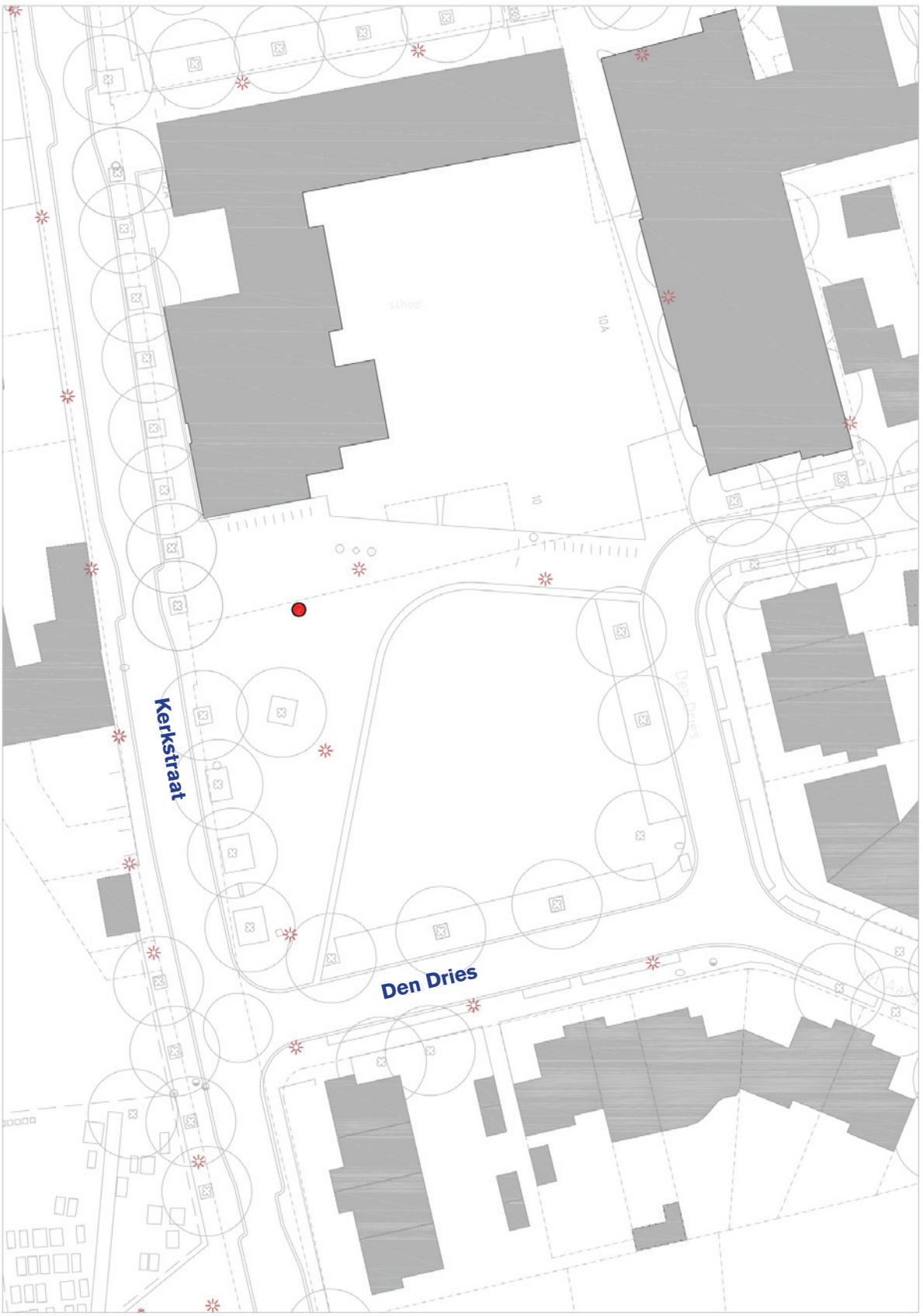
Steensel (na uitvoeren centrumplein)



Duizel

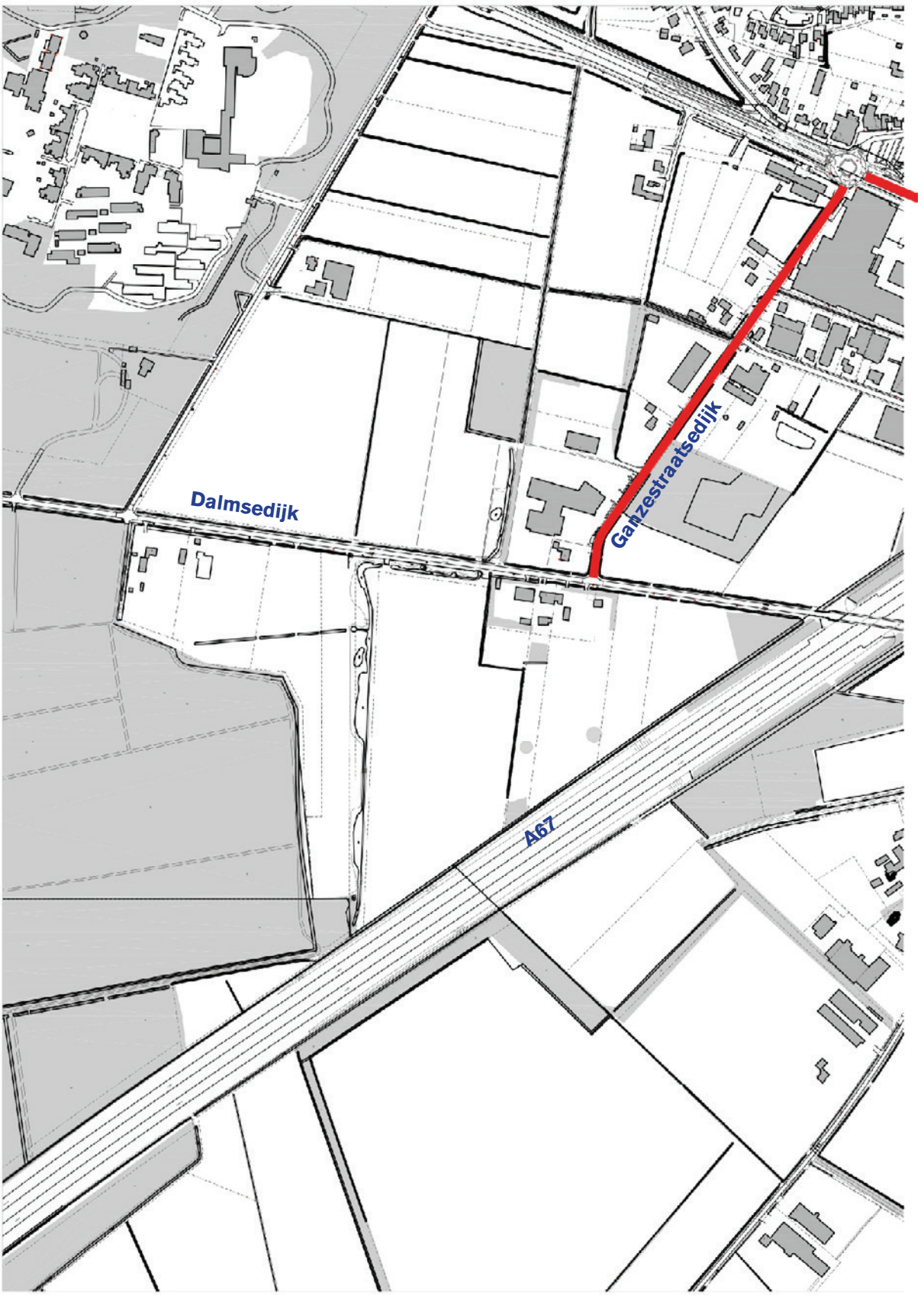

St. Jan
Geboorte
Smitseind
Smitseind
Smitseind
Smitseind
Meerstraat

Wintelre

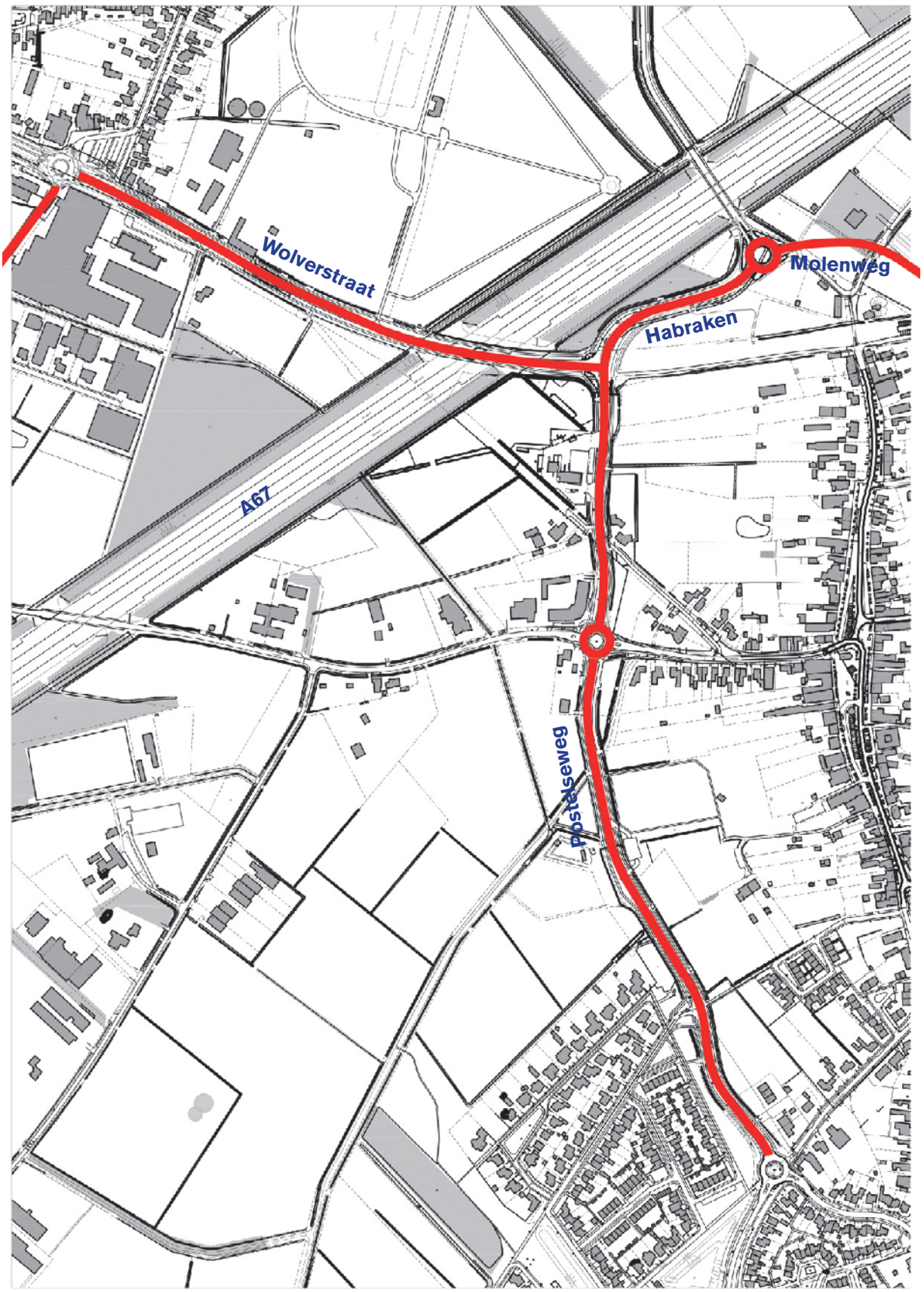


Bijlage IV Locaties lichtmast reclame

Duizel



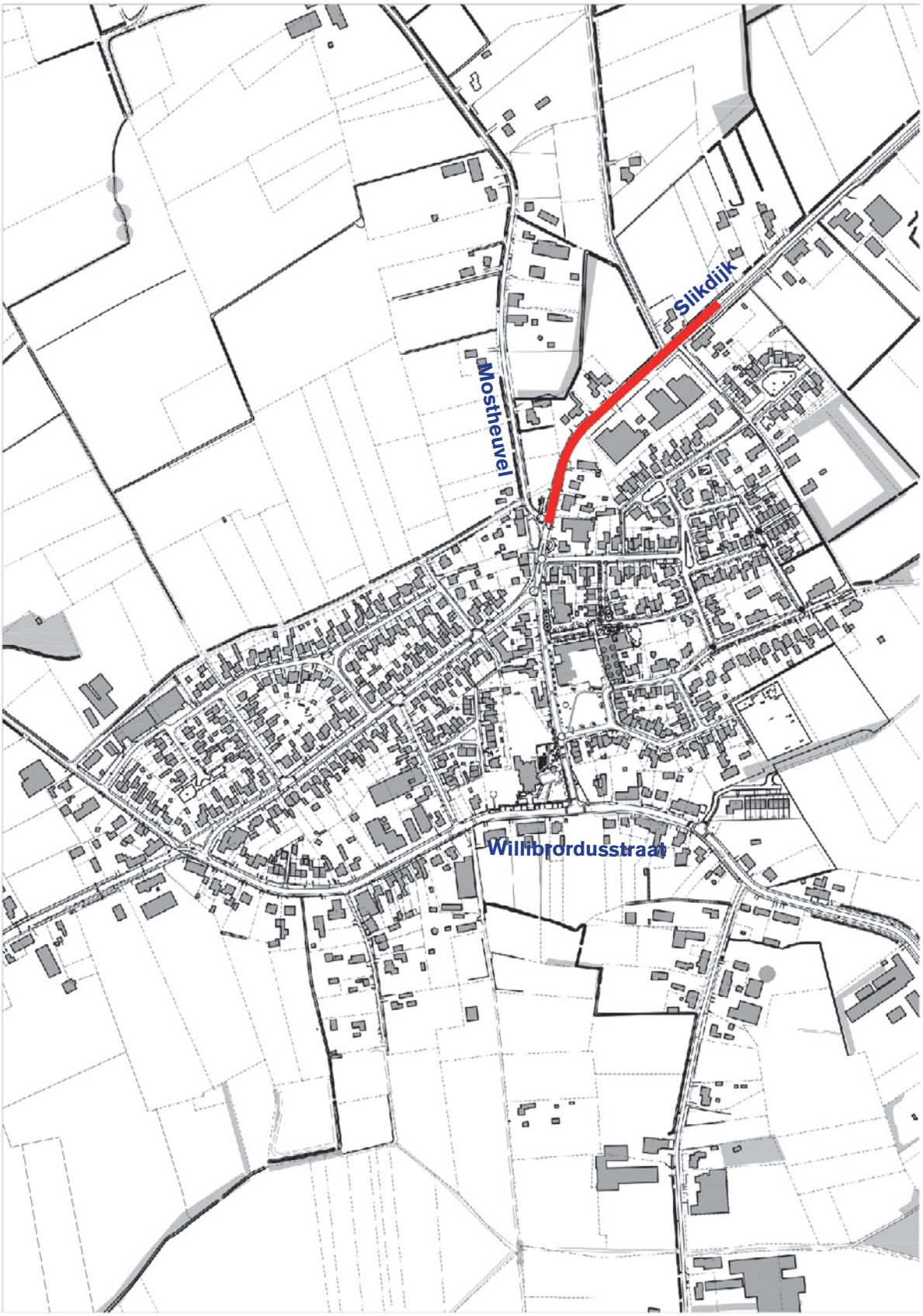
Duizel - Eersel



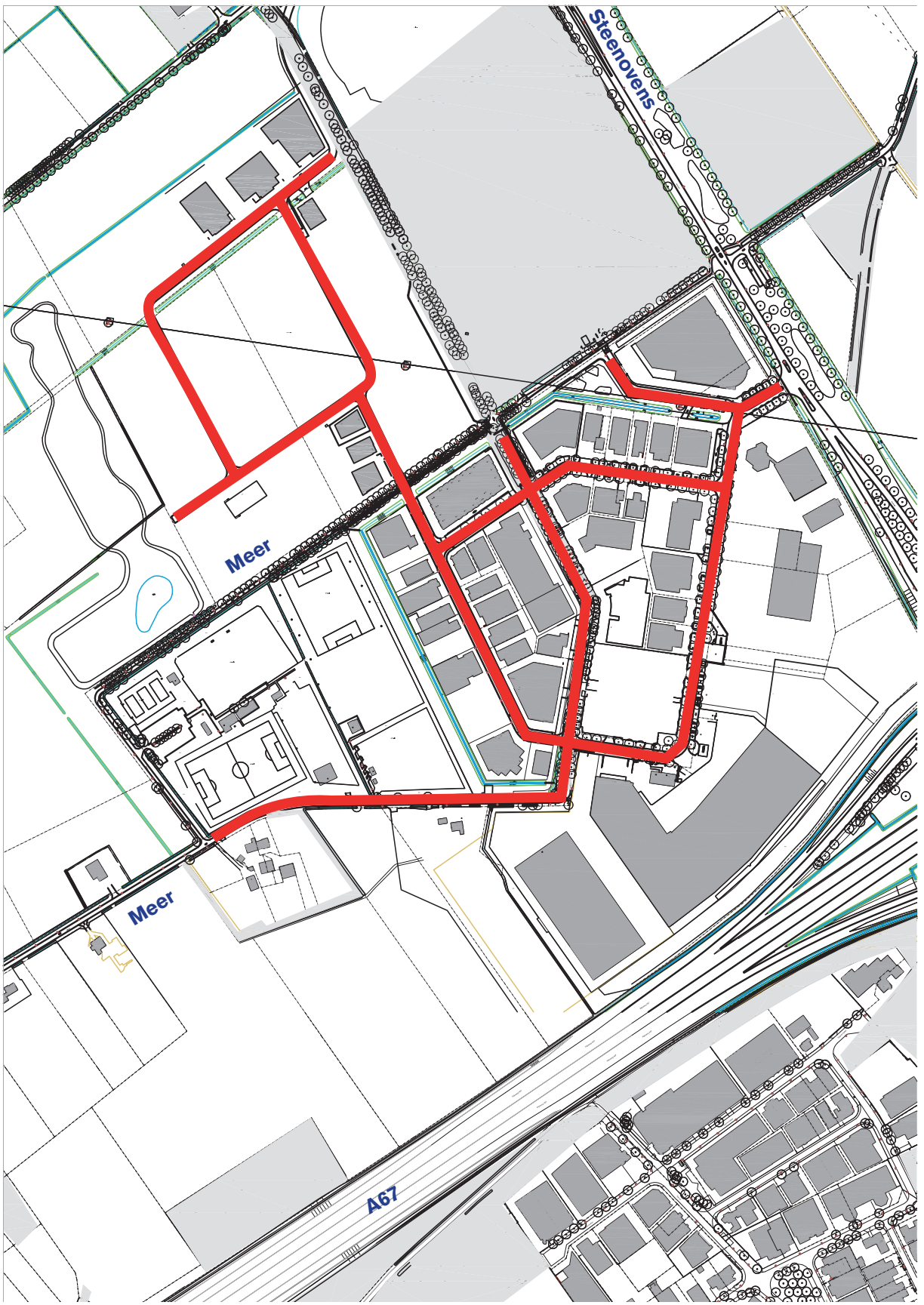
Eersel

Steensel

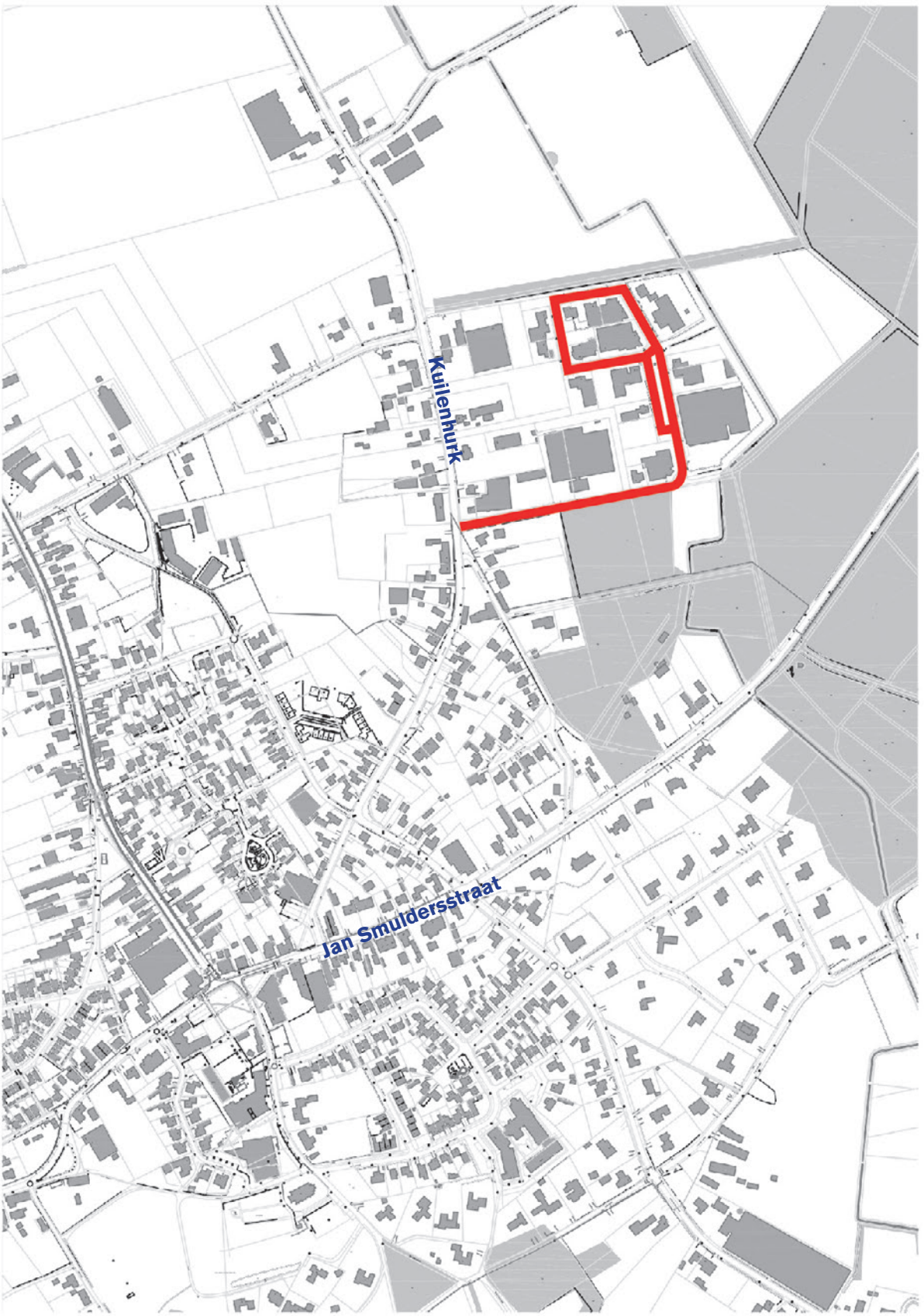
Wintelre



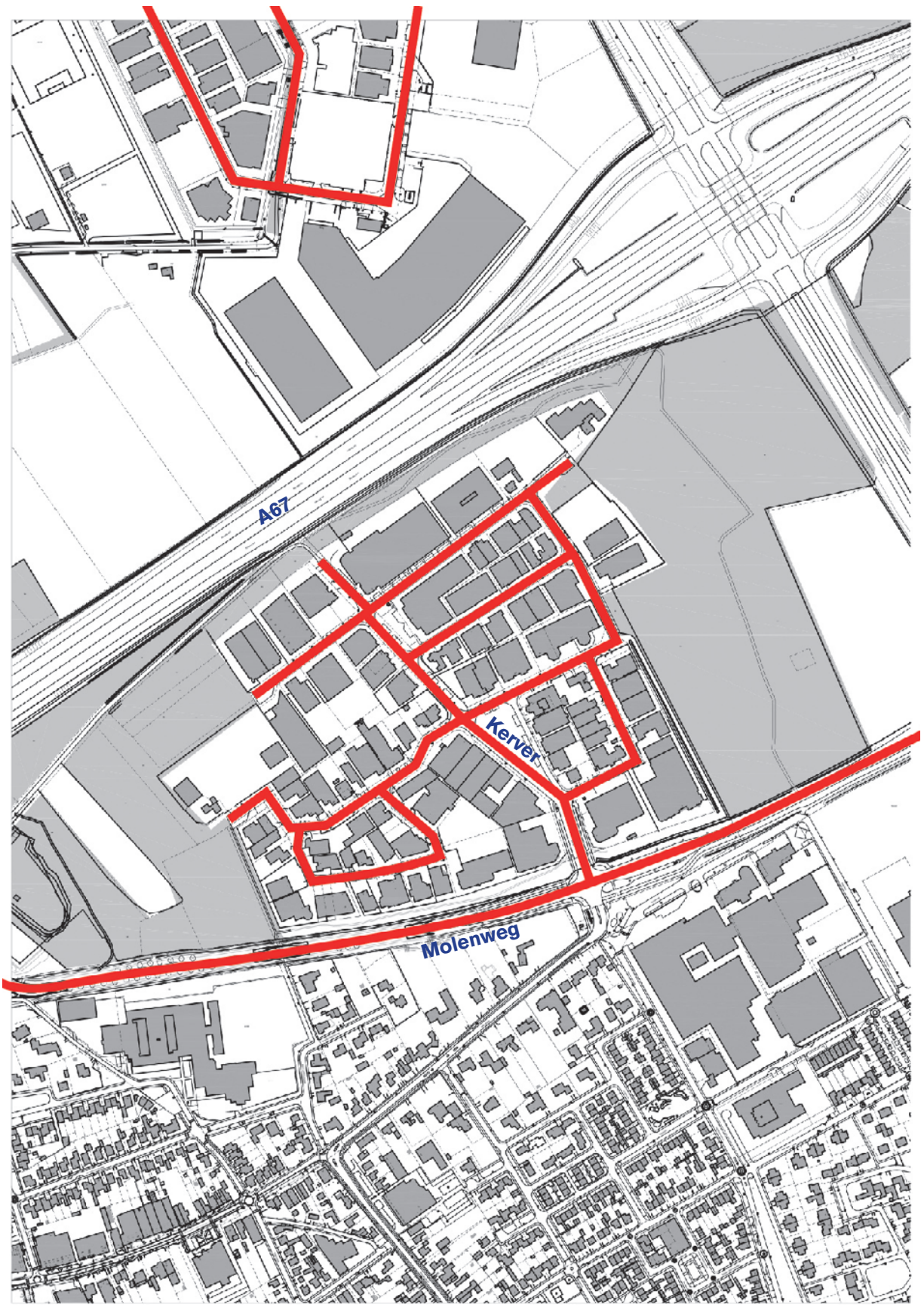
Eersel - Meerheide



Vessem - De Hoefse Weg

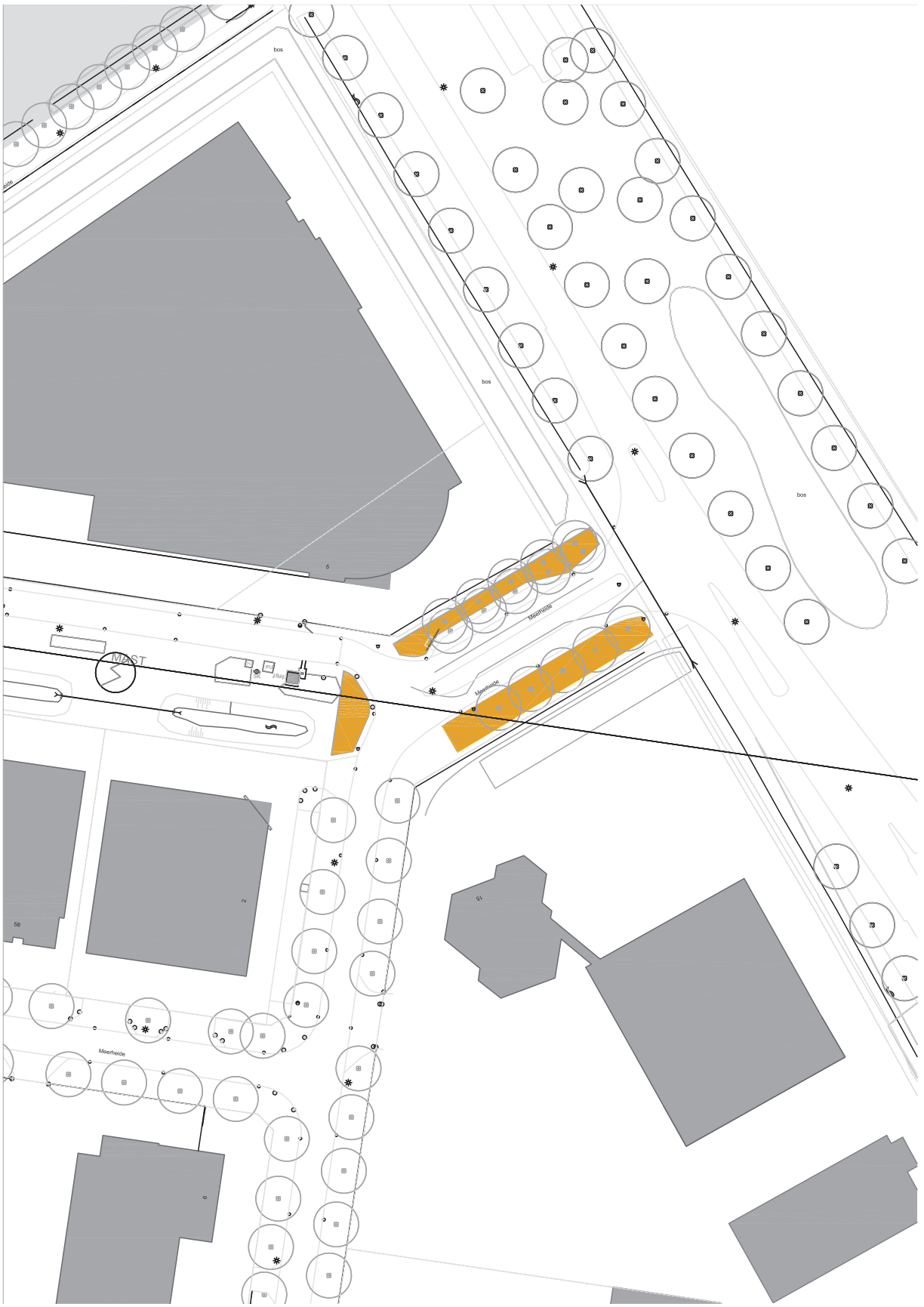


Eersel - De Haagdoorn

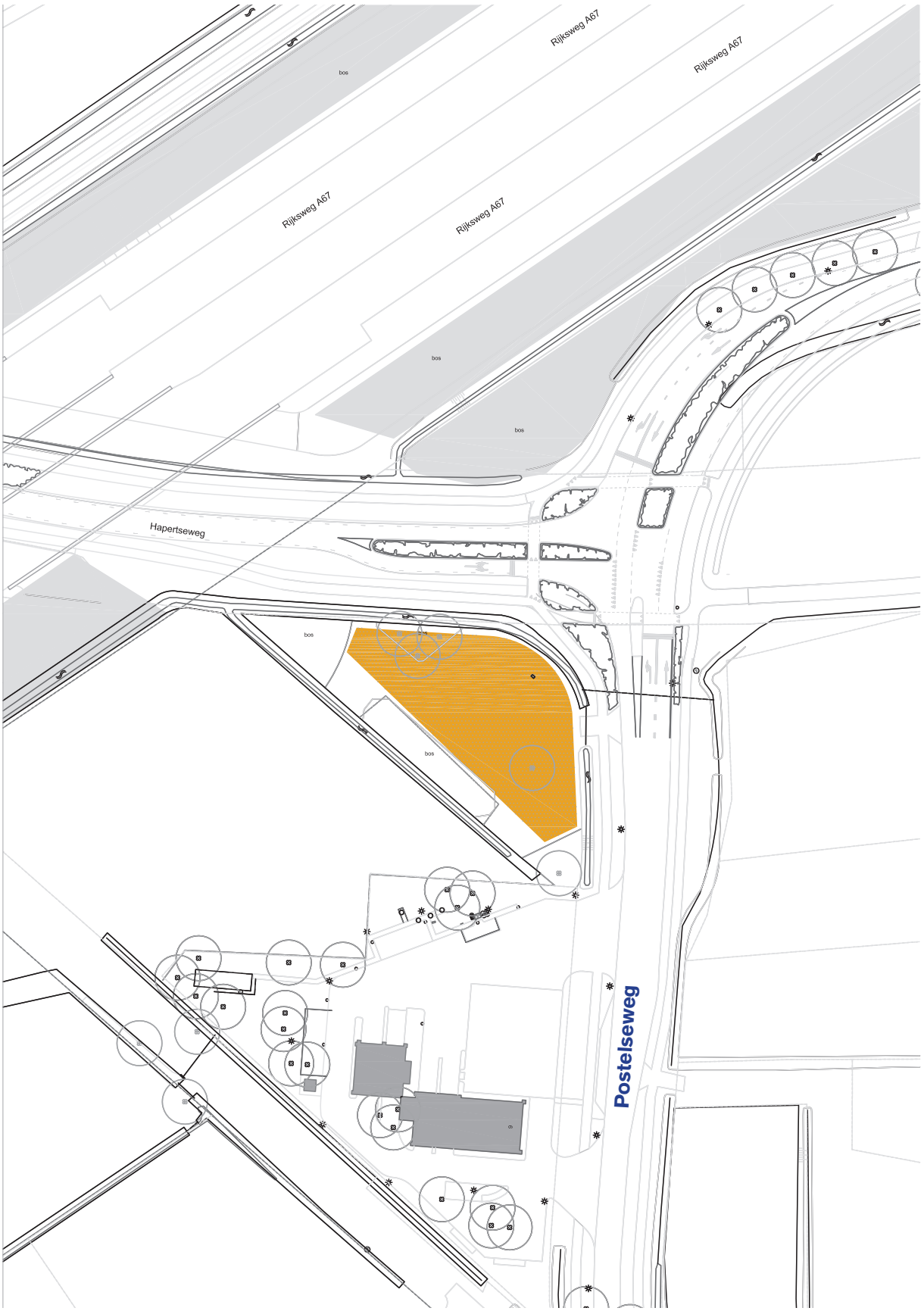


Bijlage V Locaties Billboards

Eersel - Meerheide



Duizel - Eersel



Eersel - De Haagdoorn

Bijlage VI Wijze van meten

Oppervlaktematen van losse letterreclame wordt buitenwerks gemeten. Zie onderstaande figuur.

Bijlage VII Verslagen van de avonden

Besprekingsverslag: Klankbordgroep

Aanwezig : Bart Bierens; projectleider gemeente
Theo Hendriks; stedenbouwkundige gemeente
Wijnand Bouw, landschapsarchitect Bosch Slabbers
Bewoners en belangen organisaties: zie aanmeldingen klankbordgroepvergadering;

Datum : 10 juni 2015
Tijd : 19:00- ca. 21:30
Locatie : Gemeentehuis eersel

	Onderwerp	Actie door:
1	*Indeling avond*	
	De avond bestaat uit een presentatie met daarna een interactieve deel: - Hoe en waarom deze avond? - Wat is de gemeente Eersel? *Wat wilt u uitstralen?* - Nut en noodzaak om iets af te spreken. *Wat is beeldkwaliteit?* - Verschillende gebieden - Interactieve deel	
2	*Verslag*	
	- Theo geeft een kort introductie van de avond en geeft dan Wijnand het woord om het geheel inhoudelijk toe te lichten. *Wat is Kempisch?* - De groene uitstraling is belangrijk. Werd niet altijd belangrijk gevonden, bijv. Wintelre en de Dreef. Je kan het ook zien als je door de dorpen gaat. - Venco is niet Kempisch. Wel landschappelijk, de gebouwen schikken zich naar het landschap. - Kan innovatie een rol spelen op de architectuur, reclame en uitstallingen? - Veiligheid (beheer!), schoon en opgeruimd is belangrijk. Zeker bij zo'n mooi dorp. Hierin willen de omwonenden en winkeliers participeren . - Maak reclame passend, voeg het in zijn omgeving en zorg er goed voor. *Overige uitspraken* - Bordjes op rotondes en reclameborden aan de lantaarnpalen zien er niet uit. Dus als de gemeente ruimtelijke kwaliteit belangrijk vindt dan ook graag zo hoeden. Of zijn euro's belangrijker? - Regels (m2) geven geen kwaliteit. Maar geven net als een bestemmingsplan grenzen aan. - Iemand moet op de regels toetsen - Maak niet te veel regels maar stel een commissie in met ondernemers en enkele specialisten. - Let op; tijdsgerichtheid imv groei en functieverandering (bijv. farmacie) - Let op; beleggers bouwen tegenwoordig flexibele panden, dus een pand echt bouwen voor de functie, wordt zelden gedaan. - Uitstallingen als er te veel borden zijn loopt het geheel dicht. Hoogte van de borden is daarbij ook van belang. => iets over de hoogtemaat en	

Blad 1 van 6

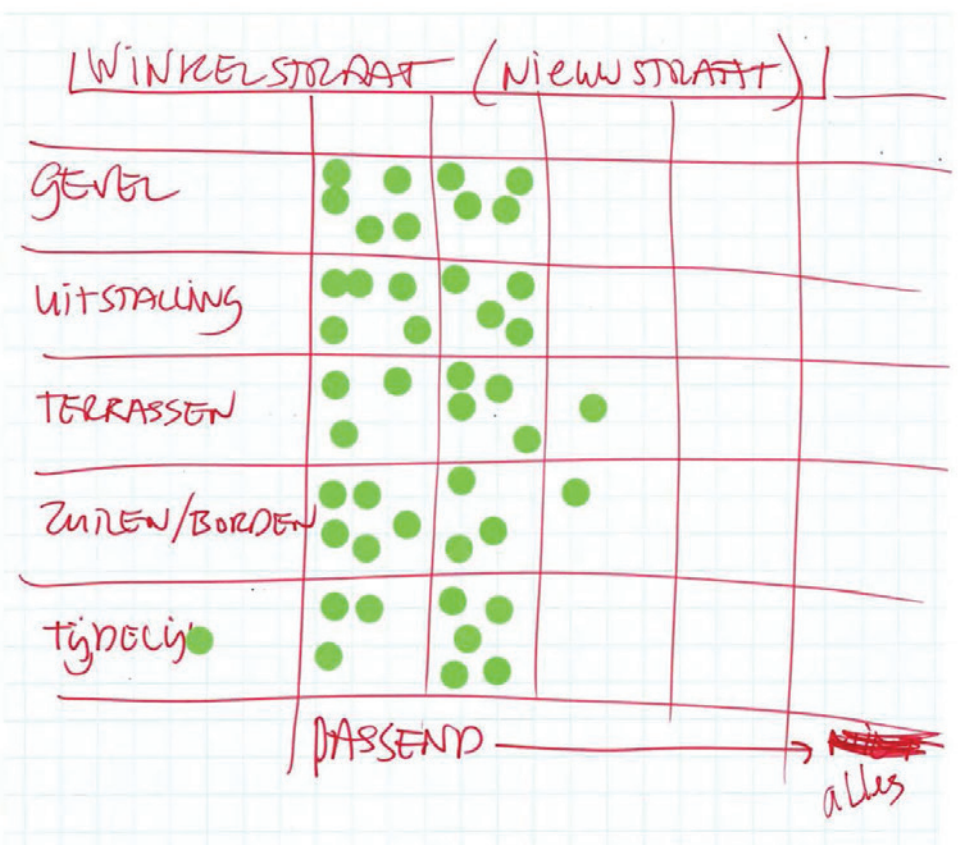
	hoeveelheid afspreken. - Bij uitstallingen de bereikbaarheid van de winkel en toegankelijkheid van de straat regelen. - Een krijtbord heeft meer attentiewaarde en bezieling dan een standaard plasticbord uit de folder - Er is nu een verkiezing voor de mooiste uitstalling, reclame en/of etalage om de kwaliteit van reclame te stimuleren. Geïnitieerd door de ondernemers. Krachtig initiatief! - Daadkracht, zorg dat dergelijke voornemens en beleid niet een papieren tijger wordt .....! - Spandoeken zijn alleen wenselijk voor niet commerciële doeleinden of als deze tijdelijk van aard zijn (wel: naar school, geen vuurwerk). - Een centraal dorpsbord om de bezoeker welkom te heten is goed (reclame/activiteiten). Denk wel goed na over het uiterlijk, moet aansluiten op het karakter van het dorp. - Een kwalitatief goed materiaal is duurder, maar heeft ook een betere uitstraling. *Algemeen beeld* - Reclame en uitstallingen moeten in algemeen passend zijn in de omgeving. - Men ziet graag een streng/kritsch beleid voor bijna alle gebieden, behalve voor bedrijventerreinen. Daar kan het beleid licht of vrij zijn. - Men is zeer kritisch over de toepassing van tijdelijke reclame zoals borden, zuilen etc.	
3	*Vervolg*	
	Op 1 juli is er weer een klankbordavond om 19:00. De resultaten uit de vorige sessie zal dan worden samengevat en verder worden geconcretiseerd/uitgewerkt.	

Besprekingsverslag: Klankbordgroep

Besprekingsverslag: Klankbordgroep

Blad 4 van 6

Besprekingsverslag: Klankbordgroep



Besprekingsverslag: Klankbordgroep

STELLING:

* BORDJES op ROTONDE / RECLAME BORDEN AAN LANTAARNPALEN → HET ZIET ER NIET!
  DUS GEMEENTE..... REGEL HET! (€?)
  ..... RUIMTELIJKE KWALITEIT BELANGRIJK
  ↳ DAN OOK AANHOUDEN!

WAT IS KEMPISCH?

* GROEN ⇒ niet altijd zo.... (bv. Wintelre/aan de dreef)
  ↳ ook als je door het dorp gaat.
* VENCO KEMPISCH NEE! → LANDSCHAPPELIJK JA, schikken v/d gebouwen naar het landschap.
* INNOVATIE (bv. architectuur) → RECLAME/UITSTALLING?
* veiligheid, schoon, opgeruimd! zeker bij zo'n mooi DORP!
  ↳ Beheer!
* zelf doen (participatie)
* maak het passend / met voegen / zorg voor je omgeving.

- COMMISSIE met ook ONDERNEMERS ERIN! → Bewustwording.
  (+ SPECIALISTEN ERIN) → NIET TEVEEL REGELS
- Maat → SCHAAL + MAAT | INSPIREREN + MOTIVEREN (BOUWSTENEN)
- REGELS (M²) GEVEN GEEN KWALITEIT / ALS BEGEMMINGSPLAN, GRENZEN.
- IEMAND MOET ER TOETSEN.
- LET OP: TIJDSGEBONDENHEID! (v.b. FARMACIE)
  ↳ groei en functieverandering...
- LET OP: BELEGGERS BOUWEN TEGENWOORDIG....
- UITSTALLING → te veel ~~van~~ Borden / loopt dicht
  → hoogte borden
- BEREIKBAARHEID VAN DE WINKEL
- toegankelijk VAN DE STRAAT.
  ] regelen!
- KRIJTBORD meer attentiewaarde (bezieling)
- verkiezing mooiste uitstalling / reclame / etalage
- DAADKRACHT!
- SPANDOEKEN → MET COMMERCIEEL + TIJDELIJK
- DORPSBORD JA → WELKOM! Klok?
- KWALITEIT V/H MATERIAAL ⇒ €?
- PASSEND IN ZIJN OMGEVING.

Blad 6 van 6

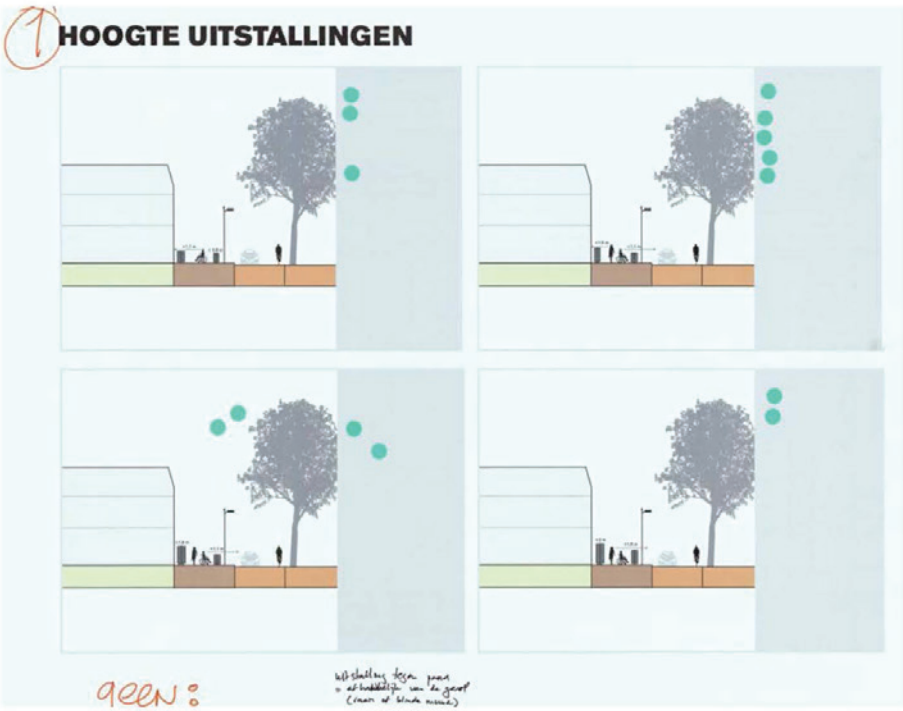
Besprekingsverslag: Klankbordgroep

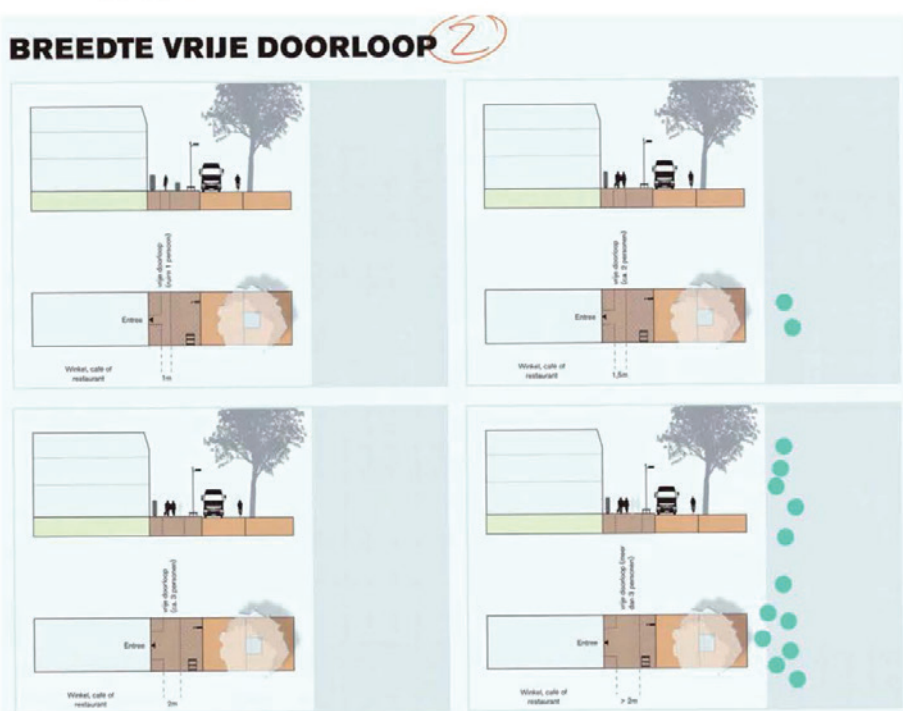
Aanwezig : Bart Bierens; projectleider gemeente
Theo Hendriks; stedenbouwkundige gemeente
Wijnand Bouw, landschapsarchitect Bosch Slabbers
Bewoners en belangen organisaties: zie aanmeldingen klankbordgroepvergadering;

Datum : 1 juli 2015
Tijd : 19:00- ca. 21:30
Locatie : Gemeentehuis eersel

	Onderwerp	Actie door:
1	*Indeling avond*	
	De avond bestaat uit een presentatie met een interactieve deel. De panelen die geplakt zijn door de deelnemers zijn op foto gezet en toegevoegd aan dit verslag.	
2	*Verslag*	
-	Aan de hand van verschillende onderdelen hebben we discussie gehad over het spanningsveld regelen en loslaten. Wat de avond opviel is een grote mate van consensus. Een ieder benadrukt het belang van ingetogenheid, kwaliteit en passendheid in het dorpsbeeld van de gemeente Eersel. In het algemeen is men voor een commissie die beoordeeld over de kwaliteit van de ingreep. Deze commissie bestaat uit ondernemers en vakmensen. Voor de verschillende aspecten hierbij een kort resumé: • Voor de hoogte van de uitstallen, onder ooghoogte lijkt de hoofdlijn. Wel is gezegd dat de uitstraling en invulling van de achterliggende gevel van invloed is (bv het verschil tussen een raam of een blinde gevel). • Breedte doorloop kiest de meerderheid voor een royale doorloop. • De locatie van de doorloop dichtlangs de winkels (smalle uitstalling) en royaal de ruimte. • Doorloop bij de terrassen is de meerderheid voor behoud van de huidige locatie. Hetzelfde principe zou ook aan de andere kant van de markt toegepast kunnen worden. • Voor gevelreclame stelt de groep voor geen ondergrens in te voeren, maar daar de commissie sowieso naar te laten kijken. • Tijdens de discussie gaf met aan qua kleuren en materialen het wel wat vrijer te willen laten, maar opvalt dat de keuze bij het stickeren redelijk uniform is.	
3	*Vervolg*	
	De gemeente Eersel en Bosch Slabbers gaan de beleid op reclame en uitstalling verder uitwerken en uitschrijven. Alvorens het in de openbaarheid komt, krijgen alle deelnemers nog inzicht in het beleid.	

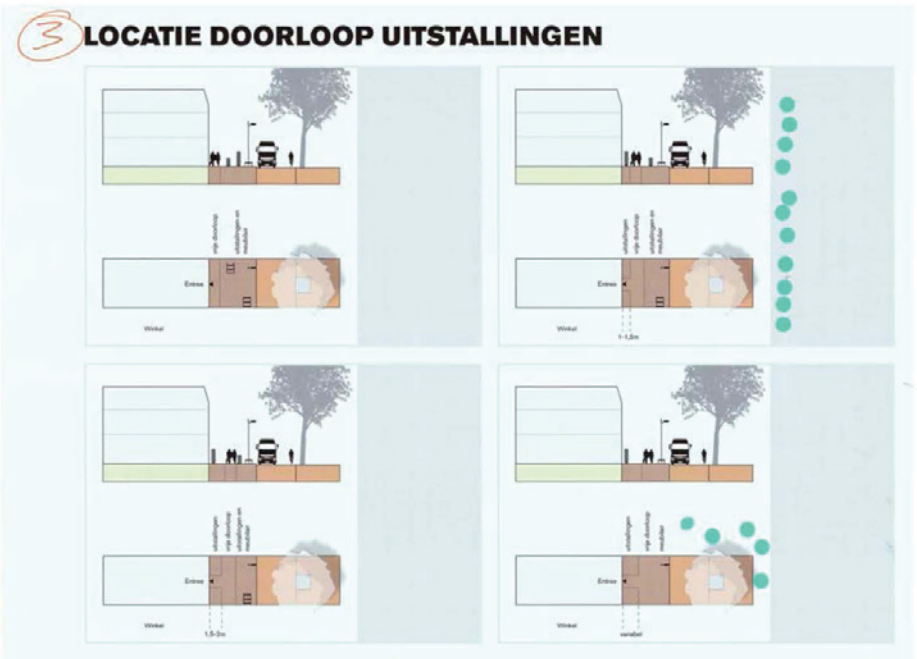
Besprekingsverslag: Klankbordgroep

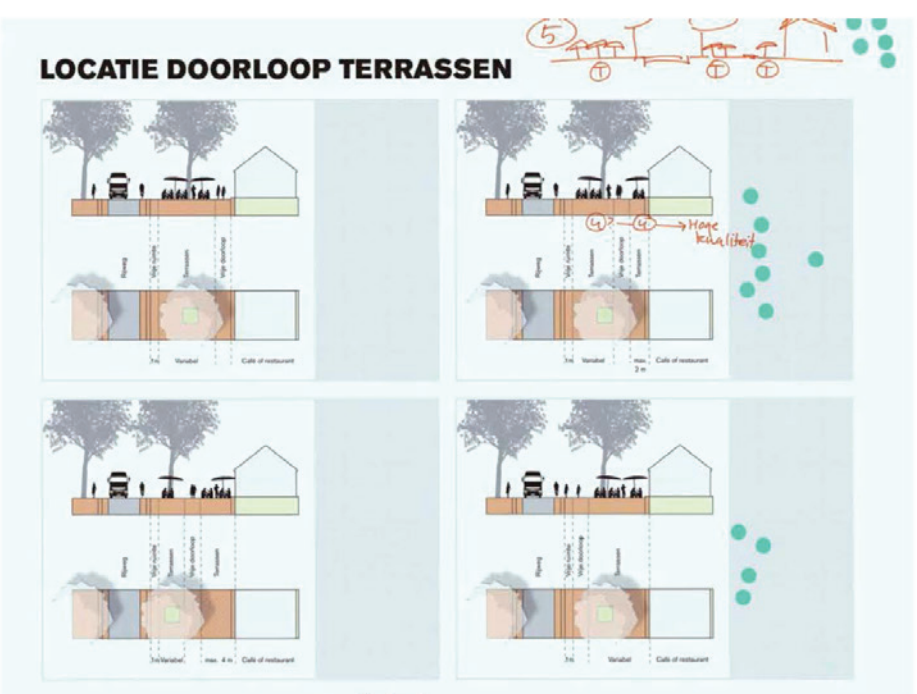




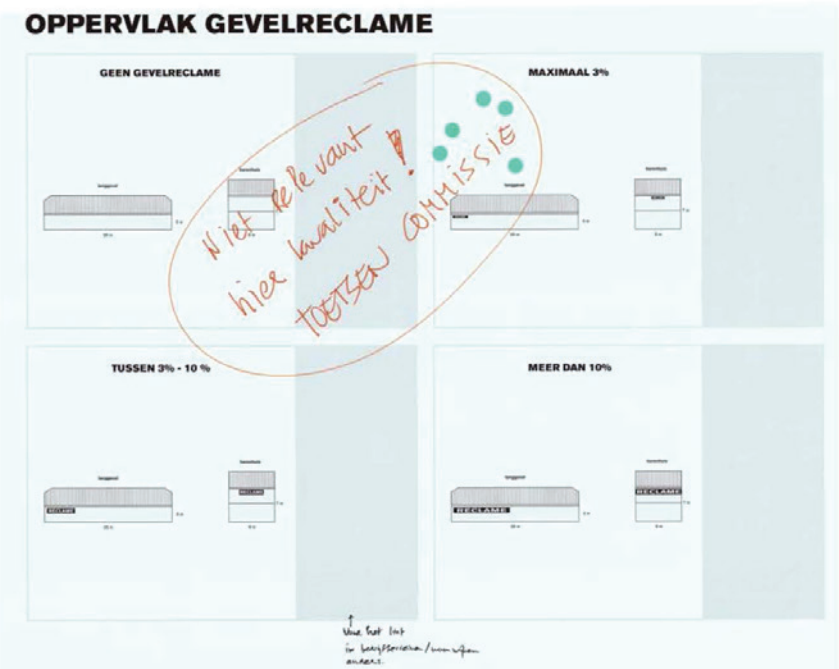
Blad 2 van 5

Besprekingsverslag: Klankbordgroep





Besprekingsverslag: Klankbordgroep



Blad 4 van 5

Besprekingsverslag: Klankbordgroep

INGETOGEN KWALITEIT! → ergens een borden? minimum.

MATERIAAL TERRASSEN

- INGETOGENHEID;
  (plus versus v. BAKEL)
- HOOGTE UITSTALLING IRT GEVEL PAND
  (bv RAAM ↔ blinde gevel)
- politieke borden met verkiezingen? → zekker op! ▷ borden
- herinrichtingsplan Markt?
- mode - flexiteit in kleur/meubilair
  - kwaliteit/ingetogen
  - samen bepalen (commissie)
  - vrijheid scheppen voor ondernemer
  - zorgen voor diversiteit (met eenheid)
- Centrale plek aanplakken → dorpszuiP!
  - borden weg!
- ONDERHOUD! HET IS TREURIG!

  ROMMEL MAAKT ROMMEL!
- HANDHAVING VAN NIEUW BELEID!

Stichting
- PROMOTIE EERSEL (SPE) ▸ BESTE ONDERNEMEN, ENZ ....

Blad 5 van 5

© Dit werk is auteursrechtelijk beschermd.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de opdrachtgever en Bosch Slabbers Tuin- en Landschapsarchitecten B.V. (hierna: “Bosch Slabbers”).

Bosch Slabbers heeft bij haar werkzaamheden de zorgvuldigheid in acht genomen die van haar kan worden verwacht. Aan de getoonde informatie in deze publicatie kunnen geen rechten worden ontleend. Op onze werkzaamheden zijn de voorwaarden van toepassing zoals vastgelegd in De Nieuwe Regeling 2005 (DNR 2005).

Bosch Slabbers heeft met zorgvuldigheid de beelden in deze publicatie geselecteerd. Het kan voorkomen dat niet alle rechthebbenden van de gebruikte beelden zijn achterhaald. Belanghebbenden worden verzocht contact op te nemen met Bosch Slabbers.

bosch slabbers

1e Sweelinckstraat 30
2517 GD Den Haag
T 070 3554407
F 070 3061618
den-haag@bosch-slabbers.nl
www.bosch-slabbers.nl