



BEELDKWALITEITSP

PLAN

TERRASSEN + (GEVEL)RECLAME
DORPSHART AALST

Presentatie Gemeenteraad | Waalre
15 juni 2023

ANNEMIEK LASTERIE | LANDSCHAPSONTWERPER

VER

HA

LEW

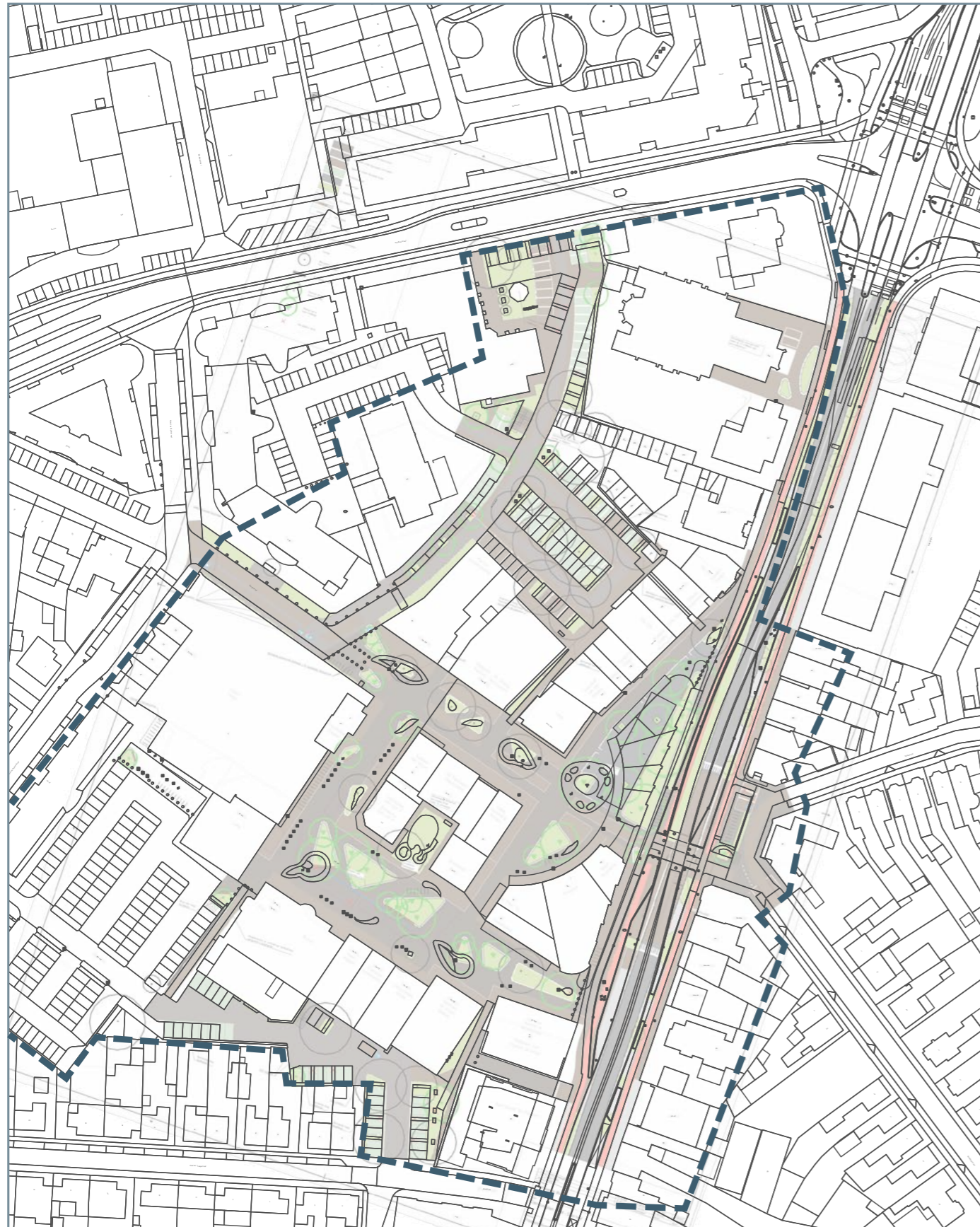


- Aanleiding
- Opgave
- Toelichting Beeldkwaliteit Terrassen
 - inventarisatie huidige situatie
 - visie
 - voorstel elementen
- Toelichting Beeldkwaliteit (Gevel)reclame
 - inventarisatie huidige situatie
 - visie
 - voorstel onderdelen
- Punten uit BKP die we willen voorleggen
- Vervolgproces



Impuls voor het dorpshart Aalst!

- Versterken van ruimtelijke kwaliteit en economische vitaliteit dorpshart Aalst:
 - Gebiedsvisie Vitaal Dorpshart (2019)
 - Beeldkwaliteitsplan Dorpshart Aalst (2021)
 - Ontwerp openbare ruimte (2022)
 - Uitvoering herinrichting openbare ruimte (WW2023/25)



Ondernemers aan zet

- Gemeente investeert fors in de herinrichting van de openbare ruimte t.b.v. een vitaal Dorpshart
- Samenhang in inrichtingselementen bepalend voor de kwaliteit van de openbare ruimte
- Terrassen en (gevel)reclame cruciaal onderdeel
- Huidige Welstandsnota te summier in regelgeving

Opgave:

een verfijning op de beeldkwaliteit ten aanzien van terrasinrichting en (gevel)reclame.

Samen met ondernemers

1. Beeldregie terrassen

- Richtlijnen ten aanzien van inrichtingselementen:
 - terrasmeubilair, parasols, terrasscheidingen/ windschermen, menuborden
- Vastgesteld door de raad, als aanvulling op Welstandsnota

toetsing + handhaving | na herinrichting (horecaplein direct, overgangperiode overige plekken) & toetsing terrasvergunning

2. Beeldregie gevelreclame en reclame-uitingen

- Richtlijnen ten aanzien van gevelreclame en reclame-uitingen openbare ruimte:
 - op gevel, ramen, luifels, parasols, stoepborden, vlaggen en uitstallingen
- Vastgesteld door de raad, als aanvulling op Welstandsnota

inspiratiekader | gevel/gevelreclame voor ondernemers

toetsing + handhaving | reclame-uitingen in openbare ruimte na herinrichting

toetsing + handhaving | bij vervanging gevel/gevelreclame → toetsing vergunning



1. Terrassenbeleid

- 9 actieve horecazaken in dorpshart
- 8 ondernemers betrokken in participatieproces
 - Werksessie | 13 maart 2023
 - Terugkoppeling concept BKP | 17 april 2023

2. Reclamebeleid

- ca. 35 actieve winkel- en horecazaken in dorpshart
- 6 ondernemingen betrokken in proces
 - Werksessie | 22 mei 2023
 - Terugkoppeling concept BKP per mail
 - Aantal reacties

Deel 1:
Beeldkwaliteit Terrassen



- 11 horecazaken (9 actief) in het dorpshart
- terrasruimte wordt flink (400 → 1200m²) uitgebreid bij herinrichting
- ‘Groene Kamer’ hét visitekaartje van het dorpshart
- Doel: draagvlak voor beeldkwaliteit van de terrassen

Inventarisatie | Verschillende terrassen op verschillende plekken



Plein Den Hof westzijde



Plein Den Hof oostzijde



Zijstraatje Den Hof



Aan achterzijde parkeerplek Leesakker

Inventarisatie | Veelheid aan zitmeubilair



Kleur: veel grijs/ antraciet
Materiaal: hout, rotan (kunststof), metaal

Inventarisatie | Eenheid in parasols



met bierreclame

Kleur: veel zwart, antraciet en warmgrijs

Inventarisatie | Diversiteit aan (te sobere) plantenbakken



Door hele centrum kunststof speciekuipen als plantenbak
Lage bakken als begrenzing en enkele hangbakken

Inventarisatie | Windschermen, luifels, hekken en zitbanken sluiten de openbare ruimte af



Conclusie



- Verrommeling van de openbare ruimte
maar...
- ... samenhangende elementen te vinden die de
basis kunnen vormen

Ambitie:

Samenhang in uitstraling van de terrassen creëren,
zodat er een rustig, aantrekkelijk en verwelkomend beeld ontstaat



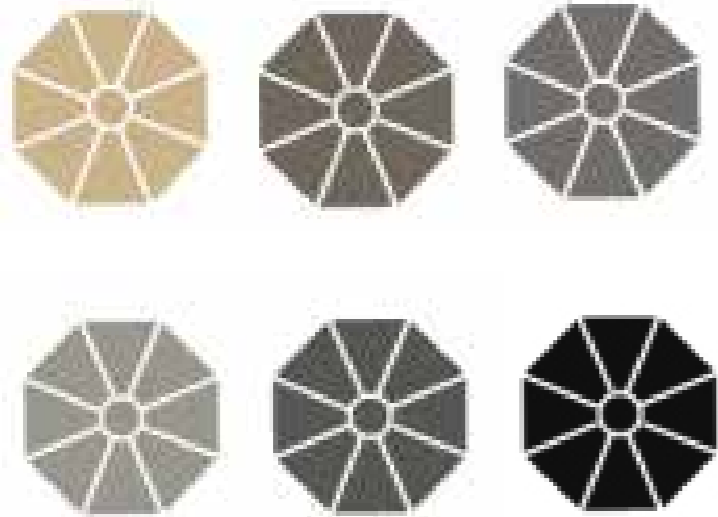
Meubilair, parasols en afscheidingen afgestemmen op elkaar
en past bij de nieuwe inrichting van het centrumplan

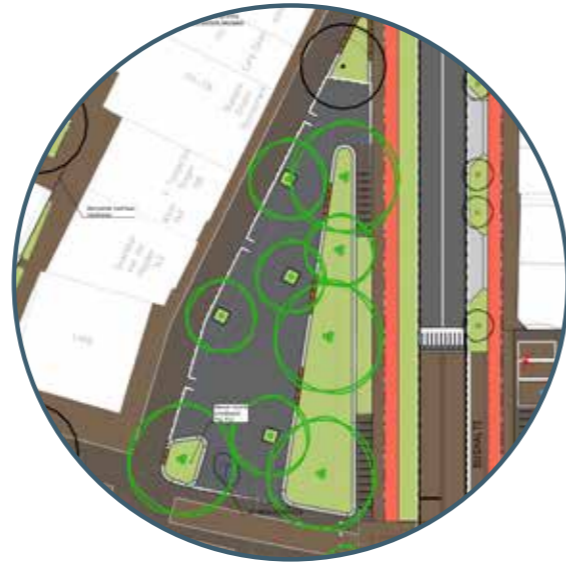
Visie | open, transparante en uitnodigende terrassen in de openbare ruimte



Uitgangspunten:

- Terras is aantrekkelijk, uitnodigend, verwelkomend en toegankelijk
- Terras is te gast in de openbare ruimte en vormt onderdeel van de buitenruimte (interactie)
- Transparant:
 - straatwerk zichtbaar,
 - geen bouwwerken en afschermingen,
 - zicht op gevels en groen
- Meubiliair in zelfde kleurenpalet en stijl
- Geen schreeuwende handelsreclame of kleuren



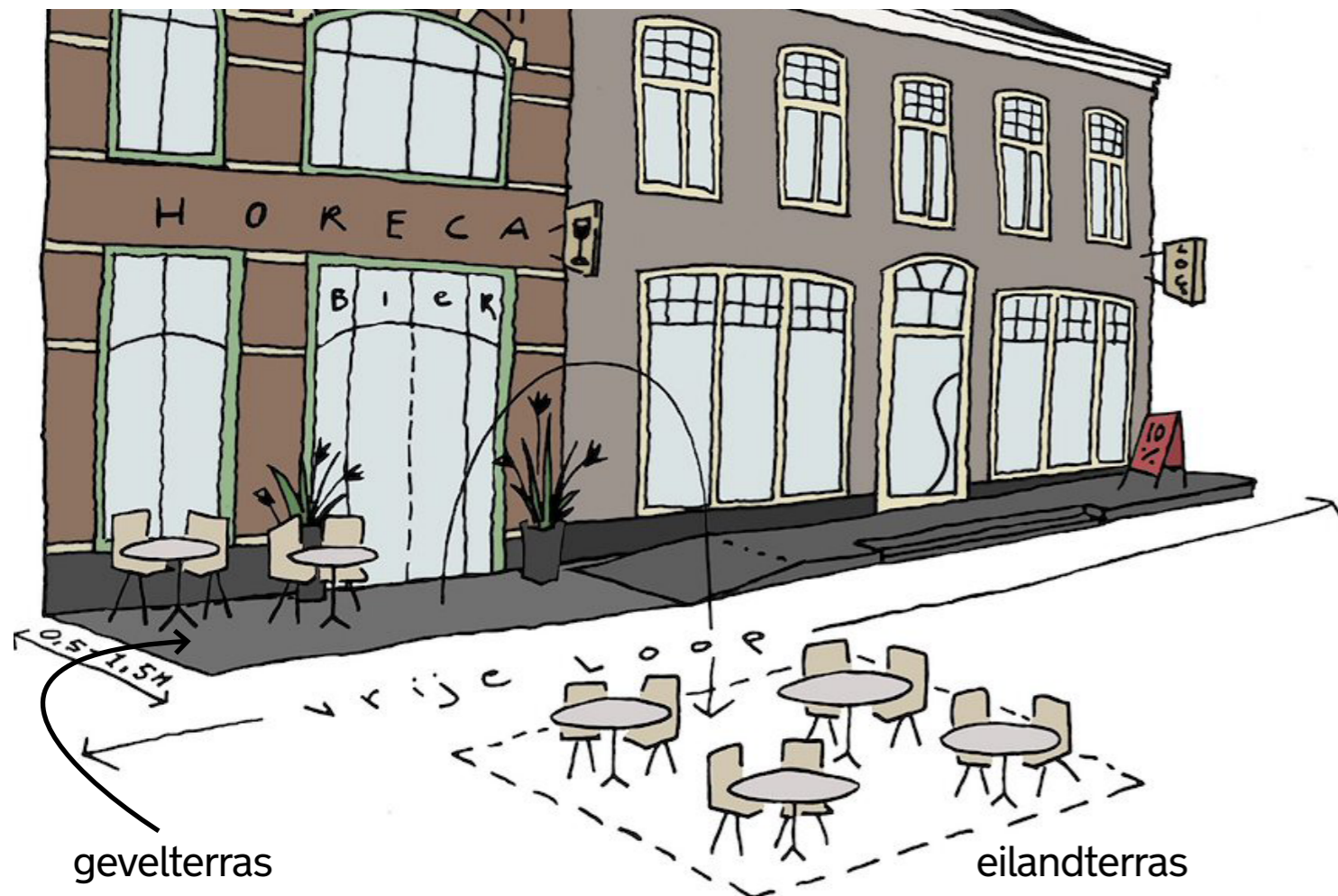


1. Gevelterras:

- Tegen gevel smalle strook
- Ruimte is voor 1 tafelrij of gevelbankje

2. Eilandterras:

- Open transparante inrichting
- Pleinvloer blijft zichtbaar
- Geen banken, alleen stoelen



gevelterras



eilandterras

Visie | Terras in twee delen Groene Kamer



Samenhangende verschijningsvorm

1. zitmeubilair en tafels
2. parasols
3. luifels
4. terrasscheiding & windschermen
5. terrasverwarming

1. Zitmeubilair Aalst | Een rustig en open geheel



- Terughoudende natuurlijke kleuren en materialen
- Eén thema/stijl per terras
- Afstemming tint uit kleurenpalet
- Luchtig en transparant ogend meubilair, geen massieve (rug)leuningen
- Banken: loungemeubilair of (picknick)banken alleen tegen de gevel op gevelterras. Geen banken dwars op gevel.
- Verhoogde bartafels alleen bij gevelterras



Banken en bartafel (transparant) alleen tegen de gevel plaatsen



Banken niet dwars op de gevel



Te gesloten meubilair

1. Zitmeubilair Aalst | transparant ogende stoelen

Natuurlijk of natuurlijk ogend materiaal als basis. Kunststof; alleen als hoogwaardige imitatie van hout, rotan of metaal



Klassieke rotanstoel



Metalen/ aluminium frame met hout

Kunststof open stoelen

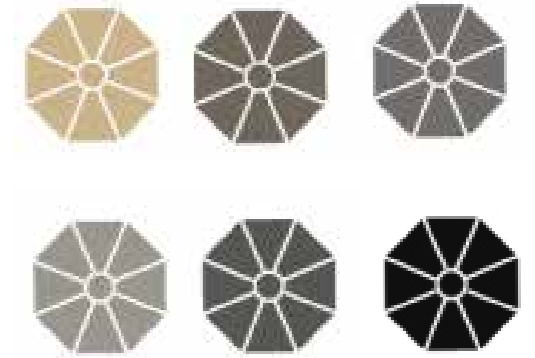
Kunststof dichte stoelen/ kleurrijke stoelen niet wenselijk

2. Parasols Aalst | Afstemming d.m.v. kleurenpalet



Afgestemde parasolkleur

- Zelfde maten en vormen (bijv. 3x3m vierkant)
- Geen drukke prints
- Reclame alleen op de randen
- Bevestiging aan openbaar domein



Aalster kleurenpalet



Subtiele reclame op rand



Teveel verschillende kleuren



Reclame op bovenzijde parasol niet wenselijk

3. Luifels aan gevel | Vrijhangende luifels zorgen voor open beeld



Luifels doen mee in kleurenpalet parasols

- De luifel max. de diepte van gevelterras
- Vaste luifels of uitschuifbaar en hangt vrij
- 2m hoogte vrij doorloopbaar
- Afstemming tint uit kleurenpalet
- Reclame alleen op de randen
- Dichtmaken niet toegestaan,
- Partytenten, losgeplaatste bars, tappunten of luifels enkel bij evenementen toegestaan (evenementenvergunning)



Uitschuifbaar, reclame op rand



Dichtmaken voorzijde niet toegestaan



Zijkanten open, enkel een windscherm toegestaan

4. Terrasafscheiding | Open karakter: voorkomen te veel afbakende elementen



Open terrasbeeld, zonder te veel afbakende elementen

Windschermen:

- geen windschermen op horecavlein (bij te veel hinder ter overweging → aanpak gemeente)
- windschermen alleen haaks op gevelterras
- windschermen zijn transparant

Plantenbakken:

- inzetten als sfeermakers, niet als afbakening



Transparant scherm, haaks op gevel
(max. breedte gevelterras)



Neutrale kleur, terughoudend logo



Niet parallel aan gevel, geen donkere tint



Planten alleen inzetten als sfeermaker,
niet als afbakening

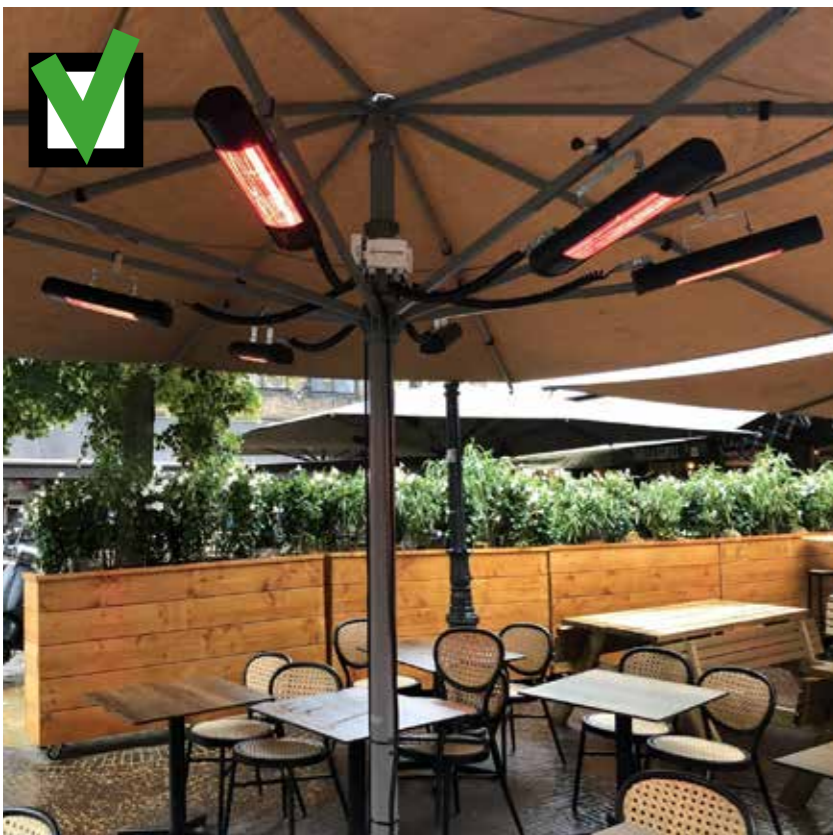
5. Terrasverwarming | enkel bij gevelterrassen toegestaan



Terrasverwarming aan gevel bij gevelterras toegestaan

- Algemeen: terrasverwarming ontmoedigen (duurzaamheid)
- Enkel op gevelterrassen, bevestigd aan de gevel
- Losstaande terrasverwarmingselementen zijn niet toegestaan

• Discrepantie met wens horeca-ondernemers plein: geen gasverwarming wenselijk/ geen stroompunten aanwezig (praktisch niet mogelijk)



Terrasverwarming onder parasol



Geen vrijstaande terrasheaters, verrommeling straatbeeld

Deel 2

Gevelreclame en reclame openbare ruimte



- ca. 35 winkel- en horecazaken in het dorpshart
- Door beperkte opkomst sessie en beperkt aantal reacties is draagvlak voor beeldkwaliteit van de gevels en reclame-uitingen moeilijk te bepalen

Inventarisatie | Veelheid aan gevel-en reclame-uitingen



Kakofonie aan uitingen



Gevels met uithangborden, lichtreclameborden, muurbanners en vlaggen



Lichtreclame



Grote (licht)borden met naamsduidingen



Spandoeken



Dicht geplakte raampartijen

Inventarisatie | Diversiteit aan belettering

(Losse) witte of zwarte letters op een neutrale achtergrond werkt goed...



Losse letters op luifel...



...of op gevel



Letters op luifel ...



Open letters op luifel

Inventarisatie | Diversiteit aan gevelborden, -doeken en -panelen

De meeste uitingen zijn vrij groot...



Panelen....



Spandoek...



Borden....



Inventarisatie | (Vaste) luifels aan gevels wat te kloek of gedateerd

Verschillende luifels die we liever anders zien;



Gedateerd...



.... hoog front en ver uitstekend, te grote naamgeving



....hoog front

Goede voorbeelden



....fel gekleurd



....subtiel



....uitschuifbaar,

Inventarisatie | uitsteekborden aan gevels in harmonie

Goede voorbeeld:borden met vaste maat, niet te groot



Te groot en op de luifel bevestigd...



Lichtbak..



Repeterende gelijke borden...



Goede maat voor onder luifel..

Inventarisatie | reclame gehele winkelpui werkt anoniem en weinig verwelkomend

Dichtgeplakte, blinde puien zorgen voor een anoniem straatbeeld, dit willen we voorkomen... een pui dient het etalage karakter te behouden



Inventarisatie | reclame achter winkelpui uitnodigend

Naam of logo op winkelpui → reclame die passend is



Inventarisatie | Verrommeling door veelheid aan uitingen in openbare ruimte

Stoepborden staan nu overal, in verschillende verschijningsvormen



Beachflags niet wenselijk



Bord opgetopt, te hoog

Te groot A0 bord

Krijtbord horeca

Inventarisatie | Uitstallingen bepalen sfeer

Onrustig beeld door vele uitstallingen van koopwaar



Goede voorbeelden: draagt bij aan een fijne sfeer van de openbare ruimte



Conclusie reclame-uitingen



Gevels:

- Elke ondernemer hanteert eigen vormgeving in gevelreclame
- Diversiteit in materiaal, vormtaal, kleur
- Luifels gedurende verschillende tijdsperiodes aangebouwd
- Geen samenhang en onrustig gevelbeeld

Openbare ruimte:

- Elke ondernemer geeft op eigen wijze vorm aan reclame in de openbare ruimte
- Diversiteit in element, materiaal, vormtaal, kleur én positie in de openbare ruimte
- Zorgt voor een verrommelde openbare ruimte

Enkele goede voorbeelden die de basis kunnen vormen

Ambitie:

Eenduidigheid en terughoudendheid in reclame-uitingen,
zorgt voor een rustig straatbeeld



winkelstraat Breda



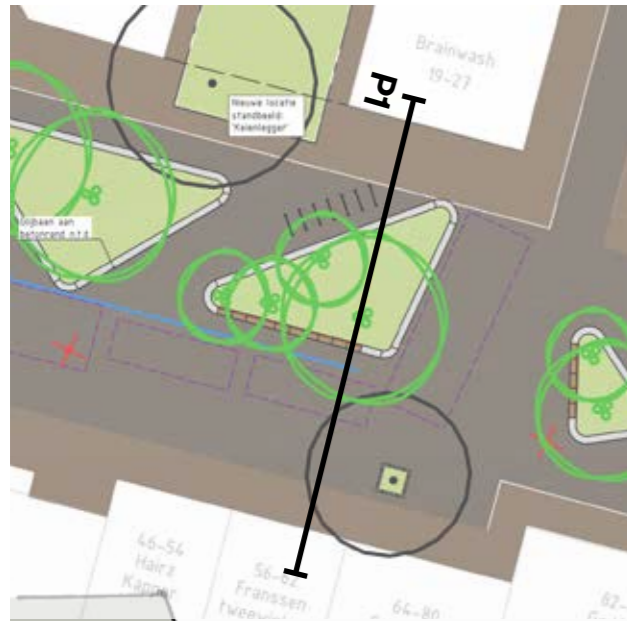
Uitgangspunten Gevelreclame:

- in harmonie met de architectuur
- in balans met elkaar
- vormt samenhang in vormgeving en positie op de gevel
- toont identiteit van de ondernemer, maar is niet schreeuwerig of protserig

Uitgangspunten Reclame openbare ruimte:

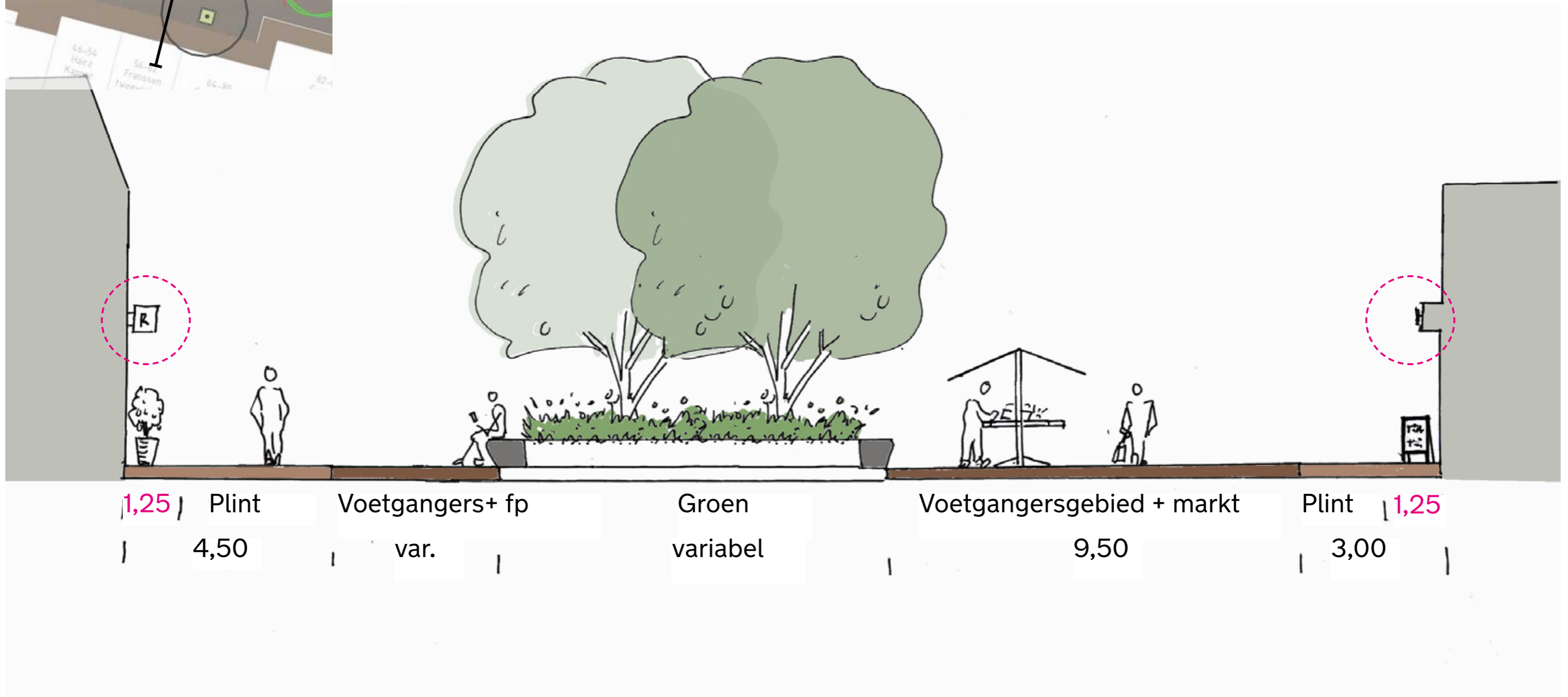
- vormen samenhang qua vormgeving
- positionering tegen de gevel
- zijn sfeerverhogend en verwelkomend voor bezoekers

Visie gevelreclame | zonering op de gevel en in de buitenruimte



Nieuwe situatie

- 1,25m zone voor uitstalling tegen gevel (max. 1 stoepbord/ ondernemer)
- terughoudende gevelreclame



Huidige situatie



Huidige situatie



Situatie na herinrichting



Plein
met terrasruimte

Loper

Plint met ruimte
voor gevelterrassen

Onderdelen samenhangende beeldkwaliteit

1. Gevelreclame
2. Luifels/ parasols
3. Menu/ Stoepborden
4. Uitstalling waren
5. Sfeermakers
6. Windschermen

1. Gevelreclame



Richtlijnen Gevelreclame:

- Plaatsing binnen gevelzoning
- Verschijningsvormen:
 - Losse letters
 - Uitsteekbakken aan de gevel
 - Reclamevlak
 - Achter winkelpui
- Specificaties m.b.t. afmetingen en kleurgebruik



Losse letters



Uitsteekbakken



Losse letters winkelpui



Reclamevlak

1A. Gevelreclame

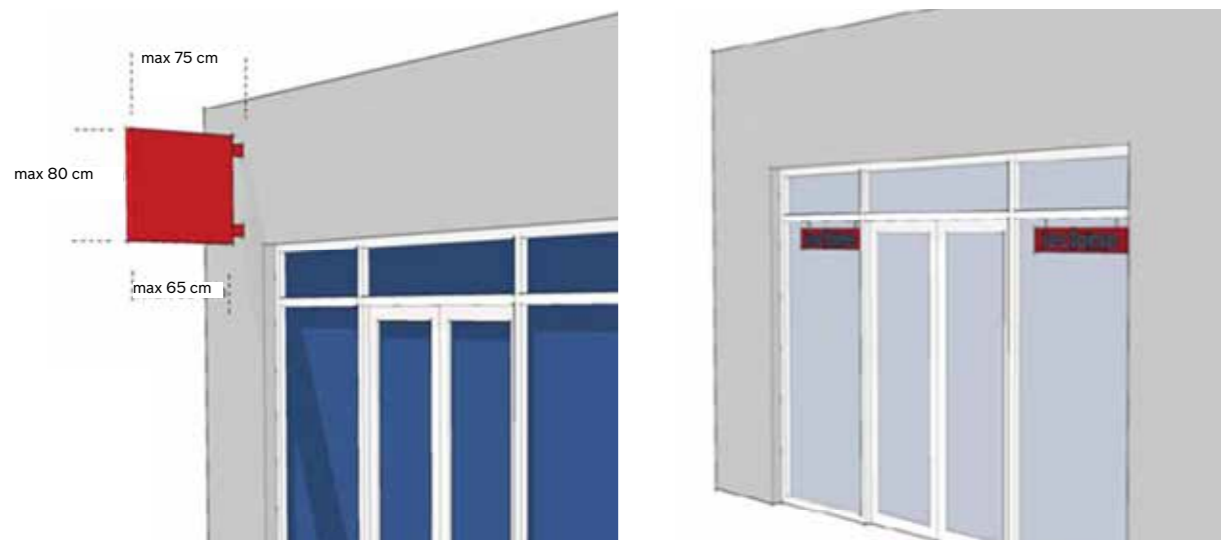


Losse letters op gevel of luifel / of reclamevlak

- Max. 2/3 gevelbreedte en max. 3m breed
- Terughoudende achtergrondkleur (wit, grijs, antraciet, zwart)
- Eventueel verlichting achter/ in letters



1B. Gevelreclame



Uitsteekbakken

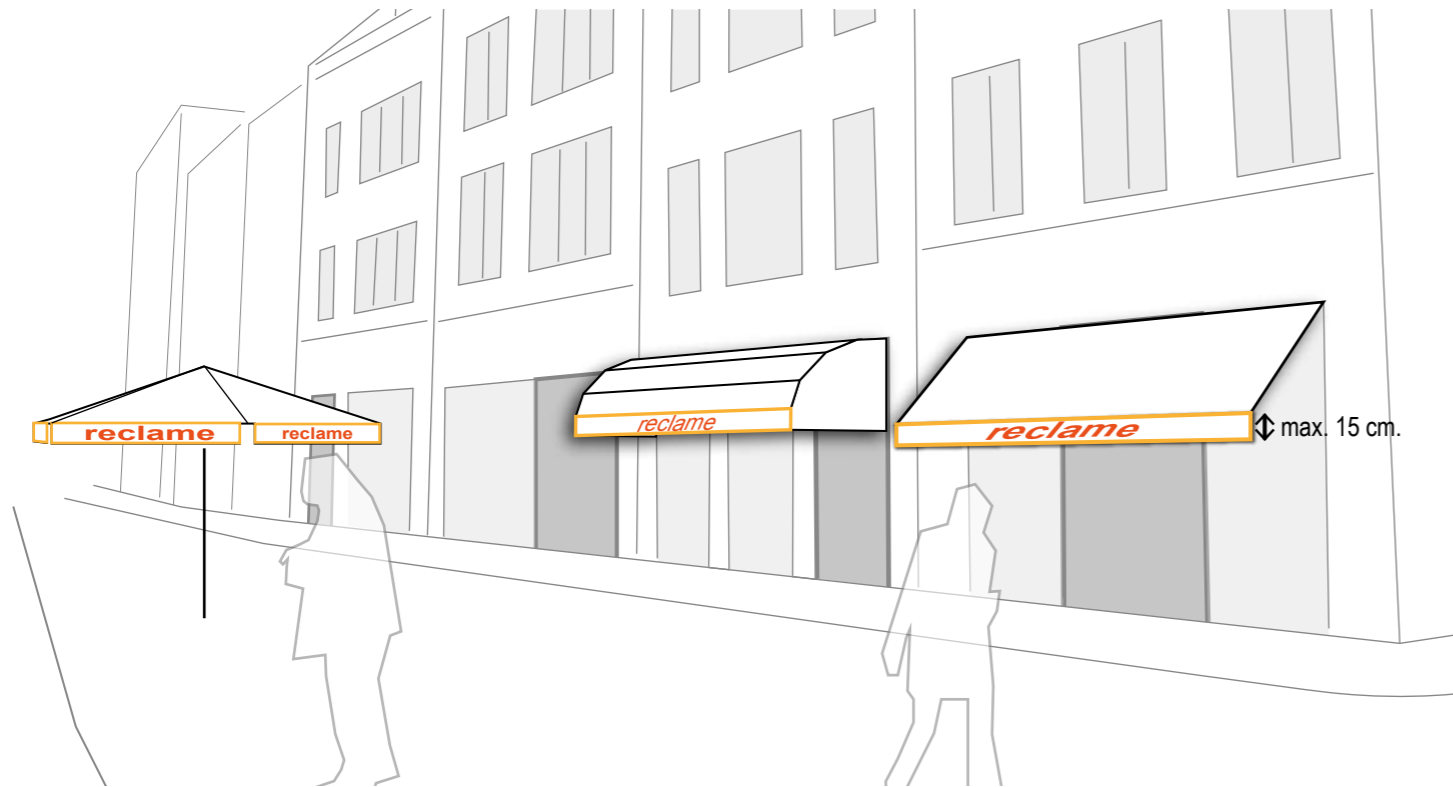
- Vaste vorm
- Vaste maat (hxbxd) 0,80m*0,65m*0,20m,
- Uitstekend uit gevel tot max 0,75m

Winkelpui

- niet meer dan 10% raamoppervlak
- of reclamevlak op pui (afgestemd op pui-indeling)

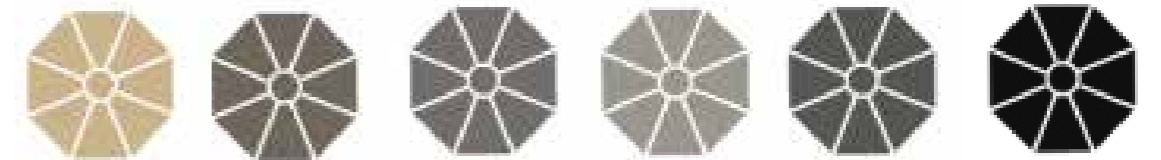


2. Markiezen, luifels en parasols | reclameuiting op rand



Richtlijnen

- uiting op volant /rand (max. 15 cm)
- niet breder dan 1/3 van rand/ 1,50m breed
- basiskleur: neutrale kleur binnen kleurenpalet



2. Menu-/ Stoepborden | Eén stoepbord per ondernemer



Levendig straatbeeld: stoepborden niet wenselijk, maar in beperkte mate toegestaan

Richtlijnen

- Eén stoepbord per (horeca)ondernemer binnen 1,25m van gevel
- Horeca: 1 bord op eilandterras
- Eenduidigheid in menu-/stoepborden;
 - framekleur antraciet of hout
 - gelijke afmeting: A1 formaat (1,20x0,70m)
- Geen baniers/ beachflags



krijtbord of stoepbord tot maximaal A1



te groot



geen beachflags

3. Uitstalling waren | draagt bij aan de sfeer van straatbeeld



Uitstallingen kunnen sfeerverhogend werken

Richtlijnen

- Draagt bij aan sfeer en in harmonie met de gevel(indeling)
- Uitstallingen (incl. stoepbord) mogelijk tegen gevel (aaneengesloten tot max. 2,50m breed)
- Uitzondering geldt voor bloemist/groente/fruit; gehele breedte van de gevel mogelijk



Bloemen/plantenwinkel; uitzondering wat betreft uitstalling, beplanting toegestaan, mits sfeervol gepresenteerd



Te veel uitstalling



Verrommeling van het beeld: te veel objecten

4. Sfeermakers als plantenbakken en bankjes



Een bankje of planten kunnen sfeerverhogend werken

Richtlijnen

Toegestaan:

- Sfeermaker met beplanting; in losse potten, hoogwaardige uitstraling (kleur; antraciet/ grijs)
- Sfeermaker met gevelbankje; verwijderbaar/ opklapbaar



Opklapbare / verwijderbare gevelbankjes toegestaan



Groene sfeerbeplanting in kwalitatief hoogwaardige potten



Beeldkwaliteit huidige bakken niet toelaatbaar

5. Reclameuitingen op windschermen | enkel op onderste deel



Schermen zijn ondergeschikt en zo transparant mogelijk, logo op onderste deel

Richtlijnen

- Reclame-bedrukking/ logo op onderste deel, max. 1/3 breedte van het paneel
- Biermerkreclame of fotoprints niet toegestaan



Logo in 1 tint op max 1/3 van paneel



Geen afbeeldingen / Te schreeuwerig



Geen biermerkreclame/ Te donkere kleur panelen

Kunnen jullie je vinden in de voorgestelde ambities?

Terrassen

- parasols met reclame → bovenop bierreclame toestaan
- losse heaters/ terrasverwarming → wel of niet
- windschermen Groene Kamer → liever niet/ in welke mate wel

Reclame-uitingen OR

- uitstallingsruimte → hoeveel staan we toe
- blinde reclamepuien → toestaan?

Wat is een aanvaardbare overgangstermijn →1-3 jaar?

Vervolg

1. Informeren raad
2. Tussentijdse terugkoppeling ondernemers
3. Definitief BKP reclame en terrassen
 - Q4 2023 in gemeenteraad (inspraak en vaststellen)
4. Uitvoering:
 - Overgangperiode nader vast te stellen
 - Bij aanpassingen aan gevel conform BKP gevelreclame