

# RECLAMEBELEID HELLENDOORN



Gemeente  
**Helleendoorn**



Het Oversticht

## RECLAMENOTA

	Inleiding	p.1
1	Algemene reclamecriteria	p.3
2	Specifieke reclamecriteria	p.4
3	Objectgerichte criteria	p.5
4	Algemene aanbevelingen	p.6

### Inleiding

Deze reclamenota bevat de criteria waarmee uw reclame wordt getoetst aan redelijke eisen van welstand. In dit kader fungeert deze reclamenota dan ook als verlengstuk voor het vigerende welstandsbeleid.

Reclame is een publieke aanprijzing van een bedrijf, een product of een dienst. Reclames op borden, lichtreclames, spandoeken en vlaggen bepalen in hoge mate de beleving van de openbare ruimte. Reclames in gebieden met commerciële functies kunnen op hun plaats zijn en de visuele aantrekkingskracht van de omgeving verhogen. Aan de andere kant kunnen ze daar qua vormgeving, omvang en hoeveelheid ook afbreuk aan doen.

De basis vormen de algemene reclamecriteria die in principe altijd en overal van toepassing zijn. Deze worden aangevuld met criteria die specifiek voor bepaalde gebieden en objecten zijn opgesteld.

### Proces

Dit reclamebeleid is tot stand gekomen door een bewuste keuze voor samenwerking met een vertegenwoordiging van ondernemers en maatschappelijke organisaties. Tijdens twee werksessies zijn de wensen en meningen opgehaald en was er ruimte voor overleg. Dit reclamebeleid is de resultante hiervan en vormt de inhoudelijke vertaling van de gemiddelde mening van de deelnemers.

### Vooroverleg

De gemeente hecht veel waarde aan vroegtijdig overleg over initiatieven en verwacht dan ook vroegtijdig contact met initiatiefnemers. Voorafgaand aan de indiening van een omgevingsvergunning wordt aan opdrachtgevers en ontwerpers de mogelijkheid geboden om in het kader van vooroverleg de plannen met de stadsbouwmeester te bespreken. Ook kan men een toelichting krijgen op het reclamebeleid voor de betreffende locatie en krijgt men inzicht in de kansen en

mogelijkheden die er voor hun plannen zijn (maatwerk). De gemeente stimuleert deze werkwijze om zeer vroeg in het ontwerpproces door middel van gesprekken te komen tot een gezamenlijk gedragen ontwerpoplossing. De opdrachtgever/ontwerper kan via het KlantContactCentrum een afspraak maken voor het spreekuur van de stadsbouwmeester.

### **Wettelijk kader**

Deze nota is niet het enige juridisch middel waarbinnen reclame wordt gereguleerd. De gehanteerde wetten omtrent reclame-uitingen zijn de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo), de Woningwet (Ww), het Besluit omgevingsrecht (Bor) en de Algemene Plaatselijke Verordening (APV). In de Wabo is onder andere bepaald dat het verboden is zonder omgevingsvergunning een project uit te voeren, voor zover dat geheel of gedeeltelijk bestaat uit bijvoorbeeld het bouwen van een bouwwerk of het verstoren van een monument. In het Bor zijn categorieën van gevallen opgenomen waarvoor het verbod niet geldt. In het geval dat er sprake is van een niet-bouwwerk, dan is de APV van toepassing.

### **Hardheidsclausule**

In uitzonderingssituaties kunnen de reclamecriteria ontoereikend, onbruikbaar of niet van toepassing zijn. In de welstandsnota staan specifieke criteria beschreven, waarop dan kan worden teruggevallen (welstandsnota 2012, hoofdstuk 7).

### **Excessenbeleid**

Bij reclames waarvoor geen omgevingsvergunning vereist is, is het excessenbeleid van toepassing. Hiermee kan worden voorkomen dat reclames ontstaan, welke in ernstige mate in strijd zijn met redelijke eisen van welstand en door hun buitensporige uitstraling en verschijning hevige reacties oproepen.

### **Overgangsrecht**

Het kan voorkomen dat u een vergund reclameobject heeft dat niet meer past binnen het huidige beleid. In dit geval is overgangsrecht van toepassing. De reclame-uiting kan in dat geval gewoon blijven bestaan. Mocht u de reclame-uiting willen aanpassen dan wordt deze getoetst aan het op dat moment geldende beleid. Het is dus mogelijk dat een kleine wijziging kan inhouden dat uw reclame-uiting dan niet meer past binnen het nieuwe beleid.

### **Illegale reclame-uitingen**

Op het moment dat er een reclame-uiting wordt geconstateerd waarvoor geen vergunning is verleend wordt deze getoetst aan de criteria uit deze reclamenota en overige relevante wet- en regelgeving. Als geconstateerd wordt dat er niet alsnog medewerking verleend kan worden, dan moet er handhavend worden opgetreden tegen de illegale reclame-uiting.

### **Bijzondere plannen**

Wanneer sprake is van een bijzondere ontwikkeling, bijvoorbeeld grotere collectieve plannen, kan het college van B&W besluiten om naast de stadsbouwmeester ook ondernemers of andere belanghebbenden in het proces te betrekken. Dit proces is maatwerk passend bij de opgave.

## 1 ALGEMENE RECLAMECRITERIA

1. Een reclame mag geen afbreuk doen aan de kwaliteit van de openbare ruimte.
2. Een reclame moet passen bij de architectuur en de functie van het betreffende pand.
3. Een reclame mag niet overheersend zijn qua aantal, kleur, vormgeving en/of maat.
4. De reclame heeft een functionele relatie met het betreffende bouwwerk of erf. Er mag geen verwijzing zijn naar andere bedrijven.
5. Voorkom reclame in parken en groene gebieden. Op besloten sportterreinen is dit wel toegestaan, indien het zich beperkt tot en gericht is op het sportterrein.
6. Wanneer sprake is van een monument of 'historische gebied' dient men terughoudend te zijn met reclame-uitingen en af te stemmen op de (cultuurhistorische) karakteristiek van de locatie.
7. Etalageruiten en ramen moeten grotendeels transparant en open zijn.
8. Reclame-uitingen van verschillende bedrijven in verzamelgebouwen of architectonische eenheden moeten onderling worden afgestemd.
9. De verkeersveiligheid mag niet in negatieve zin worden beïnvloed.

## 2 SPECIFIEKE RECLAMECRITERIA



### Centrum

- Een reclame dient op een logische plaats (een duidelijke relatie met het product of de dienst) tegen het gebouw of op eigen terrein te worden geplaatst.
- Lichtbakken, knipperende/bewegende reclame, gespannen doek en andere grote reclame-uitingen mogen niet worden toegepast.
- Er wordt gebruik gemaakt van losse letters (deze mogen verlicht of aangelicht).
- Op monumenten en in 'historische gebieden'; afgestemd op de (cultuurhistorische) karakteristiek van de locatie.



### Woongebieden

- Uitgangspunt is het beperken van reclames.
- Daar waar kleinere praktijkruimten en aan huis gebonden beroepen zijn gevestigd, is een bescheiden aanduiding aan de gevel (beganegrond) of in de tuin toegestaan.
- Lichtreclame mag niet worden toegepast.
- *Voor bedrijfsfuncties in woongebieden die planologisch zijn toegestaan gelden de criteria voor het centrum*



### Bedrijventerreinen

- Per bedrijf is op eigen terrein één vrijstaande reclame (-zuil) of 3 vlaggen toegestaan. Een combinatie of groter aantal is alleen denkbaar wanneer onderbouwd kan worden dat de omgevingskwaliteit niet geschaad wordt.
- Een reclame dient op een logische plaats (een duidelijke relatie met het product of de dienst) tegen het gebouw of op eigen terrein te worden geplaatst.



### Invalswegen (hoofdwegen/infrastructuur)

- Een reclame dient op een logische plaats tegen het gebouw of op eigen terrein te worden geplaatst.
- Gespannen doek en grote lichtbakken/schermen mogen niet worden toegepast.
- Er wordt gebruik gemaakt van losse letters (deze mogen verlicht of aangelicht).



### Buitengebied

- Reclame en in het bijzonder lichtreclame dient terughoudend te zijn.
- Een reclame is slechts toegestaan in bescheiden vorm, zorgvuldig vormgegeven, afgestemd op de architectuur en gerelateerd aan de bebouwing of de entree van het erf.
- Een reclame of aanduiding is slechts toegestaan wanneer een directe relatie bestaat tussen de plek en het product of de dienst die wordt getoond.
- Op monumenten, historische erven en in 'historische gebieden'; geen lichtreclame en afgestemd op de (cultuurhistorische) karakteristiek van de locatie.

## 3 OBJECTGERICHTE CRITERIA

### **Digitale (licht)schermen**

#### **Algemeen:**

- Digitale schermen mogen slechts worden toegepast wanneer dit aansluit en past binnen de omgeving, zoals op bedrijventerreinen. Schermen mogen niet worden gericht naar (gevoelige) natuurgebieden of een woonomgeving.
- De verkeersveiligheid mag niet in negatieve zin worden beïnvloed.
- Schermen met uittredende verlichting moeten dimbaar zijn.
- Reclames moeten een functionele relatie hebben met het betreffende pand of erf. Reclames voor derden zijn niet toegestaan.

#### **Op de gevel:**

- Digitale schermen moeten zijn afgestemd op de architectuur/gevelcompositie. Het scherm moet zich qua maat en plaatsing verhouden tot het gevelvlak. Dat betekent maatwerk per pand.

#### **Vrijstaand:**

- Digitale schermen zijn slechts toegestaan als deze door de gemeente worden geplaatst en beheerd.

### **Reclame-/lichtmasten**

- Situering, vorm, detaillering, kleur en materiaalgebruik moeten reageren op de locatie ter plekke en de bijbehorende landschappelijke en bebouwingsstructuur.
- Masten kunnen alleen waar de omgeving dit toelaat, zoals op een kruispunt van wegen, niet in de buurt van woonwijken of (gevoelige) natuurgebieden.

### **Seizoensgebonden producten en diensten:**

- Alleen in het betreffende seizoen.
- De reclame-uiting doet geen afbreuk aan de kwaliteit van de openbare ruimte.
- De reclame is bescheiden in aantal en afmeting.

### **Aankondigingsborden en affichedisplays**

- Aankondigingsborden en affichedisplays in de openbare ruimte zijn slechts toegestaan als deze door de gemeente worden geplaatst en beheerd.

### **Bewegwijzering**

- Volgens de uniforme bewegwijzering die vooraf door de gemeente bepaald is. Bewegwijzering in de openbare ruimte is slechts toegestaan als deze door de gemeente wordt geplaatst en beheerd.

## 4 ALGEMENE AANBEVELINGEN

### **Uitstallingen en vrijstaande reclames in openbare ruimte**

Het is voor een eenduidige uitstraling van de omgeving van belang dat uitstallingen en vrijstaande reclames ordenlijk zijn geplaatst. Dit geldt met name voor de centrumgebieden. Ook mindervaliden zijn afhankelijk van een gestructureerde opstelling om veilig en zonder hindernissen te kunnen winkelen. Dit reclamebeleid kan dit niet regelen. De Algemene Plaatselijke Verordening en het uitstallingenbeleid van de gemeente regelen dit.

### **Lichthinder**

Met betrekking tot lichthinder wordt verwezen naar het lichtbeleid Openbare ruimte en wordt de actuele Richtlijn Lichthinder van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde gehanteerd.

### **Colofon**

#### ***Reclamebeleid Hellendoorn***

Opdrachtgever: gemeente Hellendoorn

Datum: 30 mei 2018

Status: **DEFINITIEF**