Bundel van de Commissie Ruimte en Techniek van 30 maart 2021

1	Opening *20.45 uur*
2.a	Vaststellen concept besluitenlijst R&T d.d. 16-3-2021 Concept Besluitenlijst raadscommissie 16 maart 2021 Ruimte & Techniek.docx
2.b	Toezeggingenlijst (afgedaan tussen 6-3 en 19-3-2021) Toezeggingen afgedaan tussen 6-3 en 19-3-2021.pdf
2.c	Actieve informatieplicht en passieve informatieplicht
2.d	Terugkoppeling vanuit verbonden partijen
3	Reclamenota "Less is more"; Gemeenteblad 2021/4 *21.00 - 21.45 uur* *Weth. Mertens* *Mw. Gobbens, dhr. Hacking en mw. Gidding* *Dhr. Van der Laan (Buro Dwarsstraat)* Raadsvoorstel 4 Reclamenota Brunssum Less is more.docx Raadsvoorstel 4 (bijlage) Reclamenota Brunssum Less is more.pdf Raadsvoorstel 4 (bijlage) Publicatieversie van zienswijze.pdf presentatie brunssum_maart 2021 tbv raadscie.pdf
4	Sluiting *21.45 uur*

gemeente Brunssum

BESLUITENLIJST

VAN DE

OPENBARE VERGADERING

VAN DE RAADSCOMMISSIE RUIMTE & TECHNIEK

VAN DE GEMEENTE BRUNSSUM

GEHOUDEN OP

DINSDAG 16 MAART 2021 OM 20:45 UUR

VIA VIDEOPLATFORM ZOOM

Besluitenlijst van de vergadering van de raadscommissie Ruimte & Techniek, gehouden op dinsdag 16 maart 2021 om 20:45 uur. Deze vergadering is openbaar en worden gehouden via het videoplatform ZOOM.

Van deze vergadering zijn geluids- en/of video-opnamen beschikbaar via:
https://ris2.ibabs.eu/Agenda/Details/Brunssum/327a5d4a-09a4-444c-92e3-26daa11a2839

AANWEZIG COMMISSIE RUIMTE &TECHNIEK:

Voorzitter:	Dhr. G.M.E. Gerards (BCD)
Burger-commissieleden:	Dhr. F.W. Podbregar (BBB Lijst Palmen) toehoorder Dhr. J. Kusters (PAK) Dhr. T. Theunissen (VVD) Mw. V.J.G.M. Braam (PvdA)
Raadsleden:	Dhr. J.C.M. Raadschelders (BBB Lijst Palmen) Mw. N.N.A. van der Veer (Mw. N. van der Veer (PAK) Dhr. T.R.G. Lurken (SP) Dhr. J.W.G. Scheffers (Lijst Borger) Dhr. C.R.M. Claus (CDA)
College:	Dhr. J.M.V.L. Mertens
Notulist:	Mw. M.A.H. Reuling-Zinken
Ambtelijke ondersteuning:	Geen
Externe ondersteuning:	Geen
Participanten:	Geen

Link beelden: YouTube kanaal van de Gemeenteraad Brunssum kanaal 2
https://www.youtube.com/channel/UCpajwzIW4WFXBjk3uiA39_A

Agendapunt 1: Opening
De voorzitter opent de vergadering om 20:45 uur.

Agendapunt 2a: Vaststellen concept besluitenlijst Ruimte & Techniek d.d. 2-3-2021
De concept besluitenlijst van de raadscommissie Ruimte & Techniek van 2 maart 2021 wordt ongewijzigd vastgesteld.

Agendapunt 2b: Vaststellen toezeggingenlijst (afgedaan tussen 19-2-2021 en 5-3-2021)
De toezeggingenlijst met nummers 10, 4,3 en 2 (2021); 95 en 75 (2020) en 37 (2019) is akkoord. De toezeggingen worden als afgedaan beschouwd.

Agendapunt 2c: Actieve informatieplicht & passieve informatieplicht
In het kader van de actieve informatieplicht informeert portefeuillehouder Mertens dat het IBA project “de reconstructie van het Treebeekplein” op korte termijn start.

In het kader van de passieve informatieplicht worden geen vragen gesteld door raadsfracties.

Agendapunt 2d: Terugkoppeling verbonden partijen
De portefeuillehouder heeft geen mededelingen vanuit verbonden partijen.

Agendapunt 3: Grondverkoop gronden 3e fase Zorgplein; Gemeentebladnummer 2021/21

De commissie adviseert unaniem voor behandeling in de raad van het raadsvoorstel/besluit:
1. Kennis te nemen van de stand van zaken van het planinitiatief Holikiday m.b.t. invulling gronden fase 3 Zorgplein Brunssum.
2. Geen wensen of bedenkingen te hebben tegen de verkoop van de gronden fase 3 Zorgplein te Brunssum.

De commissie adviseert het voorstel als “Akkoordstuk” te behandelen in de raad, met uitzondering van de fracties VVD en SP.

Agendapunt 5: Sluiting
De voorzitter sluit de vergadering om 21.17 uur.

Onderwerp	Datum toezegging	Nummer	Portefeuillehouder	Datum reactie	Afgedaan
Inzicht te verschaffen in aantal bezwaren m.b.t. gecontracteerde jeugdhulpaanbieders	1-12-2020	103	L'Espoir	17-3-2021	Ja
Aanleveren van overzicht wat hadden we gemist/voordelen Brunssum door samenwerking met SPL	2-3-2021	9	Van der Rijt	16-3-2021	Ja
Onderbouwing verhoging regiobudget SPL	2-3-2021	7	Van der Rijt	16-3-2021	Ja
APV en Lachgaspreventie	16-6-2020	26	Van der Rijt	12-3-2021	Ja
Toekomstraad (= overgenomen motie)	10-11-2020	96	Van der Rijt	11-3-2021	Ja
Specificatie loonkosten	12-5-2020	19	Van der Rijt	10-3-2021	Ja
Data overleggen kerstevenement	3-9-2019	26	de Rijck	10-3-2021	Ja
Wijkveiligheidsprogramma (stand van zaken)	13-11-2018	52	Van der Rijt	10-3-2021	Ja
Uitvoeren asbesttaken	12-5-2020	20	Van der Rijt	10-3-2021	Ja
APV en verplichting hondenpoepzakjes	16-6-2020	27	Van der Rijt	10-3-2021	Ja
Invulling locatie Rombouts (stand van zaken)	9-4-2019	9	L'Espoir	10-3-2021	Ja
Veiligheid	12-5-2020	18	Van der Rijt	10-3-2021	Ja
APV en vuurwerk	16-6-2020	25	Van der Rijt	10-3-2021	Ja

gemeente Brunssum

Raadsvoorstel

Collegeverg. d.d.	**:**	16 maart 2021
Registratiekenmerk	**:**	1059422
Gemeentebladnr.	**:**	2021/4
Afdeling	**:**	Ruimtelijke ontwikkeling en vastgoed
Behandelend ambtenaar	**:**	M. Gobbens
Bereikbaar onder	**:**	045-5278534 mariette.gobbens@brunssum.nl
Behandelvoorstelnr.	**:**	1059422
Portefeuillehouder	**:**	J.M.V.L. Mertens
Raadsverg. d.d.	**:**	20 april 2021
Uiterlijke datum	**:**	(Motivering, wettelijke verplichting c.q. toezegging)

Aan de raad,

1. Onderwerp
Reclamenota Brunssum "Less is more"

Uitgangssituatie (WAAROM?)

a. Aanleiding
Naar aanleiding van de Startnotitie Actualiseren ruimtelijk beleid 2019 (verseon: 871861) zijn er samen met een vertegenwoordiging van Brunssumse ondernemers reclameregels opgesteld. Deze reclameregels zijn opgenomen in de voorliggende concept reclamenota.
b. Huidige situatie/probleemstelling
Aangezien er in de vigerende Welstandsnota geen reclameregels zijn opgenomen heeft de praktijk de laatste jaren uitgewezen dat deze dringend gewenst zijn. Zowel de stadsbouwmeester als ook het team Veiligheid, Toezicht en Handhaving (afdeling Bestuurszaken) hebben behoefte aan regelgeving bij de beoordeling van reclame-uitingen. Ook de ondernemers zelf wensen meer duidelijkheid aan de voorzijde van het toetsingsproces. Het gaat dan om heldere eenduidige en beknopte (spel)regels die ook tot doel hebben om ondernemers te enthousiasmeren over de kwaliteiten van hun omgeving en de uitstraling van hun bedrijf.

3. **Gewenste situatie (WAT?)**

a. Wat willen we bereiken?
Een heldere, compacte, eenduidige en enthousiasmerende reclamenota met uitvoerbaar en handhaafbaar beleid.
b. Kaders
- Welstandsnota; De reclamenota zal onderdeel gaan uitmaken van de gemeentelijke Welstandsnota.
- APV; in de APV wordt verwezen naar de Welstandsnota/Reclamenota.
- Startnotitie Actualiseren ruimtelijk beleid 2019; verseon: 871861.
- Het opstellen van een reclamenota is opgenomen in de Outputkalender.

c. Argumenten en overwegingen
Samen met een vertegenwoordiging van plaatselijke ondernemers (Business In Brunssum (BIB)-retail en Business In Brunssum (BIB)-bedrijventerreinen) zijn de onderhavige reclameregels opgesteld. Omdat ieder pand waarop reclame wordt aangebracht een eigen uitstraling heeft in architectuur en gevelbeeld is een "blauwdruk" met allesomvattende regels voor iedere situatie niet werkbaar. Daarom is gekozen voor een aantal "basisregels" verduidelijkt met veel beeldmateriaal. Het overkoepelend thema is "Less is more". De (spel)regels in de nota zijn gericht op 3 verschillende functies:
A. Retail (detailhandel, horeca, dienstverlening en maatschappelijke diensten)
B. Bedrijven (bedrijfspanden, sport- en/of zorgcomplexen en grootschalige perifere detailhandel)
C. Woningen (bedrijfjes aan huis)
Ook de huidige regels voor de reclames in de openbare ruimte zijn ter completering in de nota opgenomen (D). Voor

bijzondere afwijkende situaties zijn er in de nota nog algemene criteria opgenomen. Bovendien wordt de definitieve maatvoering en inpassing in het gevelbeeld bepaald in overleg met de stadsbouwmeester. Voor de verdere inhoud wordt verwezen naar de bijgevoegde concept-nota.
Er zal nog nader onderzocht worden of een Reclamebelastingverordening een juridisch haalbaar instrument is om voor bepaalde gebieden inkomsten te genereren ter stimulering van een opwaardering van gemeenschappelijke buitenruimten (bijvoorbeeld bewegwijzering of uniforme zuilen aan bedrijfstoegangen). Hierbij zullen de betreffende ondernemers betrokken worden.

d. Opties en keuze

Door te kiezen voor deze reclamenota wordt bereikt dat:
- er duidelijke (spel)regels vastliggen, waardoor ondernemers vooraf weten wat de toetsingskaders zijn voor hun gewenste reclame-uitingen
- ondernemers door inspirerende voorbeelden enthousiast worden gemaakt om de uitstraling van hun pand te verbeteren
- de stadsbouwmeester een kader heeft waarop aanvragen voor reclame-uitingen getoetst kunnen worden. Op basis van deze regels kan de ondernemer vooraf met de stadsbouwmeester in overleg gaan over de specifieke reclamevoering voor zijn bedrijf
- het team Veiligheid Toezicht en Handhaving (afdeling Bestuurszaken) op basis van deze regels kan optreden tegen illegale situaties die duidelijk afwijken van deze regels. Ook ondernemers hebben zelf te kennen gegeven dat zij behoefte hebben aan een kordaat optreden door de gemeente tegen illegale situaties op het gebied van reclamevoering.
- reclamebureau's die werkzaam zijn voor Brunssumse bedrijven vooraf rekening kunnen houden met de reclameregels in deze gemeente. De onderhavige nota zal na vaststelling ook toegezonden worden aan deze bureau's.

Inspraak:
De concept reclamenota heeft vanaf 27 januari gedurende 6 weken ter inzage gelegen. In deze periode is één inspraakreactie ingediend. Het betreft een inspreker woonachtig in Heerlen, die zich stoort aan naambordjes en stickers die aangebracht worden op hekwerken en achterzijden van verkeersborden afkomstig van de producenten/firma's die deze hekwerken en borden produceren en plaatsen.

Reactie:
Waar inspreker op doelt zijn naamsaanduidingen die een producent op zijn producten plaatst. Hiervoor is de reclamenota niet bedoeld. De nota richt zich met name op reclame aan of nabij de gevels van bedrijven en winkels. Firmanamen die op hekwerken en verkeersborden worden geplaatst vallen niet onder de reikwijdte van de reclamenota.

Op basis van deze inspraakreactie is de nota niet aangepast.

4. Bijlagen
- Concept reclamenota Brunssum "Less is more".
- inspraakreactie (verseon:1054294)

Het college van burgemeester en wethouders,

Burgemeester Secretaris

Raadsbesluit

Gemeenteblad nr. : 2021/4
Afdeling : Ruimtelijke ontwikkeling en vastgoed
Registratiekenmerk : 1059422

De Raad van de gemeente Brunssum gemeentebladnummer 2021/4;

gelezen het voorstel van burgemeester en wethouders d.d. 19 januari 2021 en 16 maart 2021, afdeling Ruimtelijke ontwikkeling en vastgoed;

gelet op het bepaalde in (aanduiding van de relevante wetten / verordeningen / beleidsregels);
- Algemene Plaatselijke Verordening Brunssum 2020
- Welstandsnota Brunssum 2015
- Startnotitie Actualiseren ruimtelijk beleid 2019

Besluit:
- in te stemmen met de reclamenota Brunssum "Less is more" en deze vast te stellen
- de vastgestelde reclamenota op te nemen in de gemeentelijke Welstandsnota.

Aldus vastgesteld in de openbare vergadering van

De Raad voornoemd,

Voorzitter griffier



"Less is more"

buro DS

Reclamenota Gemeente Brunssum

november 2020

Reclamenota
voor woon-, winkel- en werkgebieden in Brunssum

Opgesteld door:
Buro Dwarsstraat | Arjan van der Laan

In opdracht van:
Gemeente Brunssum

Inhoud

1 Inleiding **5**

2 Spelregels **9**

A. Retail 10
B. Bedrijven 18
C. Woningen 23
D. Openbare ruimte 24

3 Algemene criteria **25**

4 Excessenregeling **29**

5 Proces **31**

01 | Inleiding

De gemeente Brunssum is een bijzondere gemeente. Van oorsprong ontstaan in een beekdal, later verder uitgebouwd op het glooiende landschap, en uiteindelijk in de 20e eeuw enorm gegroeid door de mijnindustrie, is Brunssum nu een grote plaats waaraan de ontstaansgeschiedenis nog goed is af te lezen.

De kwaliteit van de gebouwen en van de openbare ruimte is van algemeen belang. Ze maken een belangrijk deel uit van de dagelijkse leefomgeving van de inwoners, bezoekers en ondernemers van Brunssum. Het gemeentebestuur van Brunssum wil de kwaliteit van de bebouwde omgeving en de openbare ruimte in stand houden en waar mogelijk verbeteren, want een goed verblijfs- en ondernemersklimaat houdt Brunssum aantrekkelijk.

Reclames beïnvloeden het stadsbeeld. Door het opstellen van reclamebeleid kan de gemeente in alle openheid een effectief, controleerbaar en klantvriendelijk toezicht inrichten en initiatiefnemers en ontwerpers in een vroeg stadium informeren over de spelregels die bij de beoordeling van de reclame een rol spelen.

Samen met ondernemers en winkeliers heeft de gemeente het voorliggende reclamebeleid ontwikkeld. De doelstelling is om een helder, toegankelijk, uitvoerbaar en handhaafbaar beleid te maken, met eenduidige, concrete criteria.

Ondernemers die plannen hebben voor (nieuwe) reclame op hun pand, zijn welkom bij de stadsbouwmeester om hierover van gedachten te wisselen. Zij kunnen een toelichting krijgen op het reclamebeleid en zij komen dan ook te weten welke kansen en mogelijkheden er zijn voor hun plannen. Vervolgens kunnen zij aan de slag om de plannen uit te werken op basis van de kaders die zij hebben meegekregen. De combinatie van een enthousiasmerende reclamenota en een startoverleg maken een inspirerende “voorkantsturing” mogelijk.

Juridische basis

Deze reclamenota is vooral bedoeld als een sturend en stimulerend hulpmiddel en niet een instrument om van alles te verbieden. Hij is mede opgesteld om ondernemers enthousiast te maken voor de kwaliteiten van hun directe omgeving en de mogelijke uitstraling van hun bedrijf. Daarmee hoopt de gemeente te bereiken dat er zorgvuldig wordt nagedacht over mogelijke reclame. Deze nota stuurt daarmee vooraf in een bepaalde richting met mogelijkheden voor reclame. Echter, indien noodzakelijk kan de gemeente ook handhavend optreden op basis van deze nota.

Voor de bovengenoemde mogelijkheden zijn spelregels opgesteld, zodat duidelijk is hoe een goede reclame eruit ziet. De spelregels zijn geen blauwdruk, ook andere opties kunnen bespreekbaar zijn, mits ze voldoende kwaliteit hebben en goedkeuring hebben van de stadsbouwmeester.

De meeste reclames zijn omgevingsvergunningplichtig en dienen te voldoen aan de spelregels in voorliggende nota.

In feite wordt voor het voeren van handelsreclame verwezen naar de regeling in de gemeentelijke APV, waarin algemene regels zijn opgenomen. Omwille van de deregulering is de reclamevergunning in Brunssum uit de APV gehaald. In art. 4.15 van de plaatselijke APV is het volgende opgenomen:

Artikel 4:15 Reclame
1. Voor het maken of voeren van handelsreclame door middel van een opschrift, aankondiging of afbeelding dient aan de volgende regels te worden voldaan:
a. Het verkeer mag niet in gevaar worden gebracht.
b. De handelsreclame dient hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving te voldoen aan de redelijke eisen van welstand.
c. Er mag geen ernstige hinder ontstaan voor de omgeving.
d. Aanwijzingen, gegeven door ambtenaren van politie, dan wel andere bevoegde ambtenaren, dienen te worden opgevolgd.
2. Het college kan in bijzondere gevallen ontheffing verlenen van het bepaalde in het eerste lid.

De welstandstoetsing waar de APV naar verwijst (bovengenoemd bij 1 b) zal plaats vinden op basis van de spelregels in de voorliggende reclamenota. In Brunssum is geen sprake meer van een welstandscommissie. Deze is op dit moment vervangen door een stadsbouwmeester. Voor het geval deze benaming in de toekomst niet meer wordt gehanteerd dient in deze nota de term “stadsbouwmeester” gelezen te worden als “adviseur of adviesorgaan met een vergelijkbare functie inhoud”. De stadsbouwmeester adviseert het college van burgemeester en wethouders.

Deze reclamenota richt zich op het stedelijk gebied van Brunssum inclusief het buitengebied. Hij kan door verschillende doelgroepen gehanteerd worden, te weten ondernemers, reclame-ontwerpers, architecten, bestuurders, stadsbouwmeester en ambtenaren.

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

Organisatie
De reclamenota is een voorwaarde voor het uitvoeren van reclamebeleid, toezicht en handhaving. De gemeenteraad stelt het beleid vast. Dat beleid is in deze nota omschreven en verbeeld.

De reclameregels zijn tot stand gekomen in overleg met een tweetal klankbordgroepen waarin ondernemers (retail + bedrijventerreinen) waren vertegenwoordigd. In de eerste sessie gaven de ondernemers aan wat zij belangrijk vinden ten aanzien van het voeren van reclame. In een tweede sessie is de concept reclamenota met hen besproken.

De conceptnota is ook besproken met de stadsbouwmeester en monumenten commissie.

Na een aanpassingsronde is een inspraakprocedure doorlopen en is de reclamenota ter vaststelling aan de raad voorgelegd.

Juridische reikwijdte

Reclame-uitingen zijn veelal omgevingsvergunningplichtig. Dat is het geval als de reclame-uiting een bouwwerk betreft. Een bouwwerk is: 'Elke constructie van enige omvang van hout, steen, metaal of ander materiaal, die op de plaats van bestemming hetzij direct hetzij indirect met de grond verbonden is, hetzij direct of indirect steun vindt in of op de grond. Mobiele reclame van enige omvang met een permanent karakter moet ook worden gezien als een bouwwerk ingevolge de Woningwet.' De reclame-uiting wordt in dit geval rechtstreeks getoetst aan allerlei wettelijke regels, en aan dit reclamebeleid.

Sommige reclame-uitingen zijn niet omgevingsvergunning-plichtig. Dat is het geval als de reclame-uiting geen bouwwerk betreft. In dat geval moet de reclame-uiting voldoen aan de algemene regels uit de APV. De regels uit de APV worden ingevuld door dit reclamebeleid (zie pagina 6).

Deze reclameregels gelden dus zowel voor vergunningplichtige als niet-vergunningplichtige reclame-uitingen. Alle reclame-uitingen binnen de gemeente moeten voldoen aan deze regels. Op die manier ontstaat een evenwichtig beeld en eenduidigheid.

Monumenten

De regels voor reclames in deze reclamenota gelden ook voor monumenten en beschermde gebieden. Bij monumenten en beschermde gebieden kunnen echter wel nadere eisen worden gesteld. Monumenten zijn uniek en hiervoor is altijd maatwerk nodig, in overleg met de stadsbouwmeester en monumentendeskundige.


C&A
FINAL SALE

02 | Spelregels reclame

De spelregels voor reclame zijn opgesteld voor drie verschillende functies, te weten voor (A) retail zoals winkels, horeca en zakelijke dienstverlening in winkelclusters en aanloopstraten, (B) bedrijfspanden op bedrijventerreinen of met bedrijfsbestemming, sport- en/of zorgcomplexen, perifere detailhandel inclusief sporthallen en (C) bedrijven aan huis. Tevens worden criteria aangegeven voor reclame in de openbare ruimte inclusief parken en pleinen, etc. (D).

De indeling in functies houdt bijvoorbeeld in dat als er een winkelcentrum is in een woonwijk, er wordt getoetst aan de spelregels die gelden voor de functiecategorie “winkels”, net als winkels die hier en daar tussen woningen in staan, bijvoorbeeld in oude bebouwingslinten.

Bij plannen die niet binnen de genoemde deelgebieden vallen, of dermate afwijkend zijn dat ze niet op basis van de spelregels voor de deelgebieden te beoordelen zijn, kan worden teruggevallen op de algemene criteria in hoofdstuk 3. In uitzonderlijke gevallen, bij plannen die ook daar niet binnen passen, worden reclames ter beoordeling aan de stadsbouwmeester voorgelegd.

Voor reclames die afwijken van de spelregels of de specifieke criteria in het reclamebeleid (en waarvoor geen vergunning is verleend), kan de gemeente handhavend optreden.

Reclame moet duidelijk zijn maar niet (over)schreeuwend, het moet passen bij de rest van het pand en omgeving. Reclame mag bovendien ook het verkeer/de verkeerssituatie niet in gevaar brengen.

De wet biedt het bevoegd gezag de mogelijkheid om repressief (achteraf) tegen excessen op te treden. De basis hiervoor wordt beschreven in hoofdstuk 4.

Het overkoepelende thema van deze reclamenota is “Less is more!” Doelstelling is te streven naar meer uniformiteit en een rustige uitstraling van reclame.

A. Spelregels voor retail

RETAIL





Bij retail wordt gestreefd naar uniformiteit en een rustige uitstraling van reclame.
Reclame is maatwerk, het moet te allen tijde passen bij de vormgeving van een pand en bij voorkeur ook bij de kleuren/materialen van het gebouw en de omliggende bebouwing. De spelregels voor retail betreffen niet alleen panden voor detailhandel, maar ook horeca, dienstverlening en maatschappelijke diensten.

Reclame kan worden aangebracht in de zone tussen de begane grond verdieping en de verdieping van een pand in de nabijheid van de entree. In deze strook kan maximaal één horizontale reclame en maximaal één reclamebord loodrecht op de gevel worden gerealiseerd.

Voor de bovengenoemde mogelijkheden zijn spelregels opgesteld, zodat duidelijk is hoe een goede reclame eruit ziet. Deze spelregels gelden per pand. Indien er meerdere retailbedrijven aanwezig zijn in één pand, gelden de spelregels nog steeds per pand. Uitzonderingen kunnen worden gemaakt voor grote winkelpanden, zoals een supermarkt en een naastgelegen slijterij in één pand. Daar zijn onder beperkte voorwaarden, in overleg met de stadsbouwmeester, meerdere reclames per pand mogelijk.

De aangegeven spelregels zijn geen blauwdruk, ook andere opties kunnen bespreekbaar zijn, mits ze voldoende kwaliteit hebben en de goedkeuring hebben van de stadsbouwmeester.

Alle reclames die niet genoemd zijn, zijn niet zondermeer toegestaan. In hoofdstuk 3 worden algemene criteria benoemd waaraan reclames in zijn algemeenheid moeten voldoen en in dat hoofdstuk zit ook een volledige lijst met niet toegestane reclames.





A1: Reclame tegen de gevel

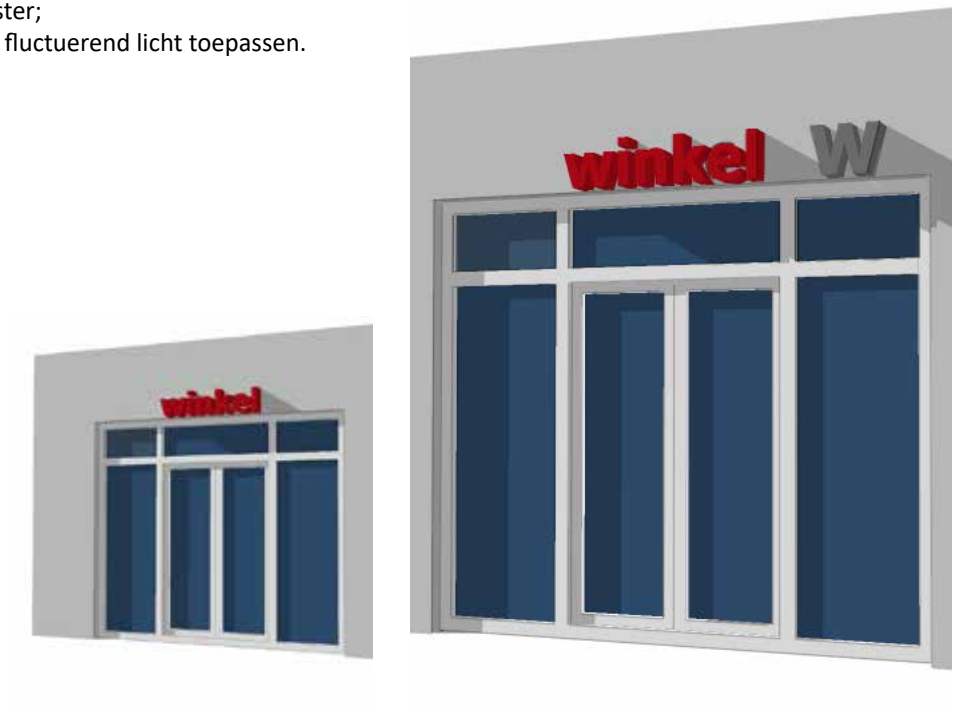
De reclame in dit model zit tegen de gevel, in de strook tussen de begane grond verdieping en de eerste verdieping. Losse letters hebben de voorkeur.

Losse letters worden met afstandhouders op de gevel geplaatst, waarbij de bekabeling voor de verlichting netjes wordt weggewerkt in metalen kokers die de letters met het pand verbinden.

De combinatie van een reclametekst en een los logo is mogelijk, voor zover de reclame en het logo binnen het kader blijven. Afwijkende logo's kunnen worden beoordeeld op grond van de algemene criteria in hoofdstuk 3.

Overige spelregels:

- maximaal één per gevel, geplaatst tussen de begane grond verdieping en de eerste verdieping;
- bij voorkeur rustig kleur- en materiaalgebruik, niet schreeuwend;
- maximaal twee derde van de breedte van de gevel gebruiken, letters niet hoger dan 40 cm;
- de afmetingen worden mede bepaald door de architectuur, de indeling en afmetingen van de gevel en de afmeting van de pui. Definitieve maatvoering ter beoordeling aan de stadsbouwmeester;
- géén fluctuerend licht toepassen.







RETAIL

A2: Reclame in de pui

RETAIL



Soms leent een gevel zich niet voor het voeren van reclame, maar de winkelpui wel. In dat geval is reclame in de pui mogelijk. De reclame in dit model bestaat uit lossen letters of andere, vergelijkbare reclame die in de pui wordt ingepast, indien mogelijk boven de entree. De vormgeving, de afmetingen en de indeling van de pui is bepalend.

Een nette afwerking is van belang, wat betekent dat de bekabeling voor de verlichting netjes wordt weggewerkt.

De combinatie van een reclametekst en een los logo is mogelijk, voor zover de reclame en het logo binnen het kader blijven. Afwijkende logo's kunnen worden beoordeeld op grond van de algemene criteria in hoofdstuk 3.

Overige spelregels:

- maximaal één per pui, bij voorkeur geplaatst boven de entree;
- bij voorkeur rustig kleur- en materiaalgebruik, niet schreeuwend;
- de afmetingen worden mede bepaald door de vorm, indeling en afmeting van de pui, maximaal twee derde van de breedte van de pui gebruiken;
- definitieve maatvoering ter beoordeling aan de stadsbouwmeester.



A3: Reclame haaks op de gevel

Dubbelzijdige haakse reclame op de gevel is een effectieve manier van reclame, vanwege het feit dat deze van twee kanten te zien is. Omdat deze reclame uitsteekt boven de openbare ruimte, zijn er enkele spelregels ten aanzien van de omvang en hoogte. Afwijkende logo's kunnen worden beoordeeld op grond van de algemene criteria in hoofdstuk 3.

Overige spelregels:

- maximaal één per gevel, geplaatst tussen de begane grond verdieping en de eerste verdieping;
- vlaggen, vaandels, wimpels of banieren zijn niet toegestaan. Uitzondering vormen grote gebouwen op locaties buiten de winkelstraten. Dit wordt per situatie bekeken en is maatwerk. Bij deze uitzondering zijn maximaal drie vlaggen, vaandels, wimpels of banieren toegestaan per pand;
- bij voorkeur rustig kleur- en materiaalgebruik, niet schreeuwend;
- lichtgevend is toegestaan maar niet fluctuerend;
- maximale uitsteekmaat 90 cm, maximale omvang 80 x 80 cm
- de afmetingen worden mede bepaald door de architectuur, de indeling en afmetingen van de gevel en de afmeting van de pui. Definitieve maatvoering ter beoordeling aan de stadsbouwmeester.







RETAIL

A4: Raamstickers/dichtzetten

RETAIL



Soms wil een retail vestiging reclame maken op het glasoppervlak. Dat kan in de vorm van een gravure in het glas, gezandstraald glas of in de vorm van raamstickers of letters.

Spelregels:

- maximaal 25% van het totale oppervlakte van het glasoppervlak (gemeten wordt het tekst kader), gerekend per kozijn;
- bij tijdelijke raamstickers, banners of binnenscreens met betrekking tot het aanbieden van bedrijfs-/winkelruimte voor verkoop of verhuur geldt geen maximale oppervlakte; er geldt wel een maximale duur van zes maanden.





A5: Reclame op of onder de luifel

Bij panden met een luifel is niet atijd gevelvlak aanwezig waar reclame tegen kan worden bevestigd, en soms wordt het gevelvlak aan het oog onttrokken door een luifel. In dat geval bieden alleen de pui en de luifel de mogelijkheid tot reclame. Ook kan reclame onder de luifel worden geplaatst.

De combinatie van een reclametekst en een los logo is mogelijk, voor zover de reclame en het logo binnen het kader blijft.

Overige spelregels:

- maximaal één per luifel, bij voorkeur geplaatst boven de entree;
- reclames onder de luifel zijn klein, maximaal 30 x 80 cm (incl. constructie), met een doorloophoogte van minimaal 2.40 meter;
- de afmetingen op de luifel worden bepaald door de vorm, indeling en afmeting van de winkelpui, maximaal twee derde van de breedte van de pui gebruiken, hoogte letters afhankelijk van de hoogte van de rand van de luifel;
- de afmetingen worden mede bepaald door de architectuur, de indeling en afmetingen van de gevel, de afmeting van de luifel en de afmeting van de pui. Definitieve maatvoering ter beoordeling aan de stadsbouwmeester;
- bij voorkeur rustig kleur- en materiaalgebruik, niet schreeuwend;
- lichtgevend is toegestaan maar niet fluctuerend.







RETAIL

A6 Reclame op zonneschermen

RETAIL



Bij panden met een zonnescherm is niet atijd gevelvlak aanwezig waar reclame tegen kan worden bevestigd, en soms wordt het gevelvlak aan het oog onttrokken door het scherm. In dat geval bieden alleen de pui en het scherm zelf de mogelijkheid tot reclame.

Spelregels:

- maximaal één reclame per zonnescherm, bij voorkeur aangebracht op de volant;
- maximaal 25% van de totale breedte van het zonnescherm;
- hoogte maximaal 40 cm;
- de afmetingen worden mede bepaald door de architectuur, de indeling en afmetingen van de gevel, de afmeting van de pui en/of de afmetingen van het zonnescherm. Definitieve maatvoering ter beoordeling aan de stadsbouwmeester;
- bij voorkeur rustig kleur- en materiaalgebruik, niet schreeuwend.

A7 Combinaties



Een combinatie van verschillende reclames is mogelijk, mits passend bij de spelregels zoals omschreven op de vorige pagina's (A1 tot en met A6).

Reclame kan worden aangebracht in de zone tussen de begane grond verdieping en de eerste verdieping van een pand. In deze strook kan maximaal één horizontale en maximaal één hangend reclamebord haaks op de gevel worden gerealiseerd.

Er wordt gestreefd naar uniformiteit en een rustige uitstraling van reclame, het moet passen bij de vormgeving van een pand en bij voorkeur ook bij de kleuren/materialen van een gebouw zelf en de omliggende bebouwing. Verschillende reclames moeten op elkaar worden afgestemd.

Overige spelregels:

- geplaatst tussen de begane grond verdieping en de eerste verdieping;
- bij voorkeur rustig kleur- en materiaalgebruik, niet schreeuwend;
- lichtgevend is toegestaan maar niet fluctuerend;
- de afmetingen worden mede bepaald door de architectuur, de indeling en afmetingen van de gevel en de afmeting van de pui. Zie ook spelregels bij A1 tot en met A6;
- Combinaties zijn maatwerk, definitieve maatvoering en situering ter beoordeling aan de stadsbouwmeester.

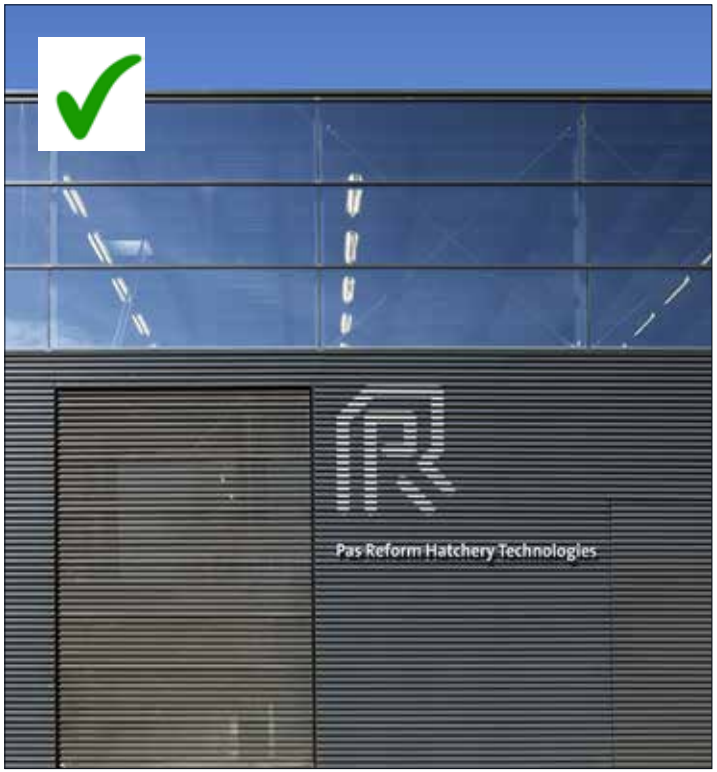




RETAIL

B. Spelregels voor bedrijven

BEDRIJVEN





Op bedrijventerreinen wordt gestreefd naar uniformiteit en een rustige uitstraling van reclame. Reclame is maatwerk, het moet passen bij de vormgeving van een pand en bij voorkeur ook bij de kleuren/materialen van een gebouw zelf en de omliggende bebouwing. Deze spelregels gelden voor bedrijfspanden op bedrijventerreinen of met bedrijfsbestemming, sport- en/of zorgcomplexen, perifere detailhandel inclusief sporthallen.

Reclame kan worden aangebracht op de gevel (in de vorm van losse letters, borden of doeken in buizenframes), op reclamezuilen of door middel van vlaggen.

Voor de bovengenoemde mogelijkheden zijn spelregels opgesteld, zodat duidelijk is hoe een goede reclame eruit ziet. De spelregels gelden per pand. Indien er meerdere bedrijven aanwezig zijn in één pand, zijn onder voorwaarden, in overleg met de stadsbouwmeester, meerdere reclames per pand mogelijk. Het aantal en de afmetingen worden mede bepaald door de omvang van het gebouw, de architectuur, de indeling van de gevel en de afmeting van de pui. Definitieve maatvoering in overleg met de stadsbouwmeester.

De spelregels zijn geen blauwdruk, ook andere opties kunnen bespreekbaar zijn, mits ze voldoende kwaliteit hebben en de goedkeuring hebben van de stadsbouwmeester.

Alle reclames die niet genoemd zijn, zijn niet zondermeer toegestaan. In hoofdstuk 3 worden algemene criteria benoemd waaraan reclames in zijn algemeenheid moeten voldoen en in dat hoofdstuk zit ook een volledige lijst met niet toegestane reclames.

B1: Reclame tegen de gevel

De reclame in dit model bestaat uit reclame tegen de gevel. Losse letters hebben de voorkeur.

Losse letters worden met afstandhouders op de gevel geplaatst. Een nette afwerking is van belang, wat betekent dat de bekabeling voor de verlichting netjes wordt weggewerkt in metalen kokers die de letters met het pand verbinden. De combinatie van een reclametekst en een los logo is in beide gevallen mogelijk, voor zover de reclame en het logo binnen het kader blijft.

Haakse reclame op de gevel is ook mogelijk, in combinatie met reclame tegen de gevel.

Overige spelregels:

- maximaal één reclame tegen de gevel en één haaks op de gevel, geplaatst tussen de begane grond verdieping en de eerste verdieping. Uitzondering zijn panden met twee of meerdere gevels die aan de openbare weg grenzen (in dat geval gelden deze spelregels per geveldeel). Plaatsing op de dakrand is niet toegestaan;
- maximaal een derde van de breedte van de gevel gebruiken, letters niet hoger dan 80 cm;
- bij doeken in buizenframes: maximaal een per pand, maximaal 3 meter breed en 3 meter hoog;
- bij voorkeur rustig kleur- en materiaalgebruik, niet schreeuwend;
- lichtgevend is toegestaan maar niet fluctuerend;
- de afmetingen worden mede bepaald door de architectuur, de indeling en afmetingen van de gevel en de afmeting van de pui. Definitieve maatvoering ter beoordeling aan de stadsbouwmeester.











BEDRIJVEN

B2: Reclamezuilen

BEDRIJVEN





Een reclamezuil is bij uitstek geschikt om bij bedrijfsverzamelgebouwen de diverse in het pand gevestigde bedrijven zich te laten presenteren. De zuil kan worden voorzien van meerdere reclame-aanduidingen.

Spelregels:

- één zuil per gebouw;
- plaatsing nabij ingang perceel of toegang bedrijfsgebouw;
- ranke uitvoering, maximaal 1.20 meter breed bij 4 meter hoog, maximale dikte 50 cm;
- de afmetingen worden mede bepaald door de afmeting van het gebouw in combinatie met de omgeving. Gemotiveerde afwijking van bovenstaande maatvoering is ter beoordeling aan de stadsbouwmeester.



B3: Vlaggen

Vlaggenmasten worden bij voorkeur bij de toegang van het bedrijfsperceel geplaatst. Plaatsing van meerdere vlaggenmasten gebeurt groepsgewijs. Op de vlaggen kan de bedrijfsnaam en of bedrijfsinformatie repeterend worden aangebracht.

Overige spelregels:

- maximaal drie per gebouw, indien de voorgevelbreedte minimaal 20 meter is;
- masten gegroepeerd geplaatst op maximaal drie meter van elkaar;
- maximaal een per gebouw, indien de voorgevelbreedte minder is dan 20 meter;
- vlaggenmast maximaal zes meter hoog;
- gemotiveerde afwijking is ter beoordeling aan de stadsbouwmeester.







BEDRIJVEN

B4: Combinaties

BEDRIJVEN





Een combinatie van verschillende reclames is mogelijk, mits passend bij de spelregels zoals omschreven op de vorige pagina's (B1 tot en met B3).

Er kan maximaal één horizontale en maximaal één hangend reclamebord haaks op de gevel worden gerealiseerd. Een uitzondering vormen panden met twee of meerdere gevels die aan de openbare weg grenzen (in dat geval gelden deze spelregels per geveldeel). Deze reclame kan gecombineerd worden met een zuil en maximaal drie vlaggen.

Er wordt gestreefd naar uniformiteit en een rustige uitstraling van reclame, het moet passen bij de vormgeving van een pand en bij voorkeur ook bij de kleuren/materialen van een gebouw zelf en de omliggende bebouwing. Verschillende reclames moeten op elkaar worden afgestemd.

Overige spelregels:

- maximaal één reclame tegen de gevel en één haaks op de gevel, geplaatst tussen de begane grond en de eerste verdieping, uitgezonderd panden met twee of meerdere gevels die aan de openbare weg grenzen (in dat geval gelden deze spelregels per geveldeel). Plaatsing op de dakrand is niet toegestaan;
- bij voorkeur rustig kleur- en materiaalgebruik, niet schreeuwend;
- lichtgevend is toegestaan maar niet fluctuerend;
- de afmetingen worden mede bepaald door de architectuur, de indeling en afmetingen van de gevel en de afmeting van de pui. Definitieve maatvoering ter beoordeling aan de stadsbouwmeester.
- Zie ook paragraaf B1 tot en met B3;
- Combinaties zijn maatwerk, definitieve maatvoering en situering ter beoordeling aan de stadsbouwmeester.



C: Spelregels reclame op woningen

Op woningen is geen reclame mogelijk, tenzij dit een aanduiding is van een bedrijf dat in of aansluitend aan een woning is gesitueerd. In feite gaat het niet om reclame, maar om slechts een naamsaanduiding. Deze naamsaanduiding is ondergeschikt en moet passen bij de vormgeving van een pand en bij voorkeur ook bij de kleuren/materialen van een gebouw zelf en de omliggende bebouwing.

De naamsaanduiding kan worden aangebracht middels een bordje naast de voordeur, een bordje in de tuin of bij de entree van het perceel. Alle andere reclames en naamsaanduidingen dan hier beschreven zijn niet toegestaan.

Overige spelregels:

- maximaal één per woning, bij voorkeur geplaatst naast de voordeur;
- bij voorkeur rustig kleur- en materiaalgebruik, niet schreeuwend;
- de afmetingen zijn maximaal 50 x 50 cm, en bij een vrijstaand bord maximaal 1.50 meter hoog;
- rekening houden met de architectuur van het pand en aanwezige indeling in de gevel, reclame passend bij het gebouw. Definitieve maatvoering ter beoordeling aan de stadsbouwmeester.



WONINGEN

D: Spelregels reclame in de openbare ruimte

O - R U I M T E





Reclames in de openbare ruimte zijn alleen toegestaan als het kleine, losstaande reclameborden zijn behorende bij winkels, tijdelijke reclame in de vorm van driehoeksborden aan lichtmasten of reclame op objecten die daarvoor speciaal zijn aangewezen (billboards, verkiezingsborden, geadopteerde rotondes). Ook zijn tijdelijke reclames voor evenementen onder voorwaarden mogelijk, mits niet langer dan zes weken. Dit geldt bijvoorbeeld voor makelaarsborden en bouwborden. Ook zijn tijdelijk borden voor een speciale happening of evenementen mogelijk, op de daarvoor aangewezen locaties. Overige reclames in de openbare ruimte, zoals in natuurgebieden, zijn niet toegestaan.

Losstaande reclameborden bij winkels zijn enkel toegestaan in de volgende gevallen:

- maximaal één per winkel en geplaatst in daarvoor aangewezen zone;
- uitsluitend geplaatst binnen 1 meter van de gevel;
- staat voor en moet behoren bij de betreffende winkel waarvoor de reclame bedoeld is;
- mag alleen worden geplaatst tijdens openingstijden van de winkel;
- mag geen hinder opleveren voor voetgangers, fietsers en overig verkeer;
- mag geen schade of verontreiniging aanbrengen aan de plek;
- veiligheid moet gewaarborgd blijven (hulpdiensten, vluchtroutes etc).

Voor het beoordelen van tijdelijke lichtmastreclame (driehoeksborden aan lichtmasten) gelden de volgende criteria:

- tijdelijk toegestaan voor maximaal 14 dagen;
- alleen toegestaan op daarvoor door de gemeente aangewezen plaatsen langs doorgangswegen, invalswegen en wegen op bedrijfsterreinen;
- geen tijdelijke reclame aan lichtmasten bij rotondes, kruisingen, stoplichten of splitsingen of daar waar de afstand tussen de lichtmast en de gevel kleiner is dan 5m;
- tussen lichtmastreclames moet altijd één mast vrij blijven van reclame;
- maximaal één reclame per lichtmast;
- maximaal oppervlak 0.3 m2;
- lichtgevend is toegestaan maar niet fluctuerend.

Voor tijdelijke borden geldt onder andere:

- de borden mogen per vlak een maximale afmeting hebben van 85 x 120 cm.

Voor overige randvoorwaarden ten aanzien van reclameborden, tijdelijke driehoeksborden op lichtmasten en tijdelijke borden in de openbare ruimte ten behoeve van evenementen, wordt verwezen naar de APV.

03 | Algemene criteria

In bijzondere situaties kan door de stadsbouwmeester getoetst worden aan de algemene toetsingscriteria, bijvoorbeeld bij plannen die niet getoetst kunnen worden aan de spelregels vanwege een afwijkende vorm of functie, of omdat ze dermate afwijkend zijn dat de spelregels niet voldoen. Afwijkende reclames en maatvoering worden ter beoordeling aan de stadsbouwmeester voorgelegd. In zijn algemeenheid wordt gesteld: Less is more! Doelstelling is te streven naar meer uniformiteit en een rustige uitstraling.

Ten aanzien van reclame gelden de volgende algemene criteria:

- reclame moet geïntegreerd zijn in de architectuur en aansluiten bij de vormgeving van een gebouw en zijn omgeving. Zij mag geen afbreuk doen aan de architectonische uitstraling van een pand en het landschappelijke beeld ter plaatse; bij nieuwbouw dan wel verbouwingsplannen moet de reclame integraal worden opgenomen in het ontwerp. Dat zal leiden tot een optimaal resultaat en als regel bijdragen aan een verhoogde kwaliteit van de architectuur;
- er moet een direct verband zijn tussen reclame en de activiteiten in een pand of een bedrijfslocatie. Reclame mag niet verwijzen naar een elders gelegen bedrijf. Bewegwijzering van algemeen ‘openbaar’ belang (straatnamen e.d.) zijn uiteraard wel toegestaan net als reclameborden rond sportvelden (mits gericht op de velden) en bouwborden;
- combinaties van reclamevormen zijn mogelijk waarbij in beginsel per vorm één uiting is toegestaan;
- hoekpercelen en bedrijven met de achterkant grenzend aan de openbare weg kunnen in beginsel aan twee zijden reclame voeren;
- het specifieke aantal, de grootte en soort van de per gebouw toelaatbare reclames is afhankelijk van de afmetingen, schaal, de architectuur en de aard van het gebouw, alsmede van het profiel en de breedte van de straat c.q. van de ruimtelijke omgeving;
- reclames die tegen de gevel worden aangebracht, mogen in beginsel niet hoger worden aangebracht dan de scheiding van de begane grond en de eerste verdieping c.q. de onderkant van de raamdorpels van de eerste verdieping. Voorts mogen deze reclames niet over de volle breedte van de gevel worden aangebracht en dienen deze architectonisch een geheel met de gevel te vormen;
- reclames mogen raamopeningen niet volledig blokkeren;
- een ‘huisstijl/logo’ van een onderneming en/of een gestandaardiseerde reclame moet optimaal worden afgestemd op de afmetingen, schaal, de architectuur en de aard van het gebouw en de omgeving. Dominantie van de ‘huisstijl’ over de totale gevel of over de totale gevel van de begane grond is niet toegestaan.
- reclames zelf moeten niet alleen goed afgestemd worden op de architectuur van het gebouw en passen in de omgeving, maar moeten ook een eigen kwaliteit hebben;
- criteria waaraan reclames op zichzelf worden getoetst zijn: vormgeving, maatvoering, typografie, kleurstelling, lay-out, materiaalgebruik en wijze van plaatsing;
- tijdelijke reclames zijn mogelijk, mits niet langer dan zes weken. Dit geldt onder andere voor makelaarsborden. Ook borden voor een speciale happening of evenementen


ZONDAG
23 APRIL
ALLE SPORTEN IN 1 ABONNEMENT
SCHRIJF JE NU IN en PROFITEER
1 GEEN INSCHRIJFGELD
2 GRATIS SPORTEN TOT 1 JUNI
3 GRATIS TENNISRACKET
Land van FLUWE
Belkmerweg 65
Sint Maartenszee
Dagelijks geopend
van 10.00 tot 17.00 uur.
WELKOM


VEENDAM
60%
ZENA


Oppenhuizer-
weg
SPORTLIFE

vallen hieronder, maar die zijn alleen mogelijk op de daarvoor aangewezen plekken.

Niet toegestaan zijn:

1. reclame-uitingen die het uitzicht op de openbare ruimte of het open landschap ernstig belemmeren;
2. reclames boven 'op' daken of op overeenkomstige bouwdelen. Een uitzondering op dit verbod is alleen mogelijk, indien het een bekroning van de architectuur vormt en het één in de architectuur geïntegreerde reclame betreft. De stadsbouwmeester moet over dit plan positief hebben geadviseerd;
3. reclames op spandoeken;
4. reclamedoeken die zijn opgespannen tussen metalen frames; uitgezonderd hiervan zijn de bedrijventerreinen, mits reclame voldoet aan de specifieke criteria, op de gevel wordt bevestigd en is goedgekeurd door de stadsbouwmeester;
5. reclames in een huisstijl die niet voldoen aan de eisen van dit beleid;
6. reclame op mechanisch bewegende delen;
7. fluctuererende lichtgevende reclames;
8. knipperende, bewegende en lichtreclames met veranderlijk en intermitterend licht;
9. een willekeur aan verschillende lettertekens/typologieën tegen de gevels;
10. reclames die hinder of belemmeringen veroorzaken, zoals hinder van verkeersdoorgang en verstoring van de woonkwaliteit;
11. reclames voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden resp. worden verkocht;
12. lichtkranten, LED-light displays indoor en outdoor in winkel- en woongebieden;
13. LED-light displays indoor en outdoor buiten de centra. Bij wijze van uitzondering kan eventueel onder voorwaarden worden meegewerkt indien deze voorzieningen in het architectuurbeeld van een gebouw een ondergeschikte rol innemen. Dit is maatwerk en ter bespreking met stadsbouwmeester;
14. reclames waarbij geen direct verband is tussen de reclame en de activiteiten in een pand of een bedrijfslocatie. Reclame mag niet verwijzen naar een elders gelegen bedrijf;
15. vlaggen, vaandels en wimpels, mits in deze reclamenota anders vermeld;
16. reclames in de openbare ruimte, anders dan de reclames toegestaan in hoofdstuk 2, de spelregels.

Aanbevolen wordt:

- kokers die bestemd zijn voor het wegwerken van leidingwerken en/of bevestiging van reclames in de kleur van de gevel uit te voeren;
- bekabeling op gevels onzichtbaar of op zijn minst zo onzichtbaar mogelijk weg te werken.

Tenslotte:

Bovenstaande criteria gelden voor reclames in het algemeen, ongeacht het gebied waar de reclames zullen worden aangebracht.

04 | Excessenregeling

De wet biedt het bevoegd gezag de mogelijkheid om repressief (achteraf) tegen excessen op te treden.

Van een exces is sprake als een reclame sterk afwijkt van en afbreuk doet aan de omgeving of aan het pand waarop de reclame is aangebracht.

De gemeente hanteert bij het toepassen van deze excessenregeling het criterium, dat er sprake moet zijn van een ernstige ontsiering van een (gedeelte van) een bouwwerk door reclame of door een buitensporigheid in het uiterlijk van de reclame, die ook voor niet-deskundigen overduidelijk is en afbreuk doet aan kwaliteit van een pand of de directe omgeving.

Vaak heeft dit betrekking op:

- een reclame of een gedeelte daarvan dat in extreme staat van verwaarlozing verkeert;
- een reclame of een gedeelte daarvan dat door het gebruik van sterk met de omgeving contrasterende kleuren en/of versieringen van de gevel, het straatbeeld verstoort;
- een reclame of een gedeelte daarvan bestaat uit kleuren of schilderingen die niet passen bij het bouwwerk en/of zijn omgeving;
- te opdringerige reclames;
- een reclame die aan de buitenzijde geheel of gedeeltelijk in ernstige mate is beschadigd;
- een reclame die geen rekening houdt met architectonische bijzonderheden van het pand of de gevel;
- reclames waarbij inferieur (armoedig) materiaal is gebruikt;
- reclame die gevaarlijke situaties oplevert in de openbare ruimte (voetgangers, fietsers, gemotoriseerd verkeer);
- een gevel waar de huisstijl van een bedrijf domineert.

Of er sprake is van een exces, wordt bekeken aan de hand van bovengenoemde criteria in samenhang met de specifieke criteria in deze reclamenota.

05 | Proces

De onderhavige reclamenota is tot stand gekomen met medewerking van de stadsbouwmeester en een vertegenwoordiging van de Brunssumse ondernemers.

De reclamenota is op 19 januari 2021 voorgelegd aan het college. Daarna zijn de reclameregels gedurende 6 weken voor eenieder ter inzage gelegd vanaf 27 januari 2021 en is gedurende die termijn de gelegenheid geboden om een zienswijze in te brengen. Er is gedurende de terinzagetermijn één zienswijze ingediend.

Vervolgens is de reclamenota op XXXXXXXXX vastgesteld door de raad. Dit besluit is op XXXXXXX bekendgemaakt en vervolgens op XXXXXXXX in werking getreden.

Vanaf deze datum worden deze reclameregels als toetsingskader gehanteerd bij aanvragen voor een Omgevingsvergunning ten behoeve van reclame-uitingen.

Tegen bestaande reclame-uitingen die in het verleden zonder vergunning zijn opgericht en die duidelijk afwijken van deze reclameregels zal na overleg met de stadsbouwmeester een handhavingsprocedure worden gestart.

Bijlage: Begrippen

- Abri’s: een bushaltehokje met een verlichte tweezijdige vitrine met de mogelijkheid om dubbelzijdige reclameposters te plaatsen.
- Banieren: vlaggen waarvan de hoogte groter is dan de breedte, waarbij de boven- en onderkant van de vlag met een vaste aanhechting aan de gevel, dan wel mast zijn bevestigd.
- Banner: spandoek in frame met daarop een reclameboodschap. Het frame kan vrijstaand geplaatst worden dan wel evenwijdig aan een gevel worden bevestigd.
- Billboards: grote reclamevlakken die los zijn opgesteld langs de openbare weg. Door lamellen of oprolconstructies, die met korte tussenpozen ronddraaien kunnen er meerdere reclame boodschappen worden getoond. Kenmerkend voor billboards is dat deze niet bedrijfsgebonden zijn. Er wordt geadverteerd ten behoeve van meestal landelijke campagnes voor merken, artikelen of bedrijven. Billboards worden ook op hoge masten (reclamemasten) of aan blinde muren van een gebouw bevestigd.
- Driehoeksborden: borden, overwegend hardboard of karton, al dan niet in stalen frames geplaatst, welke worden vastgemaakt aan onder andere zuilen, lichtmasten, lantaarnpalen, etcetera.
- Enkelzijdige gevelborden: metalen bak met aan de voorzijde een kunststof paneel met reclameopschriften die vanuit de bak wordt aangelicht.
- Erfgrens / perceelsgrens: de kadastrale grens tussen twee percelen.
- Gevelbreedte: breedte van een gevel van één van één gebouw gesitueerd op één perceel, gemeten van erf grens tot erfgrens.
- Gevelreclame: reclame-uiting aangebracht op of aan een bouwwerk, bestaande uit borden, losse belettering, gevelborden, doeken en andere uitingen zowel loodrecht, evenwijdig of schuin aan de gevel.
- Infoborden: bij invalswegen geplaatste borden waarop informatie wordt weergegeven over activiteiten die binnen de gemeente plaatsvinden.
- Lichtmastreclame: verlichte of onverlichte reclamebakken bevestigd aan een lichtmast.
- Lichtreclames: verlichte reclamebakken, verlichte losse letters, beeldschermen en lichtkranten.
- Losse letters: onderdelen van een tekst bestaande uit van elkaar gescheiden letterelementen die zonder hulpconstructie direct tegen een gevel of een element dat onderdeel is van de gevelarchitectuur zijn bevestigd.
- Makelaarsborden: reclame ten behoeve van de verkoop of verhuur van een woning of ander pand, aangebracht tegen een gevelwand of op het erf.
- Mobiele reclame-objecten: tijdelijk of permanent langs de openbare weg geplaatste voertuigen c.q objecten, voorzien van reclameborden.

- MUPI: “Mobilier Urbain à Publicité Illuminé”: Een mupi is een dubbelzijdig reclamebord waarbij één zijde wordt gebruikt voor commerciële doeleinden en een zijde voor publicaties van informatieve aard van de gemeente.
- Plakzuil: zie reclamezuil.
- Raamfolies: kleeffolies met opschrift die aan de
- buiten – of binnenzijde van winkelruiten zijn aangebracht.
- Reclame op terrasschermen en parasols: bij horecagelegenheden op terrasschermen en terrasafscheidingen, geplaatste reclames.
- Reclamebak: doosvormig element bestaande uit een metalen omranding waarin enkel- of dubbelzijdig panelen zijn opgenomen met reclameteksten.
- Reclamebord: evenwijdig aan of dwars op de gevel geplaatste bord met opschriften.
- Reclamedoeken: doeken met opschrift die tijdelijk of blijvend aan de gevel of op een steigerwerk zijn bevestigd.
- Reclamemasten: hoge vrijstaande masten met rondom (vaak meerzijdige) reclamevlakken.
- Reclamezuil (plakzuil): vrijstaand reclameobject met rondom vaak meerzijdige reclamevlakken.
- Sandwichborden: borden, overwegend hardboard of kartonnen welke worden vastgemaakt aan onder andere zuilen, lichtmasten, lantaarnpalen, etcetera.
- Spandoeken: uitgespannen doeken die aan of over de weg worden gespannen, waarop reclame wordt gemaakt ten behoeve van een maatschappelijk doel.
- Stadsbouwmeester dan wel een adviseur of adviesorgaan met een vergelijkbare invulling van deze functie: een door de gemeente aangewezen adviseur die de bouwplannen toetst aan de spelregels die in deze reclamenota worden genoemd.
- Steigerdoek: een doek verbonden aan een steiger met een reclame.
- Uitstalling (trottoirbord): een reclamebord niet vastgenageld aan de grond doorgaans geplaatst in het openbaar gebied voor het pand.
- Verkiezingsposters: posters welke geplakt worden op aanplakborden.
- Verwijsborden: borden met uitingen die uitsluitend zijn gericht op de vindbaarheid van objecten zoals musea, sportvoorzieningen, toeristische attracties, stadswijken, e.d. Zolang deze verwijsborden niet zijn voorzien van reclame-uitingen (daaronder vallen overigens ook namen van sponsors) is er geen sprake van reclame in de zin van deze nota. Is dat wel het geval, dan vallen verwijsborden onder het begrip reclame.
- Vlaggen: stofachtige materialen die loodrecht op of evenwijdig met of zonder hulpconstructie aan de gevel zijn opgehangen. Vlaggenmasten: Masten voorzien van stof-achtige materialen veelal met meerdere gegroepeerd bij een bedrijf.
- Volant: in de regel een smalle strook van het luifeldoek aan de voor- en/of zijkant van een uitvalscherm en/of parasol.


TAKKO
FASHION
9,99

17-2-2021 4190

Burgemeester en wethouders,

Lindeplein 1

6444 AT Brunssum

Betreft: regels voor buitenreclame-uitingen

Heerlen, 12 februari 2021

Dames en heren,

Naar aanleiding van de bijgevoegde publicatie in De Limburger van 12 februari j.l. betreffende: Regels voor buitenreclame-uitingen, wil ik een aanvulling op uw besluit geven.

Als je door Brunssum loopt, b.v. Schutterspark, Stadspark, Prins Hendriklaan, nieuwe voetbalveld en woonwagenstandplaats nabij oude ziekenhuis, golfbaan, antennemast bij golfbaan en heel veel andere plekken, daar wemelt het van de reclameborden van de hekkenbouwers. Privehekwerken nog buiten beschouwing gelaten, hierop zitten er ook een heleboel.

Hekkenbouwers als Heras, Veenstra, Classic, BenG, Smit, noem ze maar op, hangen aan hun gemonteerde hekwerken en poorten om de zoveel meter en op hoeken zelfs 2 bordjes met hun naam. Vaak ook dubbelzijdig, bij de bovengenoemde woonwagenstandplaats zelfs borden van circa 1,5 m2.

Veelal zijn deze hekwerken betaald door Gemeente, Woningvereniging(en) en andere semie-openbare lichamen, zij bieden de hekkenbouwers een podium om gratis uitgebreid reclame te maken.

Vorengenoemde organen zouden het aanbrengen van deze reclameborden moeten verbieden in hun opdrachten tot het plaatsen dan wel herstellen van hekwerken en eveneens verbieden om verwijderde borden door of namens Gemeente e.a. terug te hangen zoals onlangs aan de Prins Hendriklaan is gedaan door Veenstra. (Deze 4 bordjes zijn door mij verwijdert maar 2 maanden later zijn er weer nieuwe aangebracht). De Gemeente gaat nu anderen de maat nemen terwijl zij deze reclame-uitingen "onbewust" sponsort.

Een tweede podium welke de Gemeente biedt, zijn de achterzijden van elk verkeersbord, de fabrikanten hiervan plakken op deze achterzijde een sticker met naam.

Ook hierin kan de Gemeente een rol spelen, door wegenbouwers opdrachten te verstrekken waarin duidelijk staat dat alleen maar verkeersborden zonder deze stickers mogen worden geplaatst.

Uiteraard geldt dit ook voor de door of namens Gemeente geplaatste of te vervangen verkeers-, aanwijzing- dan wel mededelingborden.

Ik zie uw reactie met belangstelling tegemoet,

17-2-2021 4190

GEVELS

Brunssum stelt regels op voor reclame-uitingen

BRUNSSUM
DOOR STEFAN GILLISSEN

De gemeente Brunssum gaat gevelreclames aan strengere regels onderwerpen. De daarvoor geschreven nota 'Less is more' moet er mede voor zorgen dat Brunssum aantrekkelijk wordt en blijft.

Door het ontbreken van zo'n nota kon (en is) wildgroei ontstaan. „Op dit moment is er geen beleid voor reclame", zegt een woordvoerder. „Vroeger stonden hiervoor wel richtlijnen in de Welstandsnota, maar bij de herziening daarvan een paar jaar geleden zijn deze eruit gehaald." Het opstellen van de nota is het gevolg van meer behoefte aan kaders. De stadsbouwmeester toetst uitingen. „Die heeft aangegeven dat hij richtlijnen mist. Ook ondernemers hebben gevraagd om meer duidelijkheid, vanuit de gedachte dat dit leidt tot een kwalitatief beter straatbeeld."

Hoewel het eenvoudiger wordt te handhaven is de gemeente niet erop uit „van alles te verbieden." Deze nota stuurt „vooraf in een bepaalde richting." Of tegen bestaande reclames die niet voldoen aan de eisen wordt opgetreden is nog niet bekend.

De nota is opgesteld in overleg met ondernemersnetwerk Business in Brunssum. Ondernemers moeten volgens de gemeente gestimuleerd worden na te denken over kwalitatieve toepassingen van reclame. Met de nota is duidelijk hoe groot een uitstekende reclame of raamsticker mag zijn. Reclames op spandoeken zijn in ieder geval niet meer toegestaan.

De gemeente hanteert drie categorieën die eigen regels kennen. Retail (winkels, horeca en zakelijke dienstverlening), bedrijfspanden (detailhandel, sport- en/of zorgcomplexen) en bedrijven aan huis. Ook zijn er criteria opgesteld voor reclame in parken en op pleinen.

Brunssum wil ervoor zorgen dat ondernemers en ontwerpers in een vroeg stadium weten wat exact wel en niet kan. Ze kunnen dan tijdig met de stadsbouwmeester overleggen en krijgen kaders voor hun ontwerp.



"Less is more"

buro DS

Reclamenota Gemeente Brunssum

Waarom een reclamenota?

- minimale kwaliteit waarborgen reclames
- handhaving mogelijk van “excessen”
- enthousiasmeren van ondernemers voor mooie reclame





Voortraject

Opgesteld in overleg met:

- retailcommissie BiB
- bedrijventerreincommissie BiB
- stadsbouwmeester

Gezamenlijke uitgangspunten:

- “warboel” voorkomen
- geen rommel
- algemene regels als toetsingskader

Gezamenlijke conclusies:

- streef naar uniformiteit en een rustige uitstraling
- “less is more”
- geen aparte regels per bedrijventerrein of winkelgebied, maar algemene regels
- losse letters zijn fraaier dan een lichtbak
- kleuren en maatvoering moeten passen bij het pand
- geen aanhangwagens met losse spandoeken
- geen reclame om slechte staat gevel te camoufleren
- geen flikkerende verlichting

Hoe ziet de reclamenota er uit?

1 Inleiding (juridisch)

2 Spelregels (retail en bedrijven)

3 Algemene criteria (bij afwijkende plannen)

4 Excessenregeling (bij uitwassen)

Spelregels

- korte omschrijving, niet te veel maar ook niet te weinig informatie
- goede en slechte voorbeelden
- beeldend, helder, stimulans om mooie reclame te maken
- overleg stadsbouwmeester van belang
- geen blauwdruk, maar wel basis voor plannen






KOFFIE KOOK
KOOK


DILLE & KAMILLE


NEW OUTLET STORE
NICO NUIJEN




GiDesign


VEENDAM
60%
ZENA


C&A