# Beleidsregel reclame gemeente Overbetuwe  2026

**INHOUDSOPGAVE**


**1. Inleiding**
- 1.1 Aanleiding
- 1.2 Uitgangspunten
- 1.3 Verschillende reclamevormen
- 1.4 Handhaving
- 1.5 Juridische status

**2. Vergunningen**
- 2.1 Vergunningsvrij
- 2.2 Omgevingsvergunningen
- 2.3 Procedure
- 2.4 Afwijken

**3. Algemene criteria**
- 3.1 Functioneel/technisch
- 3.2 Overlast, hinder en verkeersveiligheid
- 3.3 Uiterlijke verschijningsvorm

**4. Gebiedsgerichte criteria**
- 4.1 Bedrijventerreinen
  - 4.1.1 Bij een bedrijf in een afzonderlijk gebouw
  - 4.1.2 Bij een bedrijf in een bedrijfsverzamelgebouw
  - 4.1.3 Hoge reclamemasten langs de snelwegen
- 4.2 Centrum
- 4.3 Woongebieden
  - 4.3.1 Bij een bedrijf aan huis
  - 4.3.2 Voor bedrijfsbebouwing gelegen in woongebieden
- 4.4 Buitengebied
  - 4.4.1 Agrarische bedrijven
  - 4.4.2 Niet-agrarische bedrijven
- 4.5 Overig
  - 4.5.1. Recreatie- & sportterreinen
  - 4.5.2. Op rotondes

**5. Reclame in de openbare ruimte**
- 5.1 Tijdelijke reclame
  - 5.1.1 Spandoeken
  - 5.1.2 Sandwich- en evenementenborden
  - 5.1.3 Borden van sportclubs langs toegangswegen
  - 5.1.4 Flyeren
  - 5.1.5 Project-, bouw- en makelaarsborden
- 5.2 Vrijheid van meningsuiting
- 5.3 Contractreclame
  - 5.3.1 Abri’s
  - 5.3.2 Informatieborden bij toegang kern
- 5.4 Uitstallingen ten behoeve van reclame
- 5.5 Verkiezingen
- 5.6 Bewegwijzering
  - 5.6.1 Permanent verwijsborden
  - 5.6.2 Tijdelijke verwijsborden
- 5.7 Digitale informatiezuilen

**6. Handhaving**
- 6.1 Handhavingsbeleid
- 6.2 Handhavingsprocedure
- 6.3 Buitensporige reclame (excessen)

**Bijlage 1 Winkelgebieden in Overbetuwe**

# 1 INLEIDING

Reclame en uitstallingen in de openbare ruimte bepalen in grote mate het aanzien en de beleving van een gebied. Voor de ondernemer heeft reclame een belangrijke betekenis. Hij wil een zo groot mogelijk publiek bereiken en zichtbaar zijn. Dit kan op verschillende manieren. Bijvoorbeeld door de afmeting: hoe groter, hoe duidelijker. Maar ook door verlichting, het gebruik van opvallende kleuren en afwijkende vormen wordt de aandacht getrokken. Dit met één doel: De consument moet zijn onderneming gemakkelijk kunnen vinden. Reclames hebben echter de neiging om, onder druk van onderlinge concurrentie, steeds groter en opzichtiger te worden. Dit kan uiteindelijk leiden tot een ongewenst ruimtelijk beeld.

Waar reclame-uitingen van invloed zijn op het karakter en de kwaliteit van de openbare ruimte is de gemeente ook partij. Het doel van de gemeente is namelijk het behouden of creëren van een aantrekkelijke omgeving. Natuurlijk wil ze hierbij ook denken aan de belangen van de ondernemer.

## 1.1 Aanleiding

Vanwege onduidelijkheid en gebrek aan een eenduidig beleid is er behoefte ontstaan aan een nota waarin alle vormen van reclame aan bod komen. Hierom zijn in deze reclamenota alle gemeentelijke beleidsregels over reclame-uitingen samengevoegd tot één pakket met richtlijnen. Dat betekent dat alle reclame-uitingen, of hier nu wel of geen vergunning voor nodig is, moeten voldoen aan de richtlijnen in deze nota.

Dit schept duidelijkheid voor de aanvrager van reclame en de gemeente. Heldere richtlijnen voorkomen uiteindelijk een ongewenste aantasting van het straatbeeld en dragen bij aan de ruimtelijke kwaliteit van Overbetuwe.

Het samenvoegen van alle beleidsstukken tot een reclamenota betekent ook dat deze een dynamisch document zal zijn. Ook omdat het maken van reclame erg trendgevoelig is. Deze nota zal daarom worden geëvalueerd en daar waar nodig worden bijgesteld. Zo blijft deze reclamenota actueel en bruikbaar.

## 1.2 Uitgangspunten

Dit reclamebeleid bevat het toetsingskader voor reclame-uitingen binnen de gemeente. Ook is deze nota bedoeld als beoordelingskader voor het handhaven van illegaal geplaatste reclame of daar waar er sprake is van een exces.

Uitgangspunt voor het reclamebeleid is ‘reclame doe je zo’. Reclame-uitingen die zijn toegestaan, moeten voldoen aan de richtlijnen die voor die specifieke vorm van reclame gelden. Dit betekent dat reclame-uitingen die niet worden genoemd in dit beleid, niet zijn toegestaan.

Omdat deze nota niet kan voorzien in toekomstige ontwikkelingen en omdat wij openstaan voor nieuwe ideeën en inzichten over reclamevoering, kan het college van B&W onder voorwaarden afwijken van de gestelde richtlijnen.

## 1.3 Verschillende reclamevormen

Zoals aangegeven zijn in dit document alle gemeentelijke beleidsregels zoveel mogelijk samengevoegd. Om een duidelijk beeld te krijgen van de verschillende soorten reclame-uitingen volgt hier een korte opsomming:

- Permanente reclame; Voor permanente reclame-uitingen geldt dat deze op een eigen pand of eigen kavel worden aangebracht. De overige reclamevormen kunnen ook op openbare gronden worden geplaatst. Permanente reclame-uitingen worden aangebracht voor onbepaalde tijd. Over het algemeen moet er voor permanente reclame-uitingen een omgevingsvergunning (onderdeel bouw en reclame) aangevraagd worden. Een aanvraag wordt hierbij onder andere getoetst aan de criteria van dit reclamebeleid. Dit gebeurt door de Commissie Ruimtelijke Kwaliteit. Deze beoordeelt of een reclame-uiting geen negatieve invloed heeft op de omgeving. Hierbij wordt er niet alleen gekeken naar het uiterlijk van de reclame-uiting, maar ook naar de situatie waarin deze wordt geplaatst. Indien in de aanvraag ook sprake is van het onderdeel bouwen, wordt deze ook getoetst aan het bestemmingsplan en de bouwregelgeving . Enkele voorbeelden zijn: reclame aan de gevels en vlaggenmasten.

- Tijdelijke reclame; Tijdelijke reclame: reclame die minder dan 30 dagen aanwezig zal zijn en waarvoor geen omgevingsvergunning nodig is. Op grond van de APV is wel een vergunning vereist. Het gaat hierbij vooral om reclame voor evenementen en reclame door middel van sandwichborden. Ook het welstandsbeleid is van belang. Verder moet voldaan worden aan de algemene criteria voor reclame-uitingen zoals in deze reclamenota omschreven.

### 1.4 Handhaving

Met deze reclamenota staan de regels voor het aanbrengen van reclame-uitingen. Regelgeving alleen is echter niet voldoende om er voor te zorgen dat de regels goed worden nageleefd. Daarvoor is er goed toezicht nodig en zo nodig handhavend optreden. In het laatste hoofdstuk leest u meer over de aanpak van handhaving.

### 1.5 Juridische status

De richtlijnen in deze reclamenota zijn vastgesteld als beleidsregels zoals bedoeld in artikel 4:81 van de Algemene wet bestuursrecht (Awb). De nota maakt conform artikel 12a van de Woningwet onderdeel uit van de Welstandsnota Overbetuwe. Hierdoor is de welstandstoetsing voor alle reclamevormen juridisch geborgd. Tevens is deze nota een uitwerking van de nadere regels en aanwijzingsmogelijkheden op basis van de Algemene Plaatselijke Verordening Overbetuwe (APV).

## 2 VERGUNNINGEN

Voor het plaatsen van een reclame-uiting is in veel gevallen een vergunning nodig:
- Voor een reclame-uiting in het openbaar gebied;
- Voor een reclame-uiting op eigen perceel, met uitstraling naar de openbare ruimte;
- Voor reclame-uitingen die gelden als bouwwerk, is een omgevingsvergunning voor de activiteit 'bouwen' nodig.

Soms zijn er zelfs verschillende vergunningen nodig. Welke vergunning wanneer nodig is, staat in de wettelijke (landelijke) en gemeentelijke regelgeving.
Er is geen vergunning nodig voor reclame-uitingen die geen bouwwerk zijn en voor tijdelijke reclame-uitingen. Dan is namelijk de APV en/of de Verordening Fysieke Leefomgeving van toepassing.
Onder openbare ruimte verstaan we die ruimte die openbaar toegankelijk is.

### 2.1 Vergunningsvrij

Reclame-uitingen die niet vallen onder de criteria van de vergunningplicht, kunnen zonder een vergunning worden geplaatst. De volgende vormen van reclame zijn vergunningsvrij (gelden wel regels/richtlijnen voor):
- Reclame-uitingen kleiner dan 0,5 m²;
- Eén vlaggenmast per bedrijf op eigen terrein met een maximale hoogte van 6 meter;
- Flyeren van reclame (m.u.v. de vierdaagse);
- Reclame maken via exploitant van contractreclame;
- Politieke verkiezingen.

Voor regels voor vergunningsvrij bouwen geregeld in de Omgevingswet kunt u contact opnemen met het Omgevingsloket van gemeente Overbetuwe.

### 2.2 Omgevingsvergunningen

Een reclame-uiting is geen gebouw. In de regelgeving wordt dit aangeduid als een bouwwerk geen gebouw zijnde. Dit betekent een bouwwerk van enige (constructieve) omvang. In de regels is enige omvang niet duidelijk omschreven in afmetingen.
Voor het oprichten van een bouwwerk geen gebouw zijnde zal in eerste instantie een omgevingsvergunning aangevraagd moeten worden.
Een omgevingsvergunning kan diverse activiteiten (onderdelen) bevatten. Te denken valt aan:
- Activiteit bouwen;
- Activiteit reclame;
- Activiteit afwijken omgevingsplan;;
- Activiteit monument.

De aanvraag omgevingsvergunning bevat minimaal de activiteit reclame en waar noodzakelijk (bij constructie enige omvang) ook de activiteit bouwen voor het maken van de reclame. De beoordeling vindt hierdoor via meerdere regels plaats. De activiteit reclame beoordelen we op basis van het reclamebeleid en op onze welstandsnota. De activiteit bouwen beoordelen we op de regels van het daar geldende omgevingsplan.
Ook vindt er een beoordeling plaats aan de regels van het Besluit bouwwerken leefomgeving.

Een aanvraag omgevingsvergunning kan in strijd zijn met het omgevingsplan . We beoordelen de aanvraag omgevingsvergunning dan ook aan de van toepassing zijnde afwijkingsregels.

Een reclame-uiting op of nabij een monument wordt ook beoordeeld als een aanvraag omgevingsvergunning met activiteit Monument. Voor een monument geldt dat er onderscheid gemaakt wordt in gemeentelijke monumenten en rijksmonumenten. Dit is van invloed op de toe te passen procedure, namelijk regulier of uitgebreid.

### 2.3 Procedure

Met de inwerkingtreding van de Wabo is het digitale Omgevingsloket in het leven geroepen. Via de website www.omgevingsloket.nl kan de aanvrager een aanvraag omgevingsvergunning bij de gemeente indienen. We stimuleren inwoners om de aanvraag omgevingsvergunning op deze manier in te dienen. De afhandeling van de aanvraag gebeurt ook digitaal.

*Vergunningencheck*

Een initiatiefnemer kan via de website www.omgevingsloket.nl een vergunningencheck doen. Aan de hand van de beantwoording van de vragenlijst weet de initiatiefnemer of er een vergunning nodig is. Na de vergunningencheck kan de initiatiefnemer zijn aanvraag via de website indienen.

*Aanvraag omgevingsvergunning*
Een aanvraag voor een omgevingsvergunning met de daarbij behorende documenten dient de initiatiefnemer via het Omgevingsloket (www.omgevingsloket.nl) in. De afhandeling van de aanvraag omgevingsvergunning gebeurt ook digitaal.

*Procedure*
De procedure van een aanvraag wordt hier nader uitgelegd.

De behandeltermijn van een aanvraag omgevingsvergunning is voor een reguliere procedure 8 weken. De meeste aanvragen vallen hier onder. Door bijvoorbeeld het plaatsen van een reclame-uiting op, bij of nabij een monument, kan het zijn dat de uitgebreide procedure nodig is . De behandeltermijn is dan maximaal 26 weken. Als gemeente zal de termijn van behandeling zo kort mogelijk te houden

*Leges*
U betaalt leges voor de behandeling van uw reclame-uiting.

## 2.4 Afwijken
Indien een aanvraag omgevingsvergunning niet past binnen de vastgestelde regels bestaat de mogelijkheid om af te wijken.

*Afwijken omgevingsplan*
Als een aanvraag niet past in het omgevingsplan zijn er soms mogelijkheden om af te wijken van het omgevingsplan en toch een vergunning te verlenen. Als dit niet kan dan zal beoordeeld moeten worden of het omgevingsplan gewijzigd kan worden via een buitenplanse omgevingsplanactiviteit (BOPA)

*Afwijken Welstandsnota*
De Commissie Ruimtelijke Kwaliteit (CRK) brengt een advies uit op de aanvraag van een omgevingsvergunning. Als het advies negatief is, heeft het College van B&W de mogelijkheid om het advies van de CRK niet op te volgen.

# 3 ALGEMENE CRITERIA

In de reclamenota wordt onderscheid gemaakt tussen algemene- en gebiedsgerichte criteria. De algemene criteria vormen de basis waaraan alle reclame-uitingen moeten voldoen. Deze gelden ongeacht het gebied of type reclame-uiting. Ze vormen een eerste toetsingskader bij het beoordelen van reclame-uitingen en bij het handhaven van excessen. De gemeenschappelijke criteria bestaan uit functioneel/technische eisen, verkeersveiligheidseisen en eisen over het uiterlijk (welstandsaspecten). Deze criteria zijn ook van toepassing op de welstandstoets voor aanvragen om omgevingsvergunningen voor de activiteit 'Bouw'.

## 3.1 Functioneel/technisch

Aan een reclame-uiting worden de onderstaande functionele en technische eisen gesteld:

- De reclame moet een directe relatie hebben met de (bedrijfs)activiteiten op de betreffende locatie/'het pand tenzij anders staat aangegeven in de reclamenota bij de gebiedsgerichte criteria.
- Bij meerdere functies in één pand zijn reclame-uitingen alleen toegestaan op de plaatsen waar deze een directe relatie hebben met de (bedrijfs)activiteiten. Dit betekent bijvoorbeeld geen reclame-uiting op de verdieping met de woonbestemming.
- Een reclameobject levert gedurende zijn duur een goede bijdrage aan het ruimtelijk beeld. Daarom is deze gemaakt van materiaal van goede kwaliteit, dat langdurig meegaat. Ook is deze technische en constructief goed aangebracht. Ook is het hierbij belangrijk dat reclameobjecten goed onderhouden worden.

## 3.2 Overlast, hinder en verkeersveiligheid

Uitgangspunt is dat een reclame-uiting geen overlast mag veroorzaken voor derden (fysiek of visueel). Ook mag de verkeersveiligheid niet in gevaar komen. Daarom gelden de volgende criteria:

- Reclame-uitingen die continu knipperen en/of bewegen zijn niet toegestaan.
- Verlichte en/of bewegende reclame is niet toegestaan als dat benoemd is bij de gebiedsgerichte criteria.
- Beeldwisseling bij schermen maximaal 1x per 20 seconden (ook in geval van wisselende posters) tenzij anders benoemd bij de gebiedsgerichte criteria. Overgang tussen beelden moet door middel van vervagen of schuiven type diashow (ene beeld gaat regelmatig en over het gehele beeldvlak over in het volgende). Dit om te veel aan beweging en onrust te voorkomen.
- Alleen schermen met zelfregelende lichtuittreding worden toegestaan (door een ingebouwde sensor en ingeschakelde regeling).
- Uitstekende reclameobjecten aan de gevel zijn niet lager dan 2,20 meter boven het voor voetgangers bestemde deel van de openbare ruimte of de weg geplaatst. Dit meten we vanaf de onderzijde van het reclameobject (voor de doorloophoogte).
- Uitstekende reclameobjecten aan de gevel zijn tenminste 0,50 meter vanaf de rijbaan geplaatst. Reclameobjecten mogen dus nooit boven de rijbaan zijn gemaakt.

## 3.3 Uiterlijke verschijningsvorm

Een reclame-uiting is een verrijking van het gevelbeeld of de openbare ruimte en mag in ieder geval niet verstorend of lelijk zijn voor het ruimtelijk beeld. Dat geldt ook voor 'huisstijlreclames'. Over de verschijningsvorm gelden de volgende voorwaarden:

- De vormgeving, afmetingen en kleuren van een reclame-uiting zijn afgestemd op het karakter van de directie omgeving.
- Gevelreclames zijn qua vormgeving, detaillering, afmetingen en plaatsing op de gevelopzet afgestemd. De samenhang en structuur van de gevel blijven behouden.
- Bij monumenten gaan we extra zorgvuldig om met reclame-uitingen. In deze situatie leggen we een aanvraag voor aan de monumentencommissie, onderdeel van de Commissie Ruimtelijke Kwaliteit.
- In het geval van bestaande bebouwing is de aanwezige samenhang en ritmiek van de gevel en straatwand essentieel voor een passende reclame. Als de architectuur van de bestaande bebouwing al reclamemogelijkheden heeft, zijn dat de aangewezen plaatsen waar reclame-uitingen worden aangebracht.
- Geen reclame in reflecterende en/of fluorescerende kleuren.

# 4 GEBIEDSGERICHTE CRITERIA

Voor verschillende gebieden gelden specifieke eisen voor reclame-uitingen. Zo worden er aan reclame op bedrijventerreinen andere eisen gesteld dan aan reclame in een woongebied of in het buitengebied. Het doel van deze regels is om het karkater van het gebied te behouden. De indeling van deze regels is gebaseerd op de gebiedsindeling van de bestemmingsplannen en de welstandsnota. In de Welstandsnota staan voorbeelden (foto's) van reclame ter indicatie.

## 4.1 Bedrijventerreinen

Bedrijventerreinen kenmerken zich door grootschalige gebouwen en een functionele uitstraling. Deze terreinen liggen vaak aan de rand van de kern, in de overgang naar het platteland. Door de grotere schaal van de bebouwing is een ruimere hoeveelheid reclame mogelijk. Uitgangspunt blijft dat de reclame op een logische plaats tegen het gebouw of op eigen terrein geplaatst wordt.

In Overbetuwe zijn de volgende bedrijventerreinen:

- Park 15 (Oosterhout)
- De Aam (Elst
- De Merm (Elst)
- Poort van Midden Gelderland Noord (Heteren)
- Poort van Midden Gelderland Zuid (Heteren)
- De Schalm (Andelst)
- Andelst Oost (Andelst)
- Stationsgebied Zetten/Andelst (Zetten, Herveld)
- Sint Walburg (Zetten)

Bedrijven die niet gevestigd zijn op één van deze bedrijventerreinen, vallen dus in een andere categorie.

### *4.1.1 Bij een bedrijf in een afzonderlijk gebouw*

Een reclame-uiting voldoet als aan alle onderstaande criteria wordt voldaan:

**POSITIONERING**

- Bevestiging van één bord evenwijdig tegen de gevel en/of
- vrijstaand bij de entree of inrit (dit kan ook een zuil zijn)
- Plaats gevelreclame afstemmen op de gevelindeling
- Niet haaks op de gevel, op een plat dak, in de goot of uitstekend buiten het gebouwsilhouet
- De plaats van de reclame houdt verband met het bedrijf op het perceel

**MAATVOERING**

- Tegen de gevel: maximaal 50% van de lengte van de gevel met een maximum van 6m en 1,5m hoog
- Vrijstaand: maximaal 1,5m breed en 3,5m hoog en niet hoger dan de bouwhoogte van het op het perceel gesitueerde hoofdgebouw

**VERSCHIJNINGSVORM**

- Gevelreclame integreren in de architectuur
- Lichtbak, LED-scherm of aanlichten van reclame is toegestaan
- LED-scherm heeft maximaal 1 vervagende of verschuivende beeldwisseling per minuut, is voorzien van zelfregulerende lichtuittreding en is gedimd tussen 23.00 en 06.00 uur
- LED-scherm vertoont geen films, tuimelende of wervelende overgangen

**MATERIAAL, KLEUR EN DETAILLERING**

- Het materiaal is duurzaam
- Materiaal, kleur en detaillering dragen bij aan een kwalitatieve uitstraling
- Materiaal, kleur en detaillering zijn afgestemd op de karakteristiek van de gevel en/of het karakter van de omgeving

**VLAGGEN (of BANNIERS)**

- één vlaggenmast zie vergunningsvrij paragraaf 2.1

- maximaal drie vlaggenmasten op eigen terrein geplaatst in een ensemble of
- maximaal drie vlaggen aan de gevel afgestemd op de lengte van de gevel, waarbij er geen sprake is van andere reclame-uitingen

*4.1.2 Bij een bedrijf in een bedrijfsverzamelgebouw*

Een reclame-uiting voldoet als aan alle onderstaande criteria wordt voldaan:

**POSITIONERING**

- Bevestiging van één bord evenwijdig tegen de gevel en/of één vermelding op één vrijstaande reclamezuil voor alle bedrijven per gebouw welke geplaatst is bij de entree of inrit
- Plaats gevelreclame afstemmen op de gevelindeling
- Plaats gevelreclame afstemmen op de gevelreclames van de andere bedrijven in hetzelfde gebouw
- Niet haaks op de gevel, op een plat dak, in de goot of uitstekend buiten het gebouwsilhouet

**MAATVOERING**

- Tegen de gevel: maximaal 50% van de lengte van de gevel met een maximum van 6m en 1,5m hoog
- Vrijstaand: maximaal 1,5m breed en 3,5m hoog en niet hoger dan de bouwhoogte van het op het perceel gesitueerde hoofdgebouw

**VERSCHIJNINGSVORM**

- Gevelreclame integreren in de architectuur
- Verlichting of aanlichten van reclame is toegestaan
- Geen knipperende of bewegende elementen of onderdelen

**MATERIAAL, KLEUR EN DETAILLERING**

- Het materiaal is duurzaam
- Materiaal, kleur en detaillering dragen bij aan een kwalitatieve uitstraling
- Materiaal, kleur en detaillering zijn afgestemd op de karakteristiek van de gevel en/of het karakter van de omgeving

**VLAGGEN (of BANNIERS)**

- één vlaggenmast zie vergunningsvrij paragraaf 2.1
- maximaal drie vlaggenmasten bij de (hoofd)ingang van het eigen terrein geplaatst in een ensemble of
- bij meerdere ingangen van het terrein van het bedrijfsverzamelgebouw mogen per ingang maximaal drie vlaggen in een ensemble worden geplaatst.
- geen vlaggen aan de gevel bij een bedrijf

*4.1.3. Hoge reclamemasten*

De bedrijventerreinen liggen aan de A15, A50 en A325. Diverse bedrijven willen met hoge reclamemasten (anders dan nu mogelijk wordt gemaakt in de betreffende bestemmingsplannen op eigen kavels) reclame maken. Een andere benaming voor eenzelfde bouwwerk (bijvoorbeeld verwijsmast) wordt als reclamemast behandeld.

De huidige grote reclamemasten op Poort van Midden Gelderland Noord, Poort van Midden Gelderland Zuid, De Schalm en op Park15 (in ontwikkeling) kennen de functieaanduiding “Specifieke vorm van bedrijf, reclamemast” dan wel zijn vergund via een projectafwijkingsbesluit. Onder de doeleinden staat dat een reclamemast mag ter plaatse van deze aanduiding. De bouwhoogte mag in beide gevallen (maximaal) 25 meter bedragen.

Wanneer een van bovenstaande bestaande (analoge of digitale) reclamemasten wordt aangepast is dit vergunningsplichtig. Hierbij geldt onder andere:

- Bij reclame op masten geldt een lichtdiscipline van 23.00 tot 06.00 uur;

- De aanvraag voor een reclamemast moet in overleg met de gemeente worden gedaan omdat een reclamemast grote ruimtelijke impact heeft.

Er zijn geen nieuwe hoge reclamemasten (onder de functieaanduiding “Specifieke vorm van bedrijf, reclamemast") toegestaan in Overbetuwe.

## 4.2 Centrum

Centra hebben een uitgesproken winkelkarakter, hebben verschillende voorzieningen en vormen de kernen van de gemeente. De mogelijkheden om reclame te maken zijn dan ook ruimer. Algemeen kan hierbij worden gesteld dat de reclame op winkelniveau geplaatst moeten worden. Zo ontstaat er een logische relatie tussen de reclame-uiting en de functie van een bedrijf/organisatie. Ook wordt zo de overlast voor eventuele boven liggende woningen beperkt.

De volgende kernen in Overbetuwe worden aangemerkt als centrum/winkelgebied (voor de andere kernen geldt dat het om een woongebied gaat):

- Elst
- Herveld
- Heteren
- Zetten

De winkelgebieden zijn uitgewerkt in kaarten in bijlage 1.

Een reclame-uiting in centra/winkelgebieden voldoet als aan alle onderstaande criteria wordt voldaan:

**POSITIONERING**

- Maximaal twee reclame-uitingen tegen de gevel, één haaks op de gevel en één in het vlak van de gevel, of tegen de luifel van de begane grond.
- Reclame-uitingen alleen in de begane grondlaag
- Plaats gevelreclame afstemmen op de gevelindeling van het winkelpand

**MAATVOERING**

- Gevelreclame in het vlak van de gevel is niet breder dan 80% van de gevelbreedte, maximaal 4m breed en 0,75m hoog
- Gevelreclame haaks op de gevel is maximaal 0,8x0,8m2, maximaal 20cm dik en is minimaal 2,20 boven het trottoir geplaatst
- Een lichtbak is maximaal 1m2

**VERSCHIJNINGSVORM**

- Voor gevelreclame in het vlak van de gevel: geschilderde letters, losse of geschakelde (doos)letters eventueel uitgevoerd als neonverlichting of een lichtbak
- Geen frames
- Voorkeur voor losse letters

**MATERIAAL, KLEUR EN DETAILLERING**

- Het materiaal is duurzaam
- Materiaal, kleur en detaillering dragen bij aan een kwalitatieve
- uitstraling
- Materiaal, kleur en detaillering zijn afgestemd op de (historische) gevelkarakteristiek

**VLAGGEN (of BANNIERS)**

- één vlaggenmast zie vergunningsvrij paragraaf 2.1
- maximaal twee vlaggenmasten nabij de winkel geplaatst of
- maximaal twee vlaggen aan de gevel afgestemd op de lengte van de gevel, waarbij er geen sprake is van andere reclame-uitingen

## 4.3 Woongebieden

Uitgangspunt is dat in de gebieden met hoofdzakelijk een woonfunctie geen reclame-uitingen passen. Uitzonderingen zijn situaties waarbij er sprake is van een aan huis gebonden beroep. Voor deze gevallen is een bescheiden reclame-uiting aanvaardbaar. Voor grotere panden met een bedrijfs-, winkel- of horecabestemming in een woongebied gelden andere richtlijnen, hier zijn beperkte reclame-uitingen mogelijk.

### *4.3.1. Bij een bedrijf aan huis*

Een reclame-uiting voldoet als aan alle onderstaande criteria wordt voldaan:

**POSITIONERING**

- Maximaal één reclame-uiting per hoofdgebouw tegen de gevel en één vrijstaande reclame-uiting bij de inrit
- Gevelreclame plaatsen in het vlak van de gevel op het niveau van de begane grond en gerelateerd aan de entree
- Plaats gevelreclame afstemmen op de gevelindeling van de betreffende gevel
- De plaats van de reclame houdt verband met de plaats van het bedrijf op het perceel

**MAATVOERING**

- Losse doosletters of een gevelbord hebben een oppervlak van maximaal 1m2
- Een vrijstaand bord of zuil heeft een oppervlak van maximaal 0,5m2 en is maximaal 1.5m hoog

**VERSCHIJNINGSVORM**

- Geen verlichting, lichtbakken, knipperende of bewegende onderdelen
- De reclame is zorgvuldig ontworpen en heeft een verzorgde uitstraling
- De reclame komt bescheiden en ondergeschikt over in het straatbeeld

**MATERIAAL, KLEUR EN DETAILLERING**

- Materiaal, kleur en detaillering zijn afgestemd op de gevelkarakteristiek of het karakter van de tuin en dragen bij aan een bescheiden uitstraling

**VLAGGEN (of BANNIERS)**

- één vlaggenmast zie vergunningsvrij paragraaf 2.1

### *4.3.2. Voor bedrijfsbebouwing gelegen in woongebieden*

Een reclame-uiting voldoet als aan alle onderstaande criteria wordt voldaan:

**POSITIONERING**

- Maximaal één reclame-uiting per 15m strekkende gevel grenzend aan een openbare weg en één vrijstaande reclame-uiting bij de inrit
- Gevelreclame(s) plaatsen in het vlak van de gevel op het niveau van de begane grond
- Plaats van de gevelreclame afstemmen op de gevelindeling van de betreffende gevel
- De plaats van de reclame houdt verband met de plaats van het bedrijf op het perceel

**MAATVOERING**

- Losse doosletters of een gevelbord hebben een oppervlak van maximaal 1,0m2
- Een vrijstaand bord of zuil is maximaal 1m breed en 2m hoog en eventueel tweezijdig bedrukt

**VERSCHIJNINGSVORM**

- Geen spanframes met wisselende doeken, verlichting, lichtbakken, knipperende of bewegende onderdelen

- De reclame is zorgvuldig ontworpen en heeft een verzorgde uitstraling
- De reclame komt bescheiden en ondergeschikt over in het straatbeeld

**MATERIAAL, KLEUR EN DETAILLERING**
- Materiaal, kleur en detaillering zijn afgestemd op de
- gevelkarakteristiek en dragen bij aan een bescheiden uitstraling

**VLAGGEN (of BANNIERS)**
- één vlaggenmast zie vergunningsvrij paragraaf 2.1
- maximaal twee vlaggenmasten nabij de inrit geplaatst of
- maximaal twee vlaggen aan de gevel afgestemd op de lengte van de gevel, waarbij er geen sprake is van andere reclame-uitingen

## 4.4 Buitengebied

Het buitengebied heeft een open en landelijk karakter (buiten de bebouwde kom en bedrijventerreinen). Dit wordt versterkt door de aanwezigheid van agrarische bedrijven. In het buitengebied zijn ook andere vormen van bedrijvigheid (horeca, evenemententerreinen, detailhandel, etc.). Vooral deze bedrijven hebben behoefte om reclame te maken voor haar producten/diensten.

Uitgangspunt voor reclame in het buitengebied is een terughoudend beleid, waarbij de reclame-uitingen beperkt zijn en passend moeten zijn bij het open en landelijke karakter.

### *4.4.1. Agrarische bedrijven*

Een reclame-uiting voldoet als aan alle onderstaande criteria wordt voldaan:

**POSITIONERING**
- Er is sprake van één reclame-uiting tegen de gevel of één vrijstaande reclame-uiting bij de inrit indien de entree van het gebouw niet zichtbaar is vanaf de openbare weg

**MAATVOERING**
- Tegen de gevel: maximaal 25% van de lengte van de gevel met een maximum van 4m en 0,5m hoog
- Vrijstaand: maximaal 1m2, hoogte maximaal 2m

**VERSCHIJNINGSVORM**
- Verlichting, het aanlichten van reclame of lichtreclame is niet toegestaan
- De reclame-uiting is ondergeschikt in het landelijke gebied

**MATERIAAL, KLEUR EN DETAILLERING**
- Het materiaal is duurzaam
- Materiaal, kleur en detaillering dragen bij aan een kwalitatieve uitstraling
- Materiaal, kleur en detaillering zijn afgestemd op de karakteristiek van de gevel en/of het karakter van het landelijke gebied

**VLAGGEN (of BANNIERS)**
- één vlaggenmast zie vergunningsvrij paragraaf 2.1
- maximaal twee vlaggenmasten nabij de inrit geplaatst of
- maximaal twee vlaggen aan de gevel afgestemd op de lengte van de gevel, waarbij er geen sprake is van andere reclame-uitingen

### *4.4.2 Niet-agrarische bedrijven*

Een reclame-uiting voldoet als aan alle onderstaande criteria wordt voldaan:

**POSITIONERING**
- Maximaal één reclame-uiting per gevel grenzend aan een openbare weg en één vrijstaande reclamezuil bij de inrit

**MAATVOERING**

- Tegen de gevel: maximaal 25% van de lengte van de gevel met een maximum van 6m en 0,5m hoog
- Vrijstaand: maximaal 1m2, hoogte maximaal 2,5m

**VERSCHIJNINGSVORM**
- Verlichting, het aanlichten van reclame of lichtreclame is niet toegestaan
- De reclame-uiting is ondergeschikt in het landelijke gebied

**MATERIAAL, KLEUR EN DETAILLERING**
- Het materiaal is duurzaam
- Materiaal, kleur en detaillering dragen bij aan een kwalitatieve uitstraling
- Materiaal, kleur en detaillering zijn afgestemd op de karakteristiek van de gevel en/of het karakter van het landelijke gebied

**VLAGGEN (of BANNIERS)**
- één vlaggenmast zie vergunningsvrij paragraaf 2.1
- maximaal twee vlaggenmasten nabij de inrit geplaatst

## 4.5 Overig

### 4.5.1. Recreatie- & sportterreinen

Op recreatie en sportterreinen staat reclame niet centraal. Reclame moet passend binnen de omgeving zijn en naar binnen gericht (niet gericht op de openbare weg, gericht op het terrein).

Een reclame-uiting voldoet als aan alle onderstaande criteria wordt voldaan:

**POSITIONERING**
- Eén naamsvermelding per club geplaatst in het vlak van de gevel van het clubgebouw en/of bij de inrit van het sportcomplex
- Overige reclame(sponsering)borden rondom de sportvelden, op de tribunes en tegen scoreborden zijn naar binnen gericht/gericht op de sportvelden
- Reclame is niet gericht op de openbare weg

**MAATVOERING**
- Bestaande situatie is uitgangspunt, voor het overige geldt:
- Een bord op gevel clubgebouw is maximaal 2,5X0,5m
- Een bord haaks op gevel is maximaal 0,8x0,8m2
- Borden rondom de velden zijn maximaal 1,2m hoog
- Borden op tribunes en scoreborden zijn 0,5m hoog
- Een bord of zuil is maximaal 2m hoog

**VERSCHIJNINGSVORM**
- Aanlichten van bord, zuil en reclametekst is toegestaan
- Geen lichtreclame en lichtbakken
- Spanframes zijn denkbaar

**MATERIAAL, KLEUR EN DETAILLERING**
- Het materiaal is duurzaam
- Materiaal, kleur en detaillering dragen bij aan een kwalitatieve uitstraling
- Materiaal, kleur en detaillering zijn afgestemd op de karakteristiek van de gevel en/of het karakter van de omgeving

**VLAGGEN (of BANNIERS)**
- één vlaggenmast zie vergunningsvrij paragraaf 2.1
- maximaal drie vlaggenmasten bij de hoofdingang van het recreatie- en sportterrein geplaatst in een ensemble of
- bij meerdere ingangen van het recreatie- en sportterrein mogen per ingang maximaal drie vlaggen in een ensemble worden geplaatst

### 4.5.2. Op rotondes

Reclame maken op rotondes is alleen toegestaan als de rotonde geadopteerd is (overeenkomst met de gemeente over inrichting en onderhoud).

Een reclame-uiting voldoet als aan alle onderstaande criteria wordt voldaan:

**POSITIONERING**

- Op een rotonde
- Het maximaal toegestane aantal borden is gelijk aan het aantal wegen dat aansluit op de rotonde

**MAATVOERING**

- Maximale afmetingen bord 1,2m breed en 0,8m hoog, hoogte inclusief frame is maximaal 1m

**VERSCHIJNINGSVORM**

- Verlichting; het betreft geen lichtreclame en het bord is niet aangelicht
- De borden op de rotonde zijn op elkaar afgestemd in maatvoering en verschijningvorm

**MATERIAAL, KLEUR EN DETAILLERING**

- Het materiaal is duurzaam
- Materiaal, kleur en detaillering dragen bij aan een bescheiden uitstraling

# 4. RECLAME IN DE OPENBARE RUIMTE

## 5.1 Tijdelijke reclame

Onder tijdelijke reclame worden de borden of (span)doeken verstaan waarop reclame wordt gemaakt voor een bepaald (commercieel of niet-commercieel) evenement of andere soort van aankondiging. Hiervoor gelden de volgende richtlijnen:

### 5.1.1. Spandoeken

Spandoeken boven de openbare weg zijn verboden vanwege verkeersveiligheid en de uitstraling. Een spandoek is een doek, zeil of ander voorwerp dat flexibel is en opgevouwen of opgerold kan worden. Een spandoek wordt met touwen of andere belijningen aan een ander voorwerp opgehangen. Een doek of zeil of iets wat daarmee te vergelijken is en in een vast frame is vast gemaakt valt niet onder een spandoek.

### 5.1.2. Sandwich- en evenementenborden

In de gemeente Overbetuwe zijn locaties voor sandwichborden aangewezen die gebruikt kunnen worden voor het maken van reclame voor lokale niet-commerciële evenementen, voor aankondigingen van lokale maatschappelijke initiatieven en voor aankondigingen van regionale maatschappelijke initiatieven waar de gemeente Overbetuwe participant/deelnemer van is.

Hiervoor zijn standaard locaties beschikbaar. Aanvullend hierop zijn er extra locaties aangewezen die tijdelijk gebruikt kunnen worden indien er veel evenementen of maatschappelijke initiatieven in dezelfde periode plaatsvinden.

De vergunning voor het plaatsen van evenementenborden kan worden meegenomen in de evenementenvergunning. Hierin wordt aangegeven waar en wanneer de bordengeplaatst mogen worden en wat de maatvoering moet zijn. Dit wordt onder andere getoetst op verkeersveiligheid.

In beginsel worden vergunningen voor het plaatsen van sandwichborden voor twee weken verleend. De plaatsing en verwijdering van de borden gebeurt door de initiatiefnemer maximaal 1 week na het betreffende evenement/maatschappelijk initiatief. De regels voor sandwichborden worden uitgewerkt in het aanwijsbesluit en vastgesteld door het college.

### 5.1.3. Borden van sportclubs langs toegangswegen

Dergelijke borden zijn vergunningplichtig in het kader van de Wabo. Hiervoor moet een vergunning verleend worden.

### 5.1.4. Flyeren

Flyeren is toegestaan. Men moet wel eventuele rommel daarvan opruimen. Tijdens de Nijmeegse vierdaagse op de dag van de doortocht door Overbetuwe is het verboden om te flyeren.

### 5.1.5. Project-, bouw- en makelaarsborden

Dergelijke borden zijn onderdeel van omgevingsvergunning bouw.

## 5.2 Vrijheid van meningsuiting

Dit is momenteel opgenomen in artikel 5:15 lid 5 van de APV en hoeft geen verdere uitwerking. Bovendien kunnen op grond van artikel 2:42 van de APV plaatsen aangewezen worden voor meningsuitingen en bekendmakingen.

## 5.3 Contractreclame

De openbare ruimte, met name belangrijke doorgangsroutes, biedt ruimte voor reclame-uitingen. Het gaat om abri’s, informatieborden en de eerder genoemde hoge reclamemasten. De gemeente heeft als eigenaar en beheerder van de openbare ruimte langdurige overeenkomsten afgesloten met bedrijven om langs aangegeven wegen en routes en reclame te plaatsen. De volgende richtlijnen gelden voor Abri’s en informatieborden:

### 5.3.1. Abri’s (bushokjes)

Een abri is een kleine, niet afgesloten wachtruimte die beschutting biedt tegen weer en wind. Abri's zijn vooral te vinden in het openbaar vervoer, zoals bij een bushalte, op een busstation of treinstation.

Hoeveel; Eén verlichte vitrine per abri.
Waar; Uitsluitend in abri's met vitrine. Alleen als het verkeerstechnisch kan.
Hoe; Aan twee zijden voorzien van affiches met reclame, het afficheformaat heeft een vast formaat van 1,25 meter breed en 1,85 meter hoog (standaardafmeting), reclame in abri's wordt geplaatst via aangewezen bedrijven.

Voor informatie over het maken van reclame in een abri moet men contact opnemen met de betreffende exploitant.

#### 5.3.2. Informatieborden bij toegang kern

Bij toegangswegen van diverse kernen in Overbetuwe staan informatieborden. Op de informatieborden is ruimte om reclame te maken.

Hoeveel; Eén verlichte vitrine per informatiebord.
Waar; Uitsluitend op het informatiebord. Alleen als het verkeerstechnisch kan.
Hoe; Hierover worden aparte afspraken gemaakt met de exploitant. Er is beperkt ruimte voor reclame.

Voor meer informatie over het maken van reclame op een informatiebord moet men contact opnemen met de betreffende exploitant.

### 5.4 Uitstallingen ten behoeve van reclame

Uitstallingen die bedoeld zijn om reclame te maken zijn vergunningsvrij binnen 1 meter gemeten vanuit de voorgevel. Buiten deze zone zijn ze niet toegestaan vanwege de verkeersveiligheid en het voorkómen van verrommeling van het straatbeeld.

### 5.5 Verkiezingen

De volgende reclame-uitingen voor verkiezingen zijn vergunningsvrij, mits deze voor maximaal 31 dagen zijn geplaatst:

- Posters op gemeentelijke aanplakborden: politieke partijen krijgen een bericht met daarin aangegeven waar de aanplakborden ten behoeve van de verkiezingen zijn geplaatst. Er mag niet op andere plaatsen worden geplakt (dus niet op lantaarnpalen, bushokjes, elektriciteitskasten etc.).
- Borden en posters op particulier grondgebied, met toestemming van de eigenaar. Er moet wel rekening gehouden worden met de verkeersveiligheid.
- Uitdelen van folders. Er moet wel rekening gehouden worden met de verkeersveiligheid.

Voor een kraampje of verkiezingscaravan op gemeentegrond moet een standplaatsvergunning voor ideële doelen worden aangevraagd (minimaal 3 weken van tevoren).

### 5.6 Bewegwijzering

Bewegwijzering is een indirecte vorm van reclame maken. Deze is vooral bedoeld om de vindbaarheid te vergroten en dient in minder mate om de naamsbekendheid te vergroten. In Overbetuwe zijn hiervoor beperkte mogelijkheden.

#### *5.6.1. Permanente verwijsborden*

In de nota toeristische bewegwijzering staat beschreven welke permanente bewegwijzering voor bedrijven, maatschappelijke instellingen en andere organisaties in Overbetuwe mogelijk is en onder welke voorwaarden. Men kan hiervoor contact opnemen met het RBT KAN.

#### *5.6.2. Tijdelijke verwijsborden*

Het kan zijn dat een locatie slechts voor een korte periode vindbaar hoeft te zijn. Dit is bijvoorbeeld het geval bij evenementen en bouwprojecten. In dergelijke gevallen is het onder voorwaarden mogelijk om tijdelijk een aantal verwijsborden te plaatsen. Voor het plaatsen van tijdelijk verwijsborden worden afspraken gemaakt bij de aanvraag voor een vergunning.

Hiervoor gelden de volgende algemene richtlijnen:

- Afmeting is maximaal 0,60 meter breed en 0,30 meter hoog;
- Plaatsing op een afstand van minimaal 0,60 meter uit de wegkant op een zodanige manier dat het uitzicht niet wordt belemmerd;
- Bevestiging aan verkeersborden- en lichten en/of aan bomen en andere beplanting is niet toegestaan;

- Aanvrager is verantwoordelijk om de tijdelijke verwijsborden weg te halen binnen 2 werkdagen na afloop van het evenement of na realisatie van het bouwproject.

### 5.7 Digitale informatiezuilen

Digitale informatiezuilen hebben als doel inwoners en bezoekers in de kernen van Overbetuwe te informeren. De volgende voorwaarden gelden:

| | |
|---|---|
| Aanvragen door wie | Alleen Overbetuwse maatschappelijk initiatieven komen in aanmerking voor het aanvragen van een vergunning voor een digitale informatiezuil. Wie vallen hieronder: Een stichting/vereniging die is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel, met als doelstelling het onder de aandacht brengen of het versterken van een maatschappelijk doel. Het gaat om (de winkelgebieden/centra van) de volgende dorpskernen (zie Omgevingsvisie 2040):<br><br>- Driel<br>- Elst<br>- Herveld-Andelst<br>- Heteren<br>- Oosterhout<br>- Randwijk<br>- Slijk-Ewijk<br>- Valburg<br>- Zetten-Hemmen<br><br>Anno 2025 zijn er drie digitale informatiezuilen in Driel, Elst en Heteren vergund. Voor vergunningen van deze bestaande informatiezuilen blijvende voorwaarden van toepassing waaronder zij destijds zijn verleend. Bij vervanging van de informatiezuil gelden de regels omtrent digitale informatiezuilen in deze Beleidsregel. |
| Locatie | - Een digitale informatiezuil kan worden geplaatst bij de toegangswegen naar het winkelgebied of in het winkelgebied van de dorpskern zoals aangegeven in bijlage 1. Als geen winkelgebied aanwezig is in de betreffende kern kan een digitale informatiezuil geplaatst worden in de bebouwde kom (blauwe komborden), zoals omschreven in artikel 4.2 van deze Beleidsregel. Buiten deze locaties, zoals in het buitengebied of op bedrijventerreinen zijn digitale informatiezuilen niet toegestaan.<br>- Er wordt maximaal één vergunning per dorpskern verleend met uitzondering van de dorpskern Elst, hier zijn maximaal 2 informatiezuilen toegestaan. |
| Vormgeving | - De digitale informatiezuil mag niet leiden tot een onevenredige aantasting van architectuur, de bijzondere vormgeving van straatmeubilair of zichtlijnen en het ruimtelijke beeld.<br>- De maximale grootte van het digitale beeldscherm is 2,75 meter hoog en 1,50 meter breed.<br>- De grootte van het totale bouwwerk is maximaal 4,00 meter hoog, 1,85 meter breed en 0,30 meter diep.<br>- De digitale informatiezuil bestaat uit het frame waar het digitale beeldscherm(en) in worden geplaatst, het beeldscherm of de beeldschermen en de elektriciteitsvoorziening.<br>- De voor-, zij- en achterkant dienen netjes afgewerkt zijn.<br>- Het frame moet functioneel, summier en niet afleidend zijn. De kleur van het frame moet passend zijn bij de omgeving.<br>- De beeldschermen mogen geen lichtoverlast geven. Buitenreclame moet voldoen aan de ‘Algemene richtlijnen betreffende lichthinder, deel 4: reclameverlichting’ van de Nederlandse Stichting voor verlichtingskunde.<br>- De beeldschermen moeten uit tussen 23:00 uur en 7:00 uur. |
| Voorwaarden vergunning-verlening | - Minimaal een derde van de schermtijd en/of ruimte op de informatiezuil moet gebruikt worden voor informatie over activiteiten van niet commerciële Overbetuwse maatschappelijke initiatieven en gemeentelijke informatie. Deze informatie wordt kosteloos geplaatst.<br>- In de overige schermtijd mogen commerciële uitingen van lokale ondernemers/bedrijven (lees ondernemers/bedrijven met een vestigingsadres in Overbetuwe) worden geplaatst. Commerciële uitingen moeten voldoen aan de Nederlandse Reclame Code.<br>- Voor het plaatsen van een digitale informatiezuil is altijd een omgevingsvergunning noodzakelijk. Bij plaatsing in de openbare ruimte is daarnaast een overeenkomst (bruikleenovereenkomst) met de gemeente noodzakelijk.<br>- Een digitale informatiezuil mag niet geplaatst worden op plaatsen waar deze invloed kan hebben op de verkeersveiligheid.<br>- Een digitale informatiezuil mag geen (licht)overlast geven (voor omliggende woningen). |

| | |
|---|---|
| Verlenen vergunning | - De vergunning wordt voor maximaal 10 jaar verleend.<br>- Na een gemotiveerd verzoek van de aanvrager kan het college de vergunning verlengen met maximaal 10 jaar indien de situatie ter plekke dit mogelijk maakt. |
| Intrekken vergunning | - Het college kan de vergunning intrekken als er niet wordt voldaan aan de voorwaarden in deze beleidsregel, de vergunning of de overeenkomst.<br>- Het college kan de vergunning intrekken als door de aanvrager geen gebruik meer gemaakt wordt van de digitale informatiezuil, als deze niet behoorlijk onderhouden wordt of als de uitingen in strijd zijn met deze Beleidsregel.<br>- Na het einde van de vergunningstermijn of na intrekking van de vergunning moet de aanvrager de situatie terugbrengen in oorspronkelijke staat. Hierover worden afspraken gemaakt in de privaatrechtelijke overeenkomst. |

# 6 HANDHAVING

## 6.1 Handhavingsbeleid

Voor het toezicht en het handhaven van de reclameregels sluiten we aan bij het handhavingsbeleid en de jaarlijkse Uitvoeringsprogramma's Handhaving. In het beleid is onder meer beschreven hoe de gemeente omgaat met handhaving, welke werkwijze daarbij wordt gevolgd, hoe de prioriteiten zijn bepaald en hoeveel capaciteit er voor toezicht en handhaving wordt vrijgemaakt.

Het is van belang dat vastgesteld beleid ook gehandhaafd wordt. Het al dan niet functioneren van het reclamebeleid valt of staat daarmee. Onvoldoende handhaving tast de geloofwaardigheid aan en verkleint de animo om benodigde vergunning(en) aan te vragen. Toezicht en handhaving zijn daarom een integraal, onlosmakelijk en noodzakelijk onderdeel van het reclamebeleid, om te voorkomen dat reclame afbreuk doet aan de leefomgeving.
Een adequaat en geloofwaardig reclamebeleid vereist met andere woorden dat er voldoende prioriteit aan toezicht en handhaving wordt gegeven, en dat voldoende capaciteit beschikbaar is om strijdige situaties consequent te beëindigen. In de navolgende bepalingen wordt daar verder op ingegaan.

## 6.2 Handhavingsprocedure

Tegen strijdige reclame wordt opgetreden naar aanleiding van klachten of verzoeken om handhaving. Er wordt daarnaast echter ook (overeenkomstig artikel 5.2 lid 1 van de Wabo) regelmatig actief toezicht gehouden om vast te stellen of het beleid wordt nageleefd. Toezichthouders controleren of reclame conform een verleende vergunning is of wordt aangebracht, en sporen ook zelf illegale reclame op door na te gaan of voor een reclame-uiting een vergunning is verleend. De wijze waarop hier uitvoering aan wordt gegeven wordt opgenomen in het jaarlijkse Uitvoeringsprogramma Handhaving.

### *Prioriteiten*

Bij de uitvoering van de toezichthoudende en handhavende taken kunnen prioriteiten worden gesteld. Niet iedere overtreding kan altijd direct worden aangepakt en sommige overtredingen zijn ernstiger dan andere, bijvoorbeeld bij verkeersonveilige situaties of overlast.
Waar het gaat over welstand wordt onderscheid gemaakt naar:

1. Gebied.
   Winkelgebieden, invalswegen en doorgaande wegen hebben meer prioriteit.
2. Aard/type bouwwerk. Reclame aan een beschermd Rijks- of gemeentelijk monument heeft meer prioriteit dan reclame aan een ander gebouw.
3. Excessen. Deze hebben altijd prioriteit.

### *Gefaseerde aanpak*

Toezicht en handhaving kan themagewijs, al dan niet gefaseerd plaatsvinden. Eventuele keuzes om themagewijs en/of gefaseerd op reclame te handhaven worden gemaakt in het kader van het Uitvoeringsprogramma Handhaving.

### *Passief toezicht en handhaving*

1. Als een belanghebbende een klacht/melding of verzoek om handhaving over een reclame indient dan wordt deze in alle gevallen in behandeling genomen. Bij een verzoek om handhaving worden daarbij de procedureregels- en termijnen van de Algemene wet bestuursrecht in acht genomen. Als een klacht, melding of verzoek na beoordeling gegrond is, dan wordt daar gelet op de beginselplicht tot handhaving in beginsel handhavend tegen opgetreden.
2. Bij de behandeling van een klacht/melding of verzoek om handhaving worden in ieder geval de prioriteit en de ernst van de overtreding meegewogen. Indien handhaving onevenredig is in verhouding tot het te beschermen belang, of wanneer er concreet zicht is op legalisatie, wordt van handhaving afgezien.

## 6.3 Buitensporige reclame (excessen)

Tegen excessen wordt steeds met prioriteit opgetreden. Een exces is een evidente en ook voor niet-deskundigen duidelijk herkenbare buitensporigheid in het uiterlijk van een reclame-uiting. Hiervan is sprake als (een deel van) een gebouw of van een bouwwerk geen gebouw zijnde als gevolg van een reclame-uiting op zichzelf en/of in relatie tot de omgeving in ernstige mate in strijd is met redelijke eisen van welstand (zoals bedoeld in artikel 12a lid 1 sub b van de Woningwet). Op grond van artikel

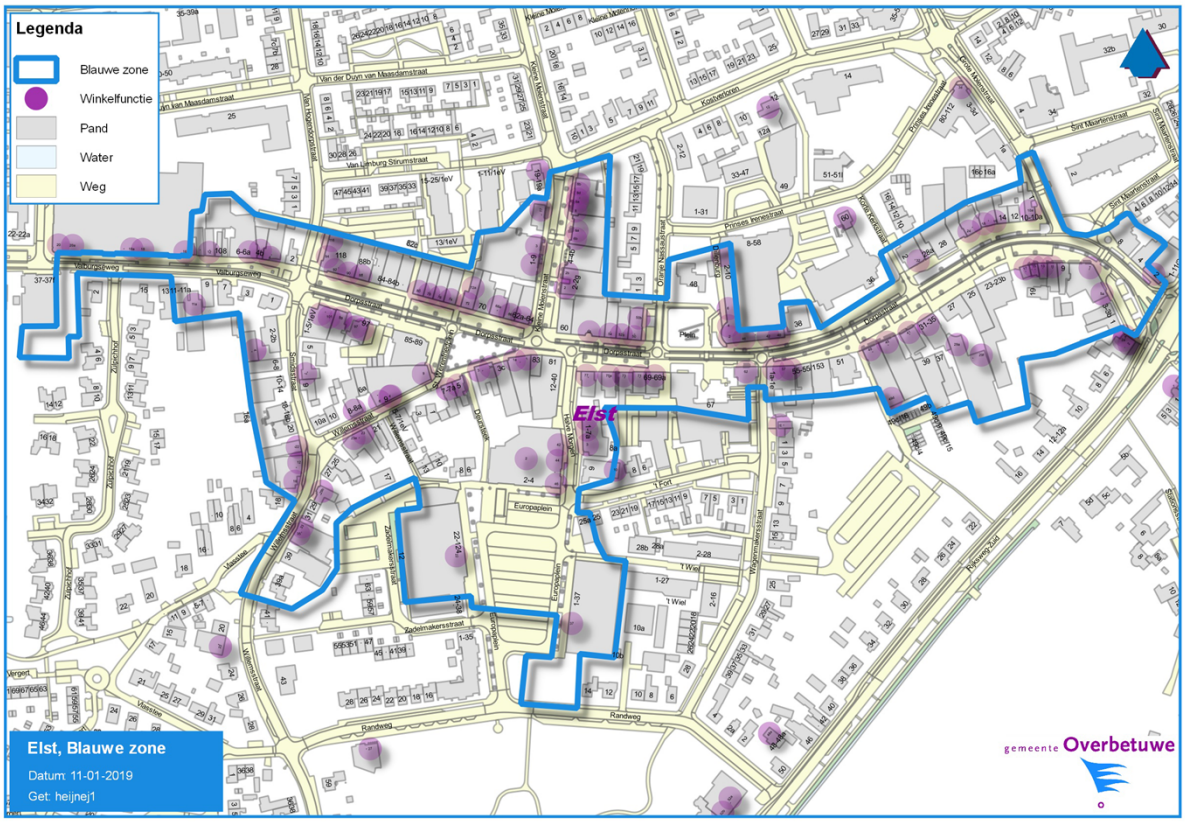
13a van de Woningwet kan de eigenaar van het gebouw of bouwwerk worden aangeschreven om voorzieningen te (laten) treffen waarmee de strijdige situatie ongedaan wordt gemaakt. Het kan gaan om een vrijstaande reclameconstructie die ernstig ontsierend is. Het kan ook gaan om een ernstig ontsierende reclame op of aan een gebouw, waardoor de gevel van het gebouw (ook) ernstig ontsierd wordt.

De excessenregeling is in ieder geval van toepassing in de volgende gevallen:

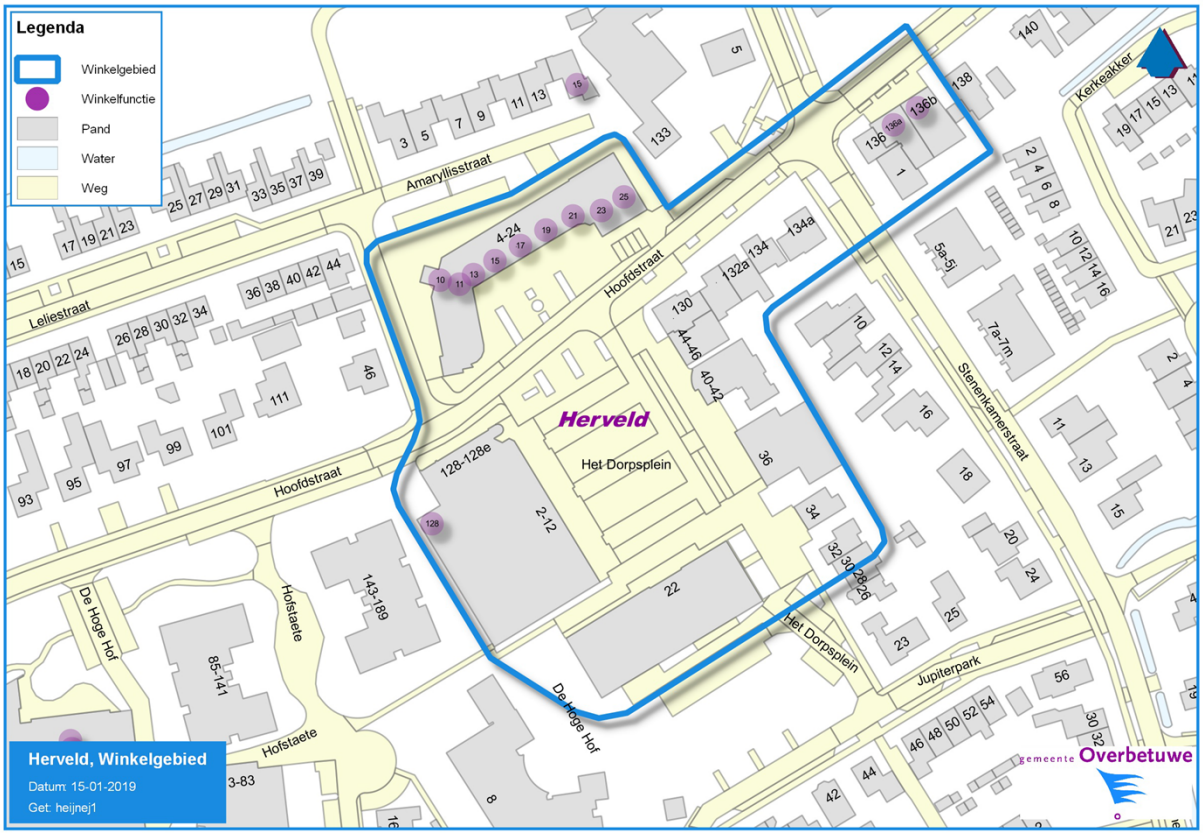
- Het ontkennen of vernietigen van architectonische kenmerken of bijzonderheden van een bouwwerk.
- Armoedig materiaalgebruik bij reclame die zichtbaar is vanaf openbaar toegankelijk gebied (waaronder ook materialen waarvan bekend is dat die onevenredig 'lelijk' verouderen).
- Reclameconstructies of reclame aan bouwwerken die in een ontsierende staat zijn komen te verkeren als gevolg van ernstig achterstallig onderhoud (veroudering, slijtage), brand, beschadiging e.d.
- Het ondoorzichtig maken van glasvlakken (bijvoorbeeld door glasvlakken dicht te plakken of te beschilderen met reclame-uitingen) waardoor het uiterlijk aanzien van het bouwwerk of de omgeving ernstig wordt ontsierd.
- Te opdringerige of te veelvuldig herhaalde reclameconstructies en reclame die de architectuur van de gevel ontkennen of vernietigen.
- Een te grove inbreuk op wat in de omgeving gebruikelijk is, daar waar er geen aanleiding voor is.

## BIJLAGE 1 WINKELGEBIEDEN

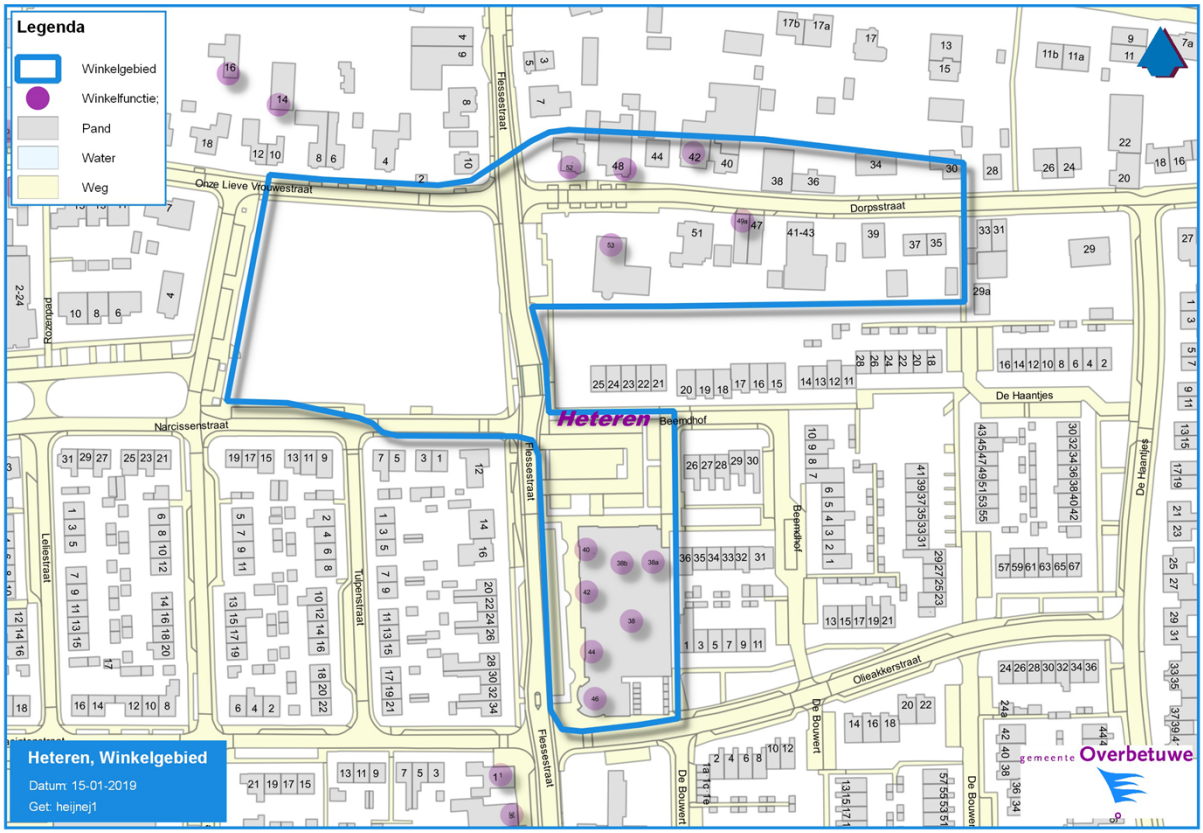
### Elst (blauwe zone = winkelgebied)



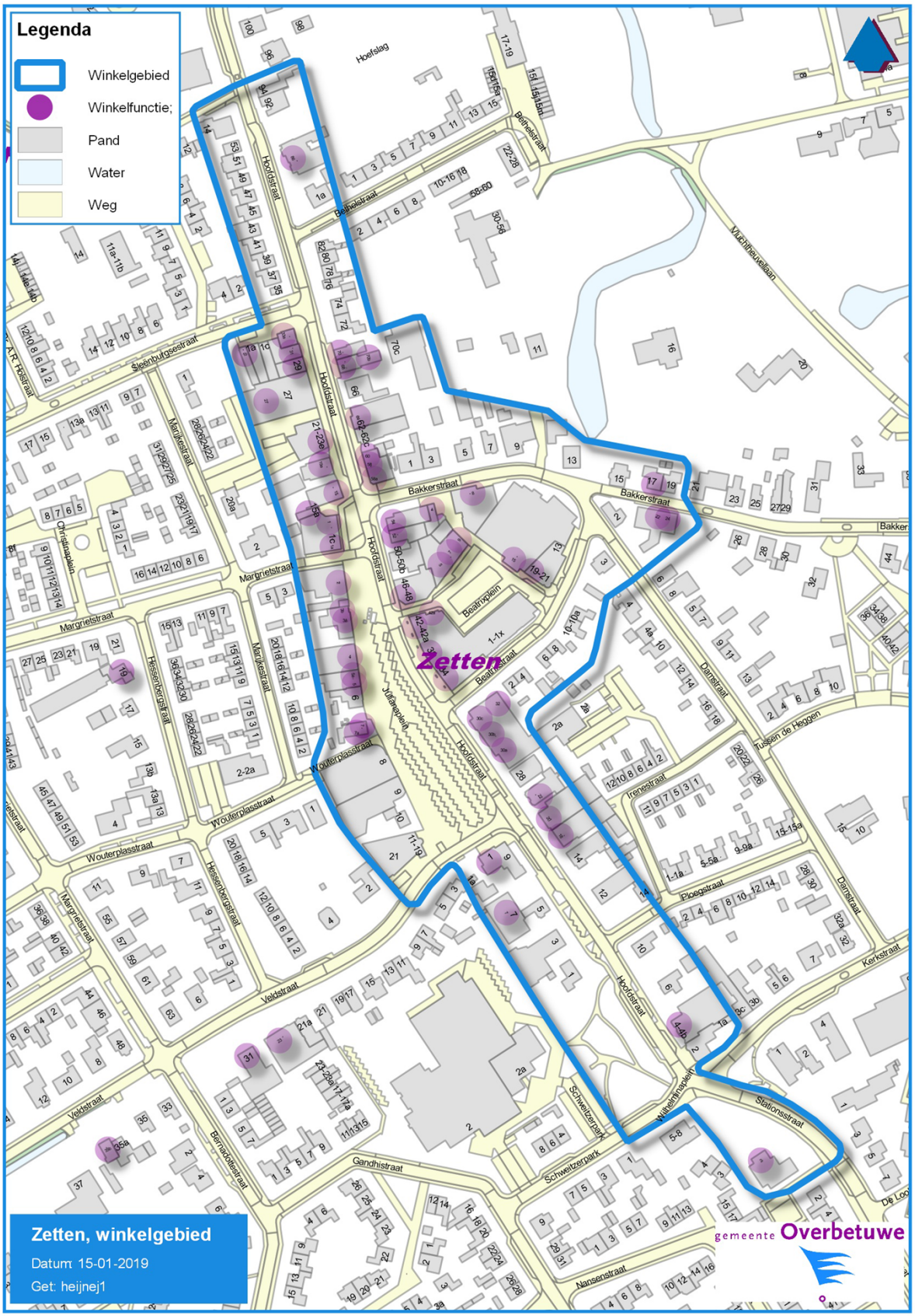
## Herveld


Legenda
Winkelgebied
Winkelfunctie
Pand
Water
Weg
Herveld
Het Dorpsplein
Hoofdstraat
Amaryllisstraat
Leliestraat
Hofstaete
De Hoge Hor
Jupiterpark
Stenenkamerstraat
Kerkeakker
Herveld, Winkelgebied
Datum: 15-01-2019
Get: heijnej1
gemeente Overbetuwe

## Heteren


Legenda
Winkelgebied
Winkelfunctie;
Pand
Water
Weg
Heteren, Winkelgebied
Datum: 15-01-2019
Get: heijnej1
Heteren
Beemdhof
Fiessestraat
Onze Lieve Vrouwestraat
Dorpsstraat
Narcissenstraat
Leliestraat
Tulpenstraat
De Haantjes
Oliëakkerstraat
De Bouwert
gemeente Overbetuwe

## Zetten


Legenda
Winkelgebied
Winkelfunctie;
Pand
Water
Weg
Zetten
Hoofdstraat
Bakkerstraat
Margrietstraat
Wouterplasstraat
Veldstraat
Gandhistraat
Schweitzerpark
Stationsstraat
Dorpsstraat
Kerkstraat
Ploegstraat
Irenestraat
Tussen de Heggen
Beatrixplein
Wilhelminaplein
Zetten, winkelgebied
Datum: 15-01-2019
Get: heijnej1
gemeente Overbetuwe