

RECLAME

Deelbeleid en handboek

Inhoudsopgave

RECLAME Deelbeleid en handboek	1
1. Inleiding, uitgangspunten & juridisch kader	2
1.1 Inleiding	2
1.2 Uitgangspunten	2
1.3 Juridisch kader	3
2 Reclamebeleid	5
2.1 Begrippen	5
2.2 Algemene criteria	7
2.3 Verwijsborden	8
2.4 Gebiedsgerichte criteria	9
2.5 Buitensporige reclames	25
3 Overgangsbepalingen, handhaving & evaluatie	26
3.1 Overgangsbepalingen	26
3.2 Handhaving	26
3.3 Evaluatie	26
Handboek Reclame Nota Ruimtelijke kwaliteit	30
INLEIDING	31

Bijlagen

Complexstandaard Gardenz
Complexstandaard Ligne

HOOFDSTUK 1

1. INLEIDING, UITGANGSPUNTEN & JURIDISCH KADER

1.1 INLEIDING

Dit onderdeel van de Nota Ruimtelijke Kwaliteit omvat beleidsregels en criteria voor reclames. Deze zijn uitgewerkt in de breedte van de Omgevingswet zodat wetgeving en regels geïntegreerd worden weergegeven. (zie § 1.3 Juridisch kader).

1.2 UITGANGSPUNTEN

Het gemeentebestuur van Sittard-Geleen wil de kwaliteit van de bebouwde omgeving en de openbare ruimte verbeteren. Een goed verblijfs- en ondernemersklimaat met aandacht voor duurzaamheid maakt de stad aantrekkelijk voor bewoners, bezoekers en voor bedrijven. Reclames beïnvloeden het stadsbeeld. Reclames mogen het stadsbeeld niet in negatieve zin beïnvloeden.

Dit beleid heeft tot doel:

1. bevorderen van de ruimtelijke kwaliteit en duurzaamheid van de bebouwde en onbebouwde omgeving;
2. beïnvloeden van het omgevingsbeeld;
3. duidelijke en concrete criteria voor het aanvragen van reclames;
4. uitvoerbare en handhaafbare reclameregels.

In de Nota Ruimtelijke Kwaliteit is de gemeente Sittard-Geleen gebiedsgewijs ingedeeld in:

- het landschap;
- de structuurlijnen;
- de woongebieden;
- de werkgebieden;
- de stadscentra van Sittard en Geleen (middels aparte gebiedskaart gekaderd bijlage);
- de stedelijke groengebieden.

Het uitgangspunt is dat per gebied eenheid, overzicht en ordening worden bevorderd.

Stadscentra

Het cumulerend effect van reclame is groot, omdat panden dicht op elkaar staan. Aantal, grootte, omvang, situering en uitvoering van de reclameobjecten in relatie tot het omgevingsbeeld is daarom zeer bepalend.

De architectuur is leidend. Reclame dient hieraan ondergeschikt te zijn. Er worden hogere eisen gesteld aan de uitvoering zodat gevels niet geblindeerd worden, doch bedrijfspresentatie mogelijk blijft. Het uitgangspunt in deze gebieden is 'kwaliteit'. In paragraaf 2.4.1 is dit uitgangspunt uitgewerkt.

Bedrijventerreinen

Bedrijventerreinen zijn grootschalig, het merendeel van de gebouwen ligt op afstand van elkaar en vaak vrij op het kavel. De samenhang van het omgevingsbeeld wordt minder bepaald door de samenhang tussen de gebouwen en meer door de stedenbouwkundige setting. Bedrijfspresentatie (core business) en vestiging dient van verder af gezien te worden. De architectuur van de gebouwen is vaak grootschalig en kan derhalve grotere en meer reclame verdragen. Het uitgangspunt in deze gebieden is 'herkenning'. In paragraaf 2.4.2 is dit uitgangspunt uitgewerkt. Dit met de restrictie dat bedrijfspresentatie geen afbreuk doet aan het architectuurbeeld en het omgevingsbeeld.

Woongebieden

Woongebieden zijn primair om te wonen. Bedrijvigheid in woongebieden is kleinschalig en ondergeschikt (bv. aan huis gebonden beroepen). Reclameobjecten dienen terughoudend gepresenteerd te worden (bv. in de voortuin). Het uitgangspunt in deze gebieden is ingetogenheid en kleinschaligheid. In paragraaf 2.4.3 is dit uitgangspunt uitgewerkt.

Buitengebied

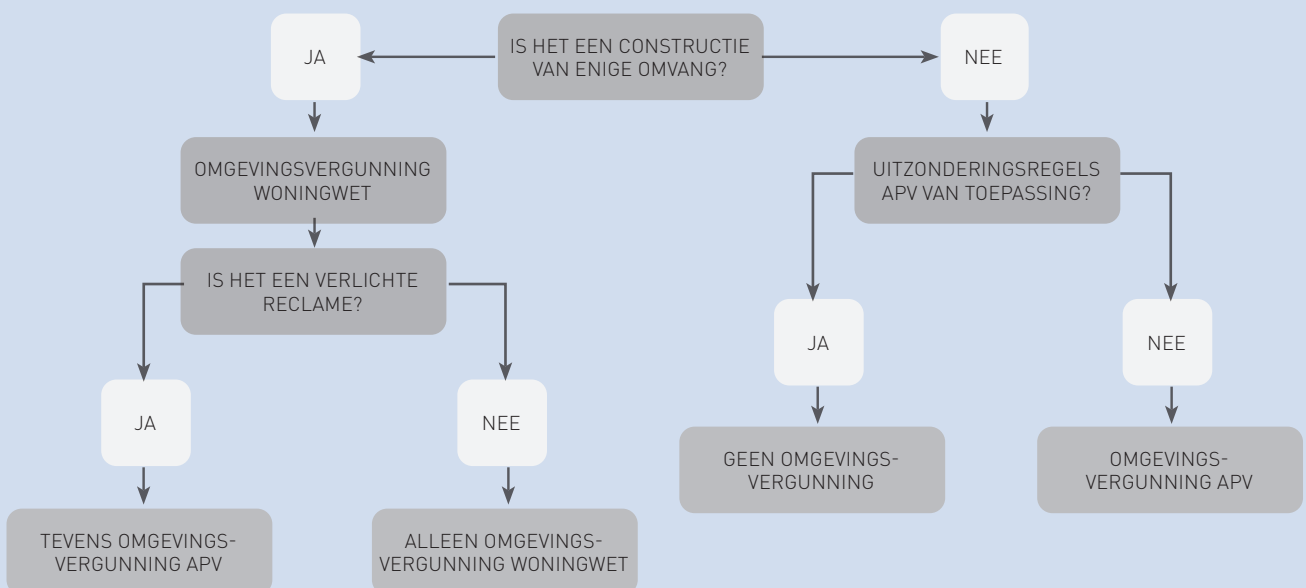
Het verblijfs – en recreatief karakter staat voorop. Om het landschappelijk beeld niet te verstoren dient uiterst terughoudend te worden omgegaan met het plaatsen van reclameobjecten. Het uitgangspunt in deze gebieden is restrictief. In paragraaf 2.4.4 is dit uitgangspunt uitgewerkt.

1.3. JURIDISCH KADER

Voor een reclame is of een vergunning op basis van de Wabo (onderdeel bouwen) vereist of op grond van de Wabo en de APV (handelsreclame)¹. Hierop geldt één uitzondering: voor verlichte reclames geldt een vergunningplicht op grond van beide onderdelen van de Wabo (bouwen en handelsreclame). Indien de reclame wordt aangebracht aan een monument of binnen een beschermd stads- of dorpsgezicht is tevens een vergunning vereist op grond van de Wabo (activiteit monumenten).

Om te bepalen welke vergunningplicht (bouwen of handelsreclame) van toepassing is, kan gebruik worden gemaakt van de beslisboom vergunningplichtige reclame (zie hieronder). Zoals al opgemerkt bij een monument en/of in een beschermd stads-/dorpsgezicht is altijd een vergunning vereist.

Beslisboom vergunningplicht reclame:



1- Artikel 4:15 lid 2 sub f APV. Deze keuze in 2007 bewust gemaakt om de administratieve lasten terug te dringen.

Reclame die valt aan te merken als een constructie van enige omvang is vergunningplichtig omdat sprake is van een bouwwerk². Per aanvraag moet worden beoordeeld of sprake is van een bouwwerk. De Raad van State hanteert de volgende definitie voor het begrip 'bouwwerk':

"elke constructie van enige omvang, van hout, steen, metaal of ander materiaal, die op de plaats van bestemming hetzij direct of indirect met de grond verbonden is, hetzij direct of indirect steun vindt in of op de grond, bedoeld om ter plaatse te functioneren."³

Nadat een omgevingsvergunning is uitgevoerd, is deze uitgewerkt. Bij vervanging of wijziging van de reclame moet opnieuw een omgevingsvergunning worden aangevraagd.

De APV kent niet-vergunningplichtige categorieën handelsreclame⁴ (vergunningvrij):

- opschriften, aankondigingen of afbeeldingen in het inwendig gedeelte van een onroerende zaak, die niet gericht zijn op zichtbaarheid vanaf de weg;
- opschriften of aankondigingen op of aan onroerende zaken, daartoe aangewezen door de overheid;
- opschriften of aankondigingen kleiner dan 0,50 m² en de langste zijde korter dan 1 meter die betrekking hebben op:
 - een openbare verkoping of een aanbieding ter verkoop, verhuur of verpachting van een onroerende zaak, zulks voor zolang zij feitelijke betekenis hebben;
 - het beroep, de dienst of het bedrijf dat in of op de onroerende zaak wordt uitgeoefend of waarvoor die zaak is bestemd;
 - een tijdelijke invulling in het kader van etalagebeheer bij leegstaande panden;
- opschriften of aankondigingen op of aan onroerende zaken dienstbaar aan het openbaar vervoer, indien deze zijn aangebracht ten dienste van dat vervoer.

1- LED-schermen en lichtkranten zijn wel vergunningplichtig

2- Artikel 12 lid 1 Woningwet, de artikelen 2.1 lid 1 sub a en f en artikel 2.2 lid 1 sub h en i Wabo.

3- RvS, 2001, nr. 200004512. Uitspraken RvS ter illustratie: 23/01/08, nr. 200702752, 7/07/10, nr. 200908795, 1/02/12, nr. 201105490, 14/03/12, nr. 201107115.

4- Artikel 4:15 lid 2 sub a tot en met e en lid 3 APV.

HOOFDSTUK 2

2 RECLAMEBELEID

Het reclamebeleid is opgebouwd uit:

- algemene criteria (zie paragraaf 2.2);
- gebiedsgerichte criteria (zie paragraaf 2.4).

Ondernemers vragen om duidelijkheid over de eisen waaraan reclames moeten voldoen. Tevens vragen zij om een korte doorlooptijd van vergunningprocedures. Daarom is het Handboek Reclame opgesteld. Dit Handboek bevat duidelijk beeldmateriaal, waarbij voor de gangbare reclames uit diverse "modellen" gekozen kan worden, waarbij de indeling wordt gehanteerd: gevels, luifels en puien. Aanvragen passend binnen het handboek worden ambtelijk afgedaan. Deze staan aangegeven met de aanduiding 'regel' (zie paragraaf 2.4). Deze aanvragen hoeven niet afzonderlijk ter advisering aan de Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit worden voorgelegd.

Niet alle aanvragen passen in het kader van het Handboek Reclame. Om te zorgen voor voldoende flexibiliteit is het begrip 'trendsetter' geïntroduceerd. Hierdoor is het mogelijk van vernieuwende en kwalitatieve reclames die volgens de ARK voldoen aan de uitzonderingsregels als nieuw model toe te voegen aan het handboek reclame.

2.1 BEGRIPPEN

Algemeen belang dienende instelling: instellingen die voorzien in behoeften van algemeen nut, niet zijnde van industriële, commerciële of concurrerende aard, bijvoorbeeld medische centra, kinderdagverblijven, buurtgebouwen, speeltuinen en scoutinggebouwen

ARK: Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit

Billboards: Grote reclamevlakken die los zijn opgesteld langs de openbare weg

Bouwen: Plaatsen, geheel of gedeeltelijk oprichten, vernieuwen, veranderen of vergroten

Bouwwerk: 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

Complexstandaard: Een binnen het begrippenkader van 'de trendsetter' specifiek voor een bepaald gebouwcomplex ontwikkelde leidraad op het gebied van handelsreclame

Enkelzijdige lichtbakken: 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

Foliereclame: Kleeffolies met opschrift die aan de buiten of binnenzijde van winkelruiten of op 'bestaande' achterconstructies zoals luifels zijn aangebracht

Gebiedsstandaard: Een binnen het begrippenkader van 'de trendsetter' specifiek voor een bepaald gebied ontwikkelde leidraad op het gebied van handelsreclame

Geïntegreerde reclame: Reclame die is opgenomen 'in' een bouwkundige constructie en daar onderdeel van uitmaakt bijvoorbeeld een winkelpui waarbij een van de glasplaten is vervangen door een paneel met opschrift

Gevelbreedte: Breedte van een gevel van één perceel gemeten van erfgrans tot erfgrans

Gevelreclame: Reclame-uiting aangebracht op of aan een bouwwerk, bestaande uit borden, losse belettering, lichtbakken, doeken en andere uitingen zowel loodrecht, evenwijdig of schuin aan de gevel

Geschilderde reclames: Gevelreclame in de vorm van muurschilderingen

LED-reclame/lichtkrant: reclamepresentatie in de vorm van Light-Emitting-Diode displays

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

Reclame

Iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen

Reclame op (terras)schermen en parasols: Bij horecagelegenheden en winkels op (terras)schermen en – afscheidingen, 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 geplaatst 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: Vrijstaand reclameobject met rondom vaak meerzijdige reclamevlakken

Trendsetter: Een goed voorbeeld van een op basis van de reclamecriteria tot stand gekomen en door de ARK (mandaat) goedgekeurde reclameoplossing

Verwijsbord: bord dat verwijst naar een nabij gelegen maatschappelijke instelling

Vlaggen en banieren: (Kunst)stof-achtige materialen die loodrecht op of evenwijdig met of zonder hulpconstructie aan de gevel zijn opgehangen. Banieren zijn vlaggen waarvan de hoogte groter is dan de breedte

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

Winkelcentrum: Een winkelcentrum is een gebouw of reeks gebouwen ten behoeve van de uitbating van detailhandel, dat/die zowel voor wat betreft vorm, massa, functie en gebruiksintensiteit een eenheid vormt en daarmee ook duidelijk afwijkt van de omgeving. Een winkelcentrum heeft doorgaans een eigen parkeerterrein dat minstens met een rijbaan is gescheiden van een ander functioneel gebied. Gelet op de aard en verschijningsvorm van een grootschalige supermarkt, valt deze ook onder het begrip winkelcentrum

2.2 ALGEMENE CRITERIA

Ten aanzien van reclame gelden de volgende algemene criteria:

- a. 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 landschapelijke 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;
- b. tussen reclame en de activiteiten in een pand of een bedrijfslocatie moet een directe functionele relatie zijn. Reclame op een bedrijfs- of andere locatie mag niet verwijzen naar een elders gelegen bedrijf, tenzij voor een specifieke situatie middels een aparte beleidsregel anders is bepaald of sprake is van een tijdelijke invulling in een pand in het kader van de aanpak "leegstaande panden / transformatie van panden" waarbij de aantrekkelijkheid/belevingswaarde van het centrum van belang is;
- c. combinaties van reclamevormen zijn mogelijk waarbij in beginsel per vorm één uiting is toegestaan;
- d. hoekpercelen en bedrijven met de achterkant grenzend aan de openbare weg kunnen in beginsel aan twee of meerdere zijden reclame voeren;
- e. reclames in de centra dienen beperkt te blijven tot het geveldeel dat is gelegen tussen de overgang van de begane grond en de verdieping (zone 1), tenzij bij het bebouwingstype een uitzonderingsregel is opgenomen;
- f. findien een bedrijf een van de reclamemogelijkheden wenst uit te breiden in afwijking van de aantallen genoemd in de criteria, wordt dit in overweging genomen als gelijktijdig uitruil van andere reclame-uitingen plaatsvindt (bv. vlaggen). Uitbreiding van de mogelijkheden moet passen in de architectuur. Dit wordt beoordeeld in (ARK) mandaat.
- g. Bij gebouwen met eigenstandige functie op één bedrijventerrein, die verscholen liggen achter andere gebouwen en die vanaf de openbare weg niet direct zichtbaar zijn, is in beginsel ruimte voor reclame met grotere afmetingen. Dit ter beoordeling in (ARK) mandaat.
Voorwaarde :
 - het gebouw waarop de reclame wordt geplaatst is van een eenvoudige terughoudende architectuur en de gevels zijn vlak uitgevoerd zonder te zijn voorzien van architectuuronderdelen die door de reclame aan het zicht kunnen worden onttrokken;
 - de reclame wordt uitgevoerd in losse letters;
 - het gebouw zich presenteert als een terughoudende achtergrond van de reclame.
- h. LED-light displays/lichtkranten outdoor :
voorlopig alleen mogelijk in de vorm van een experiment/pilot. Beoordeling vooralsnog door de ARK waarbij de gebouwarchitectuur de leidraad vormt voor de mogelijkheden van LED-presentatie. Dit geldt zowel voor afmeting als voor uitvoering (materiaal, kleur etc.). Bij monumenten (rijks-, gemeentelijk en beeldbepalende panden) zijn voorlopig geen LED-schermen toegestaan.

Basiscriteria H outdoor:

- In beginsel het scherm integreren in het gevelontwerp (niet oplopend);
- de kleurintensiteit van het LED-scherm dient regelbaar en terughoudend te zijn;
- snel wisselende, knipperende en op-ploppende beelden en teksten zijn niet toegestaan;
- de lichtintensiteit of helderheid van het scherm dient zich automatisch aan te passen aan de lichtintensiteit van de omgeving. De Richtlijn Lichthinder van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde (NSW) dient hierbij als leidraad te worden gebruikt;
- geen hinder en/of (verkeers)overlast veroorzaken

Niet zijn toegestaan:

- i. 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. Dit wordt bevooroordeeld in (ARK) mandaat;

- j. reclames op spandoeken³;
- k. reclamedoeken die zijn opgespannen tussen metalen frames; uitgezonderd hiervan zijn de gebieden "buiten de centra" en de "werkgebieden"⁴
- l. los tegen de gevel geplaatste panelen met plakletters in de centra;
- m. reclames in een huisstijl die niet voldoen aan de eisen van dit beleid;
- n. verticaal gerichte, bewegende of knipperende reclames met uitzondering van de LED-displays genoemd onder h;
- o. reclames op zonweringen anders dan op de volant, tenzij in een specifieke situatie het beter is om de gevelreclame te vervangen door reclame op de zonwering. Dit is ter beoordeling in ambtelijk mandaat;
- p. reclames die hinder veroorzaken. Onder hinder wordt minstens verstaan:
 - q. - hinderen van de verkeersdoorgang;
 - r. - verstoring van de woonkwaliteit;
- s. het aanstralen van reclame, tenzij deze meerwaarde heeft voor de uitstraling van het pand. De ARK (mandaat) moet over dit plan positief hebben geadviseerd;
- t. grootschalige niet in verhouding tot een gevel staande reclames;
- u. alle vormen van commerciële reclame niet benoemd in paragraaf 2.3 of niet aan te merken als trendsetter. De ARK adviseert of sprake is van een trendsetter.
- v. lichtkranten, LED-light displays outdoor. Deze zijn in beginsel alleen toegestaan via een pilot/experiment, zie onder 2.2. onder i. De ARK moet over dit plan positief hebben geadviseerd.

Aanbevolen wordt:

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

2.3 VERWIJSBORDEN

Maatschappelijke instellingen

Maatschappelijke instellingen waarbij het gebouw en/of de maatschappelijke functie niet zichtbaar is vanaf de openbare weg, en waarbij een bord/zuil op eigen terrein aan waarde verliest, mogen aanvullend een beperkt bord/zuil plaatsen aan een lantaarnpaal en/of in een groenstrook in de meest directe omgeving van de maatschappelijke instelling. Dit is alleen toegestaan indien alle overige hiervoor benodigde vergunningen en/of toestemmingen kunnen worden verleend.

Regel

Afmeting bord maximaal 60 cm breed en 60 cm hoog. Afhankelijk van de situatie mag het bord op steunen worden geplaatst waarbij de bovenkant niet meer dan 120 cm mag bedragen vanaf maaiveld. Bij een situatie waarbij een haag aanwezig is mag het bord met zijn onderkant maximaal 20 cm boven de haag uitsteken. Het bord moet worden bevestigd aan een hoogwaardige steunconstructie bestaande uit een verzinkt stalen rechthoekig buizen frame. Op een hoek van wegen is een verwijzing mogelijk van twee borden die aan één zijde gekoppeld zijn, waardoor vanuit beide wegen de verwijzing zichtbaar is. Het ontwerp van de opdruk dient rekening te houden met leesbaarheid door visueel beperkten.

Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de omgevingssituatie daarvoor ruimte laat door zijn grootschaligheid, is een ruimere maatvoering ter beoordeling in (ARK)mandaat.

² Vanuit de aanpak leegstaande (winkel)penden en transformatie van panden kunnen panden een tijdelijke invulling krijgen. In dit kader kan in een pand reclame (promotie) worden gemaakt voor een winkel/bedrijf dat elders (permanent) is gevestigd.

³ Voor tijdelijke constructies zie deelbeleid en handboek "tijdelijke reclame".

⁴ Voor tijdelijke constructies zie deelbeleid en handboek "tijdelijke reclame".

2.4 GEBIEDSGERICHTE CRITERIA

Onderscheiden worden de volgende gebieden met specifieke criteria:

- Sittard centrum, Geleen centrum, beschermde dorpsgezichten, zie paragraaf 2.4.1;
- Werkgebieden, zie paragraaf 2.4.2;
- Woongebieden, zie paragraaf 2.4.3;
- Landschap en stedelijke groengebieden, zie paragraaf 2.4.4.

In het Handboek Reclame zijn opgenomen de zonering van de gevels en de van toepassing zijnde modellen.

2.4.1 SITTARD CENTRUM, GELEEN CENTRUM, BESCHERMDE DORPSGEZICHTEN EN BEDRIJVEN, GEVESTIGD IN DE WOONWIJKEN

► Voor begrenzingskaart centra zie pag. 27 en 28

Toegestaan zijn (is):

- | | |
|---|------------------------------------|
| 1 losse letterteksten; | 5 vlaggen met commerciële reclame; |
| 2 reclamevlakken; | 6 reclamezuilen; |
| 3 foliereclame en geschilderde reclame; | 7 geschilderde reclames; |
| 4 uitsteekbakken; | 8 complexstandaard. |

2.4.1.1 LOSSE LETTERTEKSTEN

2.4.1.1.1 In het gevelvlak ZONE 1 ► Voor zones zie handboek pag. 33

Regel (handboek model 1):

► Zie handboek pag. 35


Losse doosletters, losse freesletters of neonletters, gecombineerd met een beperkt los logo-element. Hoogte van de letters maximaal 30 cm (kleine letter) en 40 cm (hoofdletters). Corpshoogte bij kleine letters maximaal 50 cm. Het logo-element mag niet hoger zijn dan de corpshoogte van het lettertype. Reclametekst (inclusief logo-element) mag niet langer zijn dan 2/3 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm. Gevelreclame boven of nabij de entree.

Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de gevel van een pand daarvoor ruimte laat, bijvoorbeeld door de afwezigheid van de overgang tussen de begane grond en verdieping of door de grootschaligheid van het gebouw zijn in begin- sel langere en/of hogere bedrijfsnamen mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Dit is ter beoordeling in (ARK) mandaat. De uitzonderingsregel is niet bedoeld om een bedrijfsnaam met aanvullende maar ondergeschikte informatie, zoals productvermeldingen, uit te breiden.



2.4.1.1.2 Voor de winkelpui

Regel (handboek model 4):  [Zie handboek pag. 38](#)

Losse doosletters, losse freesletters of neonletters, gecombineerd met een beperkt los logo-element. Hoogte van de letters maximaal 30 cm. Corpshoogte maximaal 50 cm. Het logo-element mag niet hoger zijn dan de corpshoogte van het lettertype. Reclامتekst (inclusief logo-element) mag niet langer zijn dan de breedte van de gevelopening minus 20 cm (tekst aan weerszijde 10 cm vrijgehouden) met een maximum van 300 cm. Gevelreclame boven of nabij de entree.

Géén uitzondering



2.4.1.1.3 Tegen de luifel

Regel (handboek model 7):  [Zie handboek pag. 41](#)

Losse doosletters, losse freesletters of neonletters, gecombineerd met een beperkt los logo-element. Hoogte van de letters is maximaal 30 cm (kleine letter) en 40 cm (hoofdletters). Bepalend is de luifelhoogte waarbij de corpshoogte bij kleine letters maximaal 50 cm mag. Boven en onder het kader gevormd door de corpshoogte moet minstens 5 cm van de luifel vrij blijven. Het logo-element mag niet hoger zijn dan de corpshoogte van het lettertype. Reclامتekst (inclusief logo-element) mag niet langer zijn dan 2/3 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm. Gevelreclame boven of nabij de entree.

Géén uitzondering



2.4.1.1.4 Meer regelige teksten

Géén

Uitzondering (maatwerk):

Voor meer-regelige teksten geldt dat in beginsel de totale hoogte moet voldoen aan vorenstaande afmetingen genoemd bij regel (handboek). Wanneer de gevel van een pand daartoe aanleiding geeft, bijvoorbeeld door de afwezigheid van de overgang tussen de begane grond en verdieping of door de grootschaligheid van het gebouw zijn in beginsel hogere afmetingen mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Dit is ter beoordeling in (ARK) mandaat. Bij een meer regelige tekst met hogere afmetingen moet de aanvrager kunnen aantonen dat de uitzondering noodzakelijk is voor een goede bedrijfspresentatie.

2.4.1.1.5 In het gevelvlak van horecapanden (zone 2 en 3)

▶ Zones zie handboek pag.32

Regel (handboek model 1): ▶ Zie handboek pag. 35

Reclame bestaande uit losse letters eventueel gecombineerd met een los logo element op de overgang tussen de eerste verdieping en tweede verdieping (zone 2), of ter plaatse van het muurdeel onder de goot (zone 3). In de stadscentra daar waar de afstand tussen voorgevels van panden meer dan 30 m bedraagt en daar waar de gevel vlak is uitgevoerd, mag gevelreclame overeenkomstig de afmetingen van zone 1 in losse letters worden geplaatst. Deze reclame is mogelijk 'naast' de reclame die in zone 1 is toegestaan.

Géén uitzondering

2.4.1.2 RECLAMEVLAKKEN

2.4.1.2.1 In het gevelvlak (zone 1) ▶ Zones zie handboek pag.32

Binnen de centra

Regel (handboek model 3): ▶ Zie handboek pag. 37

Reclame in de vorm van reclamevlakken, gebaseerd op 3 varianten
Hoogte reclamevlak maximaal 40 cm. Lengte maximaal 1/3 van de gevelbreedte met een maximum van 250 cm.

Reclamevlak bestaande uit :

- een paneel met opgelegde losse letters (model 3 variant 1)
- een paneel met uitgefreesde (negatief) letters (model 3 variant 2)
- een enkelzijdige lichtbak die uit een materiaal is gemaakt en die middels een console op afstand van de gevel is geplaatst; (model 3 variant 3)

De maximale uitsteekmaat van het reclamevlak is 15 cm

Géén uitzondering



Buiten de centra

Regel:

In de vorm van een eenvoudige enkelzijdige lichtbak.

Hoogte reclamevlak maximaal 40 cm. Lengte maximaal 1/3 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm. Een reclamevlak bestaande uit een metalen frame met een opgespannen doek. Hoogte, uitwendig gemeten, van het metalen frame maximaal 50 cm. Lengte maximaal 1/3 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm.

Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de gevel van een pand daarvoor ruimte laat, bijvoorbeeld door de afwezigheid van de overgang tussen de begane grond en verdieping of door de grootschaligheid van het gebouw zijn in beginsel langere en/of hogere bedrijfsnamen mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Dit is ter beoordeling in (ARK) mandaat. De uitzonderingsregel is niet bedoeld om een bedrijfsnaam met aanvullende maar ondergeschikte informatie, zoals productvermeldingen, uit te breiden.

2.4.1.2.2 'In' of 'op' de winkelpui

Regel (handboek model 5):  [Zie handboek pag. 39](#)

Reclame in de vorm van een vlak met reclameteksten op of in de winkelpui volgens model 5, gebaseerd op 5 varianten. Het reclamevlak moet beperkt blijven tot een enkel vlak tegen de gevel in of tegen de winkelpui. De afmeting van het reclamevlak wordt bepaald door de indeling van de winkelpui. Is boven de pui een gesloten (niet transparant) vlak en/of paneel aanwezig dat 'niet' wordt opgedeeld door stijlen, dan is dat vlak bepalend voor de afmeting van de reclame. Is de winkelpui niet voorzien van zo'n vlak dan is de afmeting van het vlak dat is opgesloten tussen de stijlen en dorpels van de winkelpui bepalend voor de afmeting van de reclame. De reclame(tekst) (inclusief logo) mag maximaal 2/3 van de breedte van het reclamevlak bedragen met een maximum van 300 cm. De teksthogte mag maximaal 50 cm zijn die wordt bepaald door de corpshogte van het gekozen lettertype. De afmeting van het logo moet daarbij aansluiten. Maximale uitsteekmaat panelen 8 cm. Maximale uitsteekmaat lichtbakken 15 cm



Daar waar het gesloten deel boven de winkelpui onderdeel is van een gevelwand met, al dan niet middels een overgangselement gekoppelde winkelpuien, dient het reclamevlak rondom gemeten minstens 10 cm kleiner te zijn dan het gesloten deel boven de pui.

Daar waar het gesloten deel boven de winkelpui doorloopt over de volle breedte van de gevelopening waarbinnen de pui is geplaatst mag dit vlak geheel worden voorzien van een reclamevlak (model 5 variant 3)

Het reclamevlak mag bestaan uit :

- een paneel met opgelegde losse letters (model 5 variant 1)
- een paneel opgenomen in de winkelpui (model 5 variant 2)
- een gevelopening vullende lichtbak met opgelegde of uitgefreesde letters (model 5 variant 3)
- een enkelzijdige lichtbak uit een materiaal met uitgefreesde (negatief) letters tegen het gesloten deel boven de winkelpui (model 5 variant 4)
- een enkelzijdige lichtbak uit een materiaal met opgelegde of uitgefreesde losse letters in de winkelpui (model 5 variant 5)

Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de totale lengte van de winkelpui meer bedraagt dan 600 cm en als de pui is samengesteld uit meerdere pui-segmenten, zijn twee reclamevlakken mogelijk. Ter beoordeling in (ARK) mandaat.

2.4.1.2.3 Achter de winkelpui

Regel (handboek model 6):  [Zie handboek pag. 40](#)

Reclamevlakken achter de beglazing zijn mogelijk mits deze worden toegepast ter 'vervanging' van reclame tegen de gevel. De afmeting per reclamevlak mag maximaal 30 x 80 cm groot zijn. Maximaal twee per winkel.

Reclamevlakken achter de beglazing kunnen bijvoorbeeld worden uitgevoerd in de vorm van enkelzijdige lichtbakjes, een paneel met opgelegde losse letters, een paneel met uitgefreesde (negatief) letters of neon-letters. De reclamevlakken worden met consoles opgehangen.



Uitzondering (maatwerk):

Wanneer glasvlakken van een winkelpui daarvoor ruimte laat, door zijn grootschaligheid, zijn grotere reclamevlakken mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Ter beoordeling in (ARK) mandaat. De uitzonderingsregel is in beginsel niet bedoeld om een bedrijfsnaam met aanvullende maar ondergeschikte informatie, zoals productvermeldingen, uit te breiden".

2.4.1.3 FOLIERECLAME EN GESCHILDERDE RECLAME

2.4.1.3.1 Foliereclame achter de beglazing

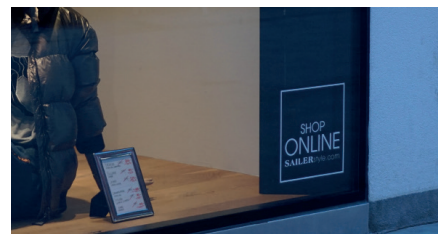
Regel:

- **De bedrijfsnaam in de vorm van een reclamevlak**
Reclame in de vorm van plakfolie achter de beglazing kan op zichzelf of in combinatie met een uitsteekbak. Andere combinaties zijn niet mogelijk. Per 600 cm winkelpui is een enkel reclamevlak mogelijk. Afmeting van het reclamevlak is maximaal 40 cm hoog en 1/3 van de glasvlakbreedte met een maximum van 250 cm. Reclame in de vorm van plakfolie achter de beglazing kan met andere reclamevormen worden gecombineerd. Het voeren van de bedrijfsnaam achter de beglazing in foliereclame is mogelijk met een enkele aanduiding per 600 cm winkelpui, afmeting maximaal 40 cm hoog en 1/3 van het glasvlak breed met een maximum van in totaal 250 cm.



Combinaties van andere reclamevormen, bijvoorbeeld bedrijfsnamen in losse letters of in de vorm van reclamevlakken in combinatie, is mogelijk mits deze 'additionele' reclames zich beperken tot ondergeschikte toevoegingen aan het etalagebeeld.

- **De bedrijfsnaam en/of logo-element gecentreerd in het glasvlak van de winkelpui of toegangsdeur.**
Maximale afmeting van het vlak 40 x 40 cm. Deze vorm van reclame is alleen mogelijk als deze is uitgevoerd in etsfolie met een neutrale licht grijze kleur. Deze reclamevorm mag wel op de dezelfde winkelruit worden gecombineerd met bovenvermelde bedrijfsnaam in foliereclame.
- **De bedrijfsnaam en/of logo-element in de linker of rechter benedenhoek van de winkelpui.** Maximale afmeting van het vlak 20 x 30 cm. Deze vorm van reclame is mogelijk in kleur naar keuze. Deze reclamevorm mag 'wel' op dezelfde winkelruit worden gecombineerd met bovenvermelde bedrijfsnaam in foliereclame.



- **Displays met productafbeeldingen in etsfolie met een neutrale licht grijze kleur.** Deze reclamevorm mag wel op de dezelfde winkelruit worden gecombineerd. Afmeting van het vlak 40 x 40 cm met een maximum aantal van 2 stuks per winkelvestiging



Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de gevel van een pand daarvoor ruimte laat, door zijn grootschaligheid zijn langere en/of hogere bedrijfsnamen mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Ter beoordeling in mandaat Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit. De uitzonderingsregel is niet bedoeld om een bedrijfsnaam met aanvullende maar ondergeschikte informatie, zoals productvermeldingen, uit te breiden.

Blinderen van glasvlakken

Blinderen van glasvlakken met product tonende sfeerbeelden (grafisch of in fotovorm) door middel van plakfolies met daarop handelsreclame is in beginsel niet toegestaan. Alleen wanneer het architectonisch concept niet wordt aangetast is dit bespreekbaar. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van een architectonisch ontwerp. Ter beoordeling in (ARK)mandaat.

2.4.1.3.2 Foliereclame tegen de gevel

Regel:

Reclame in de gevel kan in de vorm van plakfolie op een bestaande luifel of op een 'in' de winkelpui opgenomen paneel. Voor afmetingen zie model 5. Hoogte van de letters maximaal 30 cm (kleine letter) en 40 cm (hoofdletters). Corpshoogte bij kleine letters maximaal 50 cm. Het logo-element mag niet hoger zijn dan de corpshoogte van het lettertype. Reclametekst (inclusief logo- element) mag niet langer zijn dan 2/3 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm. Gevelreclame boven of nabij de entree.



Géén uitzondering

2.4.1.3.3 Tegen de luifel

Regel (handboek model 7): Zie handboek pag. 41

Reclame tegen de luifel in de vorm van losse letters mag worden uitgevoerd met plakfolie. Hoogte van de letters is maximaal 30 cm (kleine letter) en 40 cm (hoofdletters). Bepalend is de luifelhoogte waarbij de corpshoogte bij kleine letters maximaal 50 cm mag. Boven en onder het kader gevormd door de corpshoogte moet minstens 10 cm van de luifel in het zicht blijven. Het logo-element mag niet hoger zijn dan de corpshoogte van het lettertype. Reclametekst (inclusief logo- element) mag niet langer zijn dan 2/3 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm. Gevelreclame boven of nabij de entree.



Géén uitzondering

2.4.1.3.4 Geschilderde reclames tegen de gevel

Géén regel

Uitzondering (maatwerk):

Reclame in de vorm van op de gevel geschilderde letters is mogelijk als dit aansluit bij het architectuurbeeld en/of historisch karakter van het pand. De afmeting van de reclametekst dient in beginsel aan te sluiten bij die van de losse letterteksten.

Hoogte van de letters maximaal 30 cm (kleine letter) en 40 cm (hoofdletters). Corpshoogte bij kleine letters maximaal 50 cm. Het logo-element mag niet hoger zijn dan de corpshoogte van het lettertype. Reclametekst (inclusief logo- element) mag niet langer zijn dan 2/3 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm. Gevelreclame boven of nabij de entree.

Wanneer de gevel van een pand daarvoor ruimte laat, bijvoorbeeld door zijn grootschaligheid zijn langere en/ of hogere reclameteksten mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Ter beoordeling in (ARK) mandaat.

2.4.1.4 UITSTEEKBAKKEN

2.4.1.4.1 Tegen de gevel

Regel (handboek model 2):  [Zie handboek pag. 36](#)

Met een afmeting niet groter dan 80 x 80 x 12 cm (0,64 m²), met een uitsteekmaat van maximaal 90 cm. Als de indeling van het gevelvlak daar ruimte voor laat dient de bak minimaal 50 cm uit de erfscheiding te worden geplaatst. Maximaal een enkele uitsteekbak per 600 cm winkelpui. Een uitsteekbak mag worden vervangen door een banier van vergelijkbare (80 x 80 cm) afmetingen.

In het stadscentrum van Geleen en overige locaties buiten de centra zijn uitsteekbakken mogelijk met een afmeting van max. 80 x 100 cm (0,80 m²). Een bak per 600 cm winkelpui.

Uitzondering (maatwerk):

Daar waar de overgang tussen de begane grond en de verdieping, doordat deze bijvoorbeeld is voorzien van gevellijsten, mag de uitsteekbak lager dan zone 1 worden geplaatst. De uitsteekbak mag worden vervangen door een banier (afm. max. 80 x 80 cm). Vrije hoogte onder de uitsteekbak minimaal 240 cm.



2.4.1.4.2 Onder de luifel

Regel (handboek model 7):  [Zie handboek pag. 41](#)

Met een afmeting niet groter dan 30 (h) x 80 (l) x 12 cm (d). Een bakje per 600 cm winkelpui met een maximum van 3 stuks per gevel. Onderkant bak minimaal 240 cm ten opzichte van maaiveld.

Géén uitzondering



2.4.1.5 VLAGGEN MET COMMERCIELE RECLAME TEGEN DE GEVEL

Regel:

Buiten de centra, een enkele vlag per 600 cm winkelpui, met een maximale omvang van het doek uitgelegd van 150 x 75 cm.

Géén uitzondering (maatwerk)



2.4.1.6. ETALAGEBEHEER: TIJDELIJKE INVULLINGEN

Om de aanblik van leegstaande etalages in de periode tot herinvulling te verbeteren zijn etalageprojecten toegestaan.

Er dient sprake te zijn van aantrekkelijke invullingen die passen in het gebiedsbeeld en functies van de straten en bijdragen aan een positieve beleving van de stad (professionele uitstraling d.m.v. objecten, uitingen met een verhaal of interessante boodschap, thema's op het gebied van educatie, informatie, promotie etc.).

Het materiaal kan worden geleverd door personen, bedrijven of maatschappelijke instellingen.

Partners als Zuyd Hogeschool, museum en filmhuis, maar ook andere ondernemers (bv. galeriehouders) of instellingen (bv. Chemelot) kunnen interessant zijn voor samenwerking en invulling van etalages.

Partijen die aan etalageprojecten meewerken kunnen de naam en contactgegevens op deze wijze in de etalage weergeven door middel van een naambord.

Regel:

Naambord (opschrift, aankondiging of afbeelding) niet groter dan 0,50 m² en de langste zijde niet meer dan 1 meter.

Dit is vergunningvrij toegestaan.

Tijdelijke foliereclame toegestaan, mits dit aansluit bij het architectuurbeeld of historisch karakter van het pand. Ter beoordeling in (ARK) mandaat.

2.4.1.6. COMPLEXSTANDAARD

Bij winkelcentra daar waar het betreffende winkelcentrum stedenbouwkundige en/of architectonische samenhang toont, bestaat de mogelijkheid om binnen het begrippenkader van 'de trendsetter' een complexstandaard te ontwikkelen. Hierdoor is het mogelijk vernieuwende en kwalitatieve reclames (in lijn met de kwaliteitsuitgangspunten) te vergunnen zonder dat deze strijdig zijn met de reclameregels (innovatie) en geweigerd moeten worden. Dit model gaat als leidraad gelden voor reclameactiviteiten in het betreffende winkelcentrum. De ARK moet over dit plan positief hebben geadviseerd. Vervolgens zal dit als nieuw model worden toegevoegd aan het Handboek Reclame. Hierdoor krijgt gebiedseigen aanpak aandacht en het reclamebeleid een dynamisch karakter.

2.4.2 DE WERKGEBIEDEN

Toegestaan zijn (is) :

- 1 losse letterteksten;
- 2 enkelzijdige lichtbakken;
- 3 reclamedoeken gespannen tussen metalen frames;
- 4 vlaggen met commerciële reclame op het bedrijfsterrein;
- 5 reclamezuilen;
- 6 foliereclame achter het glas;
- 7 reclamepanelen;
- 8 gebiedsstandaard.

2.4.2.1 LOSSE LETTERTEKSTEN

Regel (handboek model 1):  [Zie handboek pag. 46](#)

Reclame bestaande uit losse doosletters, losse freesletters of neonletters, gecombineerd met een beperkt los logo-element, beperkt tot een enkele aanduiding in de voorgevel direct boven de entree. Hoogte van de letters maximaal 2/5 van het gesloten gevelvlak waartegen deze wordt geplaatst met een maximum van 75 cm. Bedrijfsnaam niet langer dan 1/3 van de totale lengte van de gevel. Uitsteekmaat maximaal 30 cm. Corpshoogte maximaal 120 cm.



Op hoeken van wegen en op locaties waar een bedrijf zich met meerdere gevels naar de openbare weg presenteert zijn meerdere reclames. Aantal 1 per gevel. Afmetingen conform vorenstaand.

Voor meer-regelige teksten geldt dat de totale hoogte moet voldoen aan vorenstaande afmetingen.

Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de gevel van een bedrijfspand daarvoor ruimte laat, bijvoorbeeld door de grootschaligheid van het gebouw zijn in beginsel langere, hogere en/of meerdere bedrijfsnamen in losse letters mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Dit is ter beoordeling in (ARK) mandaat.

Wanneer in een pand meerdere bedrijven (bedrijfsverzamelgebouw) zijn gevestigd is plaatsing van meerdere bedrijfsnamen mogelijk. Dit is ter beoordeling in (ARK) mandaat. Voorwaarde is dat de diverse bedrijfsnamen inclusief het logo onderling dezelfde afmeting hebben, dat deze worden geclusterd en dat het gevelvlak waarop de bedrijfsnamen worden voorzien rondom de reclame minstens 100 cm zichtbaar blijft.

Gebouwen die verscholen liggen op een bedrijventerrein en die van een sobere, doelmatige bedrijfsarchitectuur zijn mogen zich ruimer presenteren naar de openbare weg, onder voorwaarde dat:

1. het gebouw waarop de reclame wordt geplaatst van een eenvoudige terughoudende architectuur is en waarvan de gevels vlak zijn uitgevoerd zonder te zijn voorzien van architectuuronderdelen die door de reclame aan het zicht kunnen worden onttrokken;
2. de reclame wordt uitgevoerd in losse letters;
3. het gebouw zich presenteert als terughoudende achtergrond van de reclame.

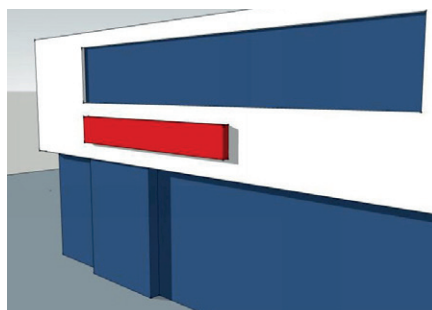
Dit is ter beoordeling in (ARK) mandaat.

2.4.2.2 ENKELZIJDIGE LICHTBAKKEN

Regel (handboek model 5):  [Zie handboek pag. 50](#)

Reclame verwerkt in een enkelzijdige lichtbak beperkt tot een enkele aanduiding in de voorgevel direct boven de entree, met een maximale lengte van 1/5 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm en een maximale hoogte van 60 cm.

Op hoeken van wegen en op locaties waar een bedrijf zich met meerdere gevels naar de openbare weg presenteert zijn meerdere lichtbakken mogelijk. Aantal 1 per gevel. Afmetingen conform vorenstaand. (zie handboek model 2)



Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de gevel van een bedrijfspand daartoe aanleiding geeft, bijvoorbeeld door de grootschaligheid van het gebouw zijn in beginsel enkelzijdige lichtbakken van andere afmetingen en aantallen mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Voorwaarde is dat de vorm, afmeting en plaats van de lichtbak de ritmering en gevelcompositie van de architectuur niet wordt verstoord. In beginsel 1 lichtbak per gevel.

Wanneer in een bedrijfspand meerdere bedrijven (bedrijfsverzamelgebouw) zijn gevestigd is plaatsing van meerdere lichtbakken mogelijk. Dit is ter beoordeling in (ARK) mandaat. Voorwaarde is dat de diverse lichtbakken onderling dezelfde afmeting hebben, dat deze worden geclusterd en dat het gevelvlak waarop de bedrijfsnamen worden voorzien rondom minstens 100 cm zichtbaar blijft.

Daar waar voor een bedrijventerrein op basis van een standaard (uniform model) een op de stedenbouwkundige samenhang gericht ontwerp door de ARK is goedgekeurd.

2.4.2.3 RECLAMEDOEKEN GESPANNEN TUSSEN METALEN FRAMES

Regel (handboek model 4):  Zie handboek pag. 49

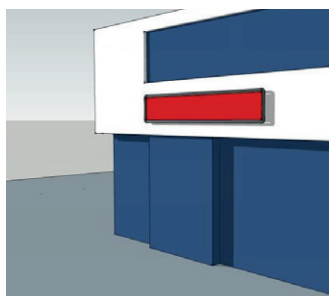
Reclame verwerkt op een doek beperkt tot een enkele aanduiding in de voorgevel direct boven de entree, met een maximale lengte van 1/5 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm en een maximale hoogte van het reclamedoek van 60 cm.

Op hoeken van wegen en op locaties waar een bedrijf zich met meerdere gevels naar de openbare weg presenteert zijn meerdere reclames. Aantal 1 per de zich naar de openbare weg oriënterende gevel.

Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de gevel van een bedrijfspand daarvoor ruimte laat, bijvoorbeeld door de grootschaligheid van het gebouw zijn in beginsel reclamedoeken in metalen frames van andere afmetingen en aantallen mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Dit is ter beoordeling in (ARK) mandaat. Voorwaarde is dat de vorm, afmeting en plaats van het metalen frame de ritmering en gevelcompositie van de architectuur niet verstoort. In beginsel 1 frame per gevel.

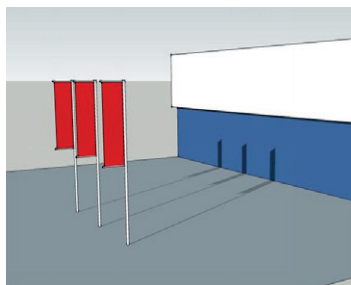
Op hoeken van wegen en op locaties waar een bedrijf zich met meerdere gevels naar de openbare weg presenteert zijn meerdere frames mogelijk. Aantal 1 per de zich naar de openbare weg oriënterende gevel.



2.4.2.4 VLAGGEN MET COMMERCIELE RECLAME 'OP' HET BEDRIJSTERREIN

Regel (handboek model 4):  Zie handboek pag. 49

Maximaal 3 stuks per bedrijfsvestiging met een maximale omvang van uitgelegd 300 x 75 cm. Vlaggenmasten moeten worden gegroepeerd, maximaal 300 cm hart op hart. Plaatsing bij de entree van bedrijfsterrein.



Wanneer in een bedrijfspand meerdere bedrijven (bedrijfsverzamelgebouw) zijn gevestigd zijn meerdere vlaggen, maximaal 6, met commerciële reclame toegestaan.

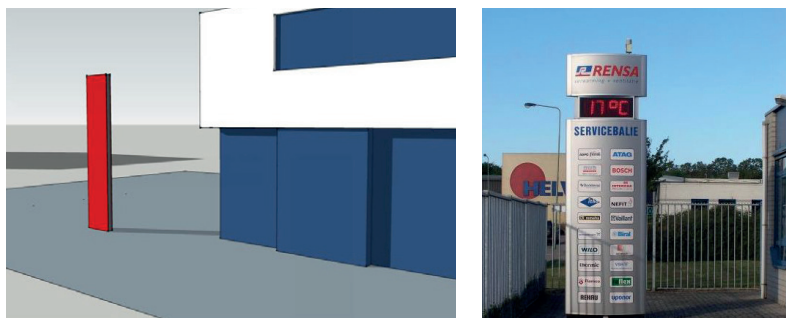
Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de terreinsituatie daarvoor ruimte laat door zijn grootschaligheid waardoor de reclame spreekwoordelijk in het niet zal vallen zijn meer dan drie vlaggenmasten mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Ter beoordeling in (ARK) mandaat.

2.4.2.5 RECLAMEZUILEN

Regel (handboek model 2):  [Zie handboek pag. 47](#)

Een enkele zuil vrijstaand van het bedrijfsgebouw, afmeting maximaal 20 cm (dik) x 120 cm (breed) x 350 cm hoog. Plaatsing bij de entree van bedrijfsterrein.

**Uitzondering (maatwerk):**

Wanneer het bedrijfsterrein daarvoor ruimte laat, bijvoorbeeld door de grootschaligheid van het complex zijn in beginsel reclamezuilen van andere afmetingen alsmede aantallen mogelijk. Dit is ter beoordeling van de ARK. Voorwaarde is dat de massa, vormgeving en situering is gerelateerd aan de bouwmassa, vormgeving en situering van het representatieve deel van het (de) bedrijfsgebouw(en).

2.4.2.6 FOLIERECLAME ACHTER HET GLAS**Regel:**

Reclame in de gevel kan worden vervangen door reclame in de vorm van plakfolie achter de beglazing. Per gevel is een enkel reclamevlak mogelijk. Hoogte van het vlak is maximaal 2/5 van het glasvlak waartegen deze wordt geplaatst met een maximum van 75 cm. Bedrijfsnaam niet langer dan 1/3 van glasvlak.

Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de gevel van een pand daarvoor ruimte laat, door zijn grootschaligheid waardoor de reclame spreekwoordelijk in het niet zal vallen zijn langere en/of hogere bedrijfsnamen mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Dit is ter beoordeling in (ARK) mandaat.

Blinderen van glasvlakken

Blinderen van glasvlakken met product tonende sferbeelden (grafisch of in fotovorm) door middel van plakfolies met daarop handelsreclame is in beginsel niet toegestaan. Alleen wanneer het architectonisch concept niet wordt aangetast is dit bespreekbaar. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van een architectonisch ontwerp. Dit is ter beoordeling in (ARK) mandaat.

2.4.2.7 RECLAMEPANELEN (ALLEEN IN DE BINNENGEBIEDEN)

Regel:

Reclame verwerkt op een paneel in de vorm van losse letterelementen of plakfolie beperkt tot een enkele aanduiding in de voorgevel direct boven de entree. De maximale lengte van het bord wordt bepaald door de reclametekst + 20 cm, reclametekst 1/5 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm en een maximale hoogte van 60 cm.

Op hoeken van wegen en op locaties waar een bedrijf zich met meerdere gevels naar de openbare weg presenteert zijn meerdere reclames. Aantal 1 per de zich naar de openbare weg oriënterende gevel.

Uitzondering (maatwerk):

Wanneer de gevel van een bedrijfspand daarvoor ruimte laat, bijvoorbeeld door de grootschaligheid van het gebouw zijn in beginsel reclamepanelen in metalen frames van andere afmetingen en aantallen mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Ter beoordeling in (ARK) mandaat. Voorwaarde is dat de vorm, afmeting en plaats van het paneel de ritmering en gevelcompositie van de architectuur niet verstoort. In beginsel 1 paneel per gevel.

Op hoeken van wegen en op locaties waar een bedrijf zich met meerdere gevels naar de openbare weg presenteert zijn meerdere panelen mogelijk. Aantal 1 per de zich naar de openbare weg oriënterende gevel.

2.4.2.8 GEBIEDSSTANDAARD

Bij bedrijventerreinen en winkelcentra bestaat de mogelijkheid om binnen het begrippenkader van 'de trendsetter' een gebiedsstandaard te ontwikkelen. De trendsetter is alleen van toepassing als het betreffende gebied stedenbouwkundige en/of architectonische samenhang vertoont. Hierdoor is het mogelijk vernieuwende en kwalitatieve reclames op basis van de uitzonderingsregels te vergunnen. De ARK moet over dit plan positief hebben geadviseerd. Vervolgens zal dit als nieuw model worden toegevoegd aan het Handboek Reclame. Hierdoor krijgt gebiedseigen aanpak aandacht en het reclamebeleid een dynamisch karakter.

Gebiedsstandaarden:

- Gardenz.
-

2.4.2.9 WINKELCENTRA IN DE WERKGEBIEDEN

Voor winkelcentra in de werkgebieden gelden dezelfde criteria als voor de werkgebieden.

2.4.3 WOONGEBIEDEN

In deze gebieden met een woonfunctie zijn reclames slechts incidenteel toegestaan bij woningen met bijvoorbeeld een praktijkruimte of bij woningen van zogenoemde ZZP – ondernemingen.

2.4.3.1 RECLAMEBORDEN

Regel:

Reclamebord tegen de gevel

Een beperkt bord (0,5 m²) onderkant maximaal 120 cm gemeten vanaf het maaiveld ter plaatste van toegangsdeur. Bij een woning waarbij de toegangsdeur in de zijgevel is gelegen mag het bord in de voorgevel op de hoek van de woning worden geplaatst.

Reclamebord in de voortuin:

Op het voorerf met een maximale afmeting van 0,5 m². Afhankelijk van de situatie mag het bord op steunen worden geplaatst waarbij de bovenkant niet meer dan 120 cm mag bedragen. Bij een situatie waarbij een voetmuur of een haag aanwezig is mag het bord met zijn onderkant maximaal 20 cm boven de voetmuur of haag uitsteken. Het bord moet worden bevestigd aan een hoogwaardige steunconstructie bestaande uit een verzinkt stalen rechthoekig buizen frame.

Uitzondering (maatwerk):

Bij grootschalige bedrijven aangeduid met klasse W, die voorkomen in woonwijken, zoals buurtwinkels, cafés en woongebouwen, waarbij op de begane grond een winkelfunctie en/of kantoorfunctie is ondergebracht, zijn de criteria van toepassing van par. 2.4.1

2.4.3.2 RECLAMEZUILEN (alleen bij de winkelcentra)

Regel:

Een enkele zuil per winkelcentrum, afmeting maximaal 20 cm (dik) x 100 cm (breed) x 250 cm hoog. Onder voorwaarde dat deze qua situering, afmeting, vormgeving, detaillering, materialisering en kleurstelling van esthetische en duurzame kwaliteit is.

Uitzondering (maatwerk):

Wanneer het terrein daarvoor ruimte laat, bijvoorbeeld door zijn grootschaligheid zijn grotere afmetingen mogelijk. Dit geldt ook voor oplossingen die onderdeel zijn van het architectonisch ontwerp. Ter beoordeling in (ARK) mandaat.

2.4.3.3 VLAGGEN MET COMMERCIELE RECLAME (alleen bij de winkelcentra)

Regel:

Maximaal 3 stuks per winkelcentrum met een maximale omvang van uitgelegd 300 x 75 cm. Daar waar meerdere vlaggenmasten komen te staan moeten deze worden gegroepeerd, maximaal 300 cm hart op hart. Plaatsing bij de entree van het winkelterrein.

Voor een winkelcentrum in of de nabijheid van een woonwijk gelden de reclamecriteria van de werkgebieden. Dit met de restrictie dat in beginsel geen masten met reclamevlaggen op het parkeerterrein mogelijk zijn. Alleen wanneer de ligging van het winkelcentrum ten opzichte van de woonomgeving dit toelaat en een afstand van minstens 100 m tussen de vlagopstelling en de woningen is gewaarborgd is een cluster van 3 vlaggen bij de ingang van het terrein mogelijk.

Uitzondering (maatwerk):

Als een winkelcentrum aan meerdere zijden grenst aan de openbare weg zijn meerdere 'gegroepeerde' vlaggenmasten mogelijk met een maximum van 3 stuks per zijde.

Plaatsing van de masten in beginsel ter plaatse van de entree van het winkelcentrum. Als dit geen afbreuk doet aan de omgevingskwaliteit is plaatsing van de vlaggenmasten op een andere plaats dan de entree mogelijk. Ter beoordeling in (ARK) mandaat.

2.4.4 HET LANDSCHAP EN DE STEDELIJKE GROENGEBIEDEN

Hieronder vallen Parken, groengebieden en sportcomplexen (G1), Buitenplaatsen, landgoederen (G2), Boerenhoeven - agrarisch buitengebied (G3) en Natuurgebieden (G4). Het is van belang dat de recreatieve belevingswaarde van het groene en landschappelijke karakter van genoemde gebieden zoveel mogelijk wordt gehandhaafd en zo weinig mogelijk door reclame geschaad wordt. Kleinschalige reclame dient beperkt te blijven tot functioneel gebonden aanduidingen bij boerderijverkoop.

Regel :

Gevelreclame

Één enkele reclame/naamsaanduiding van het sportcomplex op het clubgebouw of tribune bestaande uit losse letters, een enkelzijdige lichtreclamebak maximaal 40 cm hoog en 300 cm lang.

Commerciële reclamepanelen

Reclamepanelen op sportcomplexen met sponsorreclame slechts gericht op het complex, met de reclame niet zichtbaar opgesteld naar de openbare weg (zogenoemde veldreclame).

Bij agrarische bedrijven bij of nabij de toegang van het erf een bord met maximale afmetingen van 100 x 100 cm. Bovenkant bord niet hoger dan 180 cm gemeten ten opzichte van de voet van het aanliggend terrein.

Op het bord mogen, buiten het aanbieden van op het bedrijf geteelde producten, geen andere commerciële aanduidingen staan.

Naambord

Een vrijstaand bord met de naam van het complex zonder commerciële reclame, nabij of bij de toegang van het complex. Een andere locatie is dan slechts bespreekbaar wanneer de toegang naar het complex niet zichtbaar is vanaf de openbare weg. Het naambord moet van esthetische en duurzame kwaliteit zijn. Afmeting bord maximaal 40 cm hoog en 300 cm lang.

Uitzondering:

Vlaggen met sponsorreclame

Bij een sportcomplex maximaal 3 stuks met een maximale omvang van uitgelegd 150 x 75 cm. Daar waar meer dan één vlaggenmasten komt te staan moeten de masten worden gegroepeerd, maximaal 300 cm hart op hart uit elkaar geplaatst.

Commerciële reclamepanelen

Een voorziening op sportcomplexen ten behoeve van het presenteren van sponsorreclame gericht op de openbare weg. Afmeting en constructie zijn afhankelijk van de situatie, dit ter beoordeling in (ARK) mandaat.

2.4.5 COMBINATIES VAN RECLAMES

Zie bladzijde 12, 13, 20 en 21 van het Handboek Reclame.

2.4.6 AFWIJKEN

Uitgangspunt is dat burgemeester en wethouders handelen volgens het beleid, tenzij dat voor belanghebbers gevolgen heeft, die wegens bijzondere omstandigheden onevenredig zijn in verhouding tot de met de criteria te dienen doelen (art. 4:84 Awb). De Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit (ARK) wordt in deze gevallen gevraagd om te adviseren over een voornemen tot afwijking van de richtlijnen. De ARK kan ook op eigen initiatief adviseren om af te wijken van dit beleid.

De ARK brengt hiertoe een gemotiveerd positief welstandsadvies bij plannen die weliswaar strijdig zijn met de genoemde criteria, maar niet strijdig zijn met redelijke eisen van welstand. Dit te beoordelen aan de hand van de algemene welstandscriteria, zoals deze zijn opgenomen in de Nota Ruimtelijke Kwaliteit.

2.5 BUITENSPORIGE RECLAMES

Zie de excessenregeling in de Nota Ruimtelijke Kwaliteit.

HOOFDSTUK 3

3 OVERGANGSBEPALINGEN, HANDHAVING & EVALUATIE

3.1 OVERGANGSBEPALINGEN

Alle nieuwe reclames en vervangende/gewijzigde reclames na datum inwerkingtreding van dit beleid moeten voldoen aan de nieuwe criteria. Voor de bestaande reclames, verleende vergunningen en ingediende aanvragen voor de datum inwerkingtreding geldt:

- a. indien de reclame dateert van voor 17 april 2008 geldt een uitsterfconstructie. Bij het vervangen of wijzigen van deze reclame moet de vervangende/gewijzigde reclame voldoen aan het nieuwe beleid.
- b. deze regeling is niet van toepassing op niet-vergunnende reclames van voor 17 april 2008 die zijn aan te merken als buitensporig zoals omschreven onder 2.5 (excessenregeling). Tegen dergelijke reclames wordt handhavend opgetreden.

3.2 HANDHAVING

Het doel van handhaving is dat gestelde regels ten aanzien van reclames ook daadwerkelijk worden nageleefd. Handhaving bestaat uit twee elementen, te weten:

- het houden van toezicht en het uitvoeren van controles, en
- het daadwerkelijk optreden in het geval regels worden overtreden.

In geval van overtredingen is het bestuur in de regel gehouden om handhavend op te treden. Dit kan door middel van strafrechtelijk optreden of door het opleggen van een bestuursrechtelijke (herstel)maatregel. De ervaring leert dat een gecombineerde aanpak een meerwaarde heeft.

Om een zo groot mogelijk effect te bewerkstelligen wordt gekozen voor een combinatie van het strafrechtelijke- en bestuursrechtelijke instrumentarium. Dit betekent dat bij niet naleving van de regels ten aanzien van reclames een proces-verbaal (boete) kan worden opgemaakt en/of een last onder dwangsom/bestuursdwang kan worden opgelegd. Voor welk instrumentarium wordt gekozen, de hoogte van een eventuele dwangsom en de duur van de begunstigingstermijn is afhankelijk van de aard van de overtreding en de omstandigheden van het geval.

Informatie ten aanzien van de borging van de uitvoering van toezicht en handhaving:

3.3 EVALUATIE

Evaluatie van het Reclamebeleid maakt onderdeel uit van de evaluatie van de Nota Ruimtelijke Kwaliteit.

Bijlagen:

- 01 Gebiedskaarten
- 02 Handboek Reclame
- 03 Gebiedsstandaard Gardenz
- 04 Handboek Ligne

Begrenzingskaart centra

Reclamebeleid Nota Ruimtelijke kwaliteit





Handboek Reclame

Nota Ruimtelijke kwaliteit



INLEIDING

Handboek Reclame (reclamegids voor handelsreclame aan of bij gebouwen)

De gemeente Stitard - Geleen investeert in een aantrekkelijke stad om te wonen, te werken en te ondernemen. Dit doet de gemeente natuurlijk niet alleen, maar samen met bewoners instellingen en bedrijven. In het streven naar ruimtelijke kwaliteit en duurzaamheid een goed stedelijk klimaat spelen reclames een belangrijke rol. Reclames beïnvloeden het stadsbeeld. Het bestuur hecht derhalve aan regels die sturing geven aan het toepassen van reclames en hanteert een stringente reclamevoering als uitgangspunt.

Reclames zijn omgevingsvergunningplichtig en dienen te voldoen aan deze regels.

Voor een aantal bijzondere gebieden (centra en kleine kernen en bedrijventerreinen) is derhalve een handboek reclame (reclamegids) samengesteld met voorbeelden van handelsreclame aan of bij bedrijfsgebouwen. De reclamevoorbeelden in dit boek zijn zonder meer passend in het stadsbeeld en voldoen aan de reclameregels. Indien u een dergelijke reclame aanvraagt verkrijgt u hiervoor spoedig een vergunning. Het handboek is door de gemeente Sittard - Geleen speciaal ontwikkeld voor en met ondernemers en vastgoedeigenaren en is gratis af te halen bij de balie bouwen in het voormalig stadhuis te Geleen. Daarnaast is het handboek te verkrijgen bij het Ondernemerscontact van de gemeente.

In een oogopslag duidelijk (regels, plaatsing, vormgeving, afmetingen)

In het kader van lastenverlichting voor ondernemers, biedt het handboek een duidelijk en gevisualiseerd overzicht van de regels en mogelijkheden aan handelsreclame aan of bij gebouwen. Het handboek geeft bovendien tips over het aanbrengen en de uitvoering van reclames met uitgebreide voorbeelden op tekeningen en foto's. Het handboek maakt onderscheid tussen reclames tegen de gevel, tegen of onder een luifel en reclames in of voor winkelpuien. Voor reclames die afwijken van de voorbeelden in het handboek en de specifieke criteria in het reclamebeleid en waarvoor geen vergunning is verleend, kan de gemeente handhavend optreden.

De handboekbenadering

Het handboek is een catalogus met standaardoplossingen die zich in de praktijk hebben bewezen en waarvan gebleken is dat deze passen in het stadsbeeld.

Voldoet de reclamevoering van een onderneming aan een van de voorbeelden/modellen, dan voldoet deze aan redelijke eisen van welstand en kan de formele toets van de Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit (voorheen welstands- en monumentencommissie) achterwege blijven en de omgevingsvergunning spoedig worden verleend. Dit levert voor de ondernemer tijdwinst op.

Wijkt de reclamevoering van een onderneming af van de voorbeelden en biedt het handboek geen standaardoplossing(en) dan is er nog de mogelijkheid om op basis van de specifieke criteria te bekijken of maatwerk mogelijk is. In bijzondere gevallen is beoordeling in (ARK) mandaat nodig. Dit vergt een langere procedure voor de ondernemer.

De Trendsetter

Bij de handboekbenadering speelt de trendsetter een belangrijke rol. Als een reclamevoorstel gebaseerd op de specifieke criteria in het reclamebeleid wordt goedgekeurd voldoet deze aan redelijke eisen van welstand en kan deze als nieuw goed voorbeeld worden opgenomen in het handboek.

Dit is redelijk en komt tegemoet aan de eisen van rechtsgelijkheid. De Trendsetter is daardoor een goed instrument om nieuwe ontwikkelingen te ondersteunen en voor het levend houden van het reclamebeleid en de Nota Ruimtelijke Kwaliteit. Goede voorbeelden uit het verleden worden zo de voorbeelden van de toekomst.

Reclamebelasting

Voor het voeren van bedrijfsreclame moet reclamebelasting worden betaald. De hoogte van de belastingheffing hangt af van het formaat van de uiting of het object. De gemeenteraad stelt de belasting bij verordening vast. De inning verloopt via de Belastingssamenwerking Gemeenten en Waterschappen (BsGW).

Monumenten

De voorbeelden in dit handboek gelden in 'beginsel' niet voor monumenten. Alle monumenten zijn uniek en verschillend. Bij monumenten is daarom altijd sprake van maatwerktoetsing.

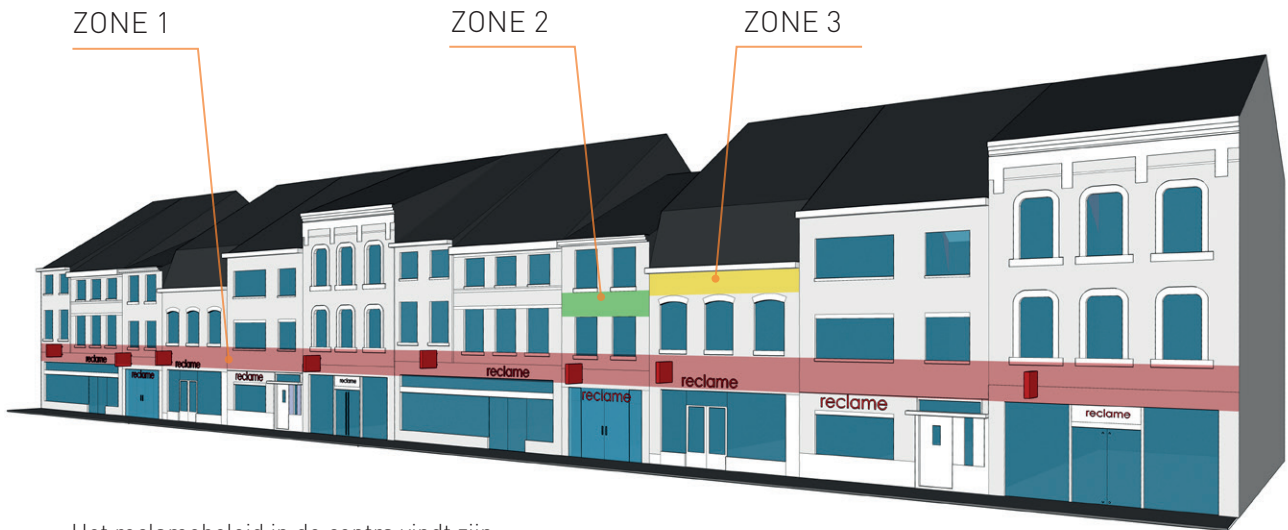
Relatie met reclamebeleid

De modellen in het handboek corresponderen met de criteria die in het reclamebeleid zijn aangeduid met regel (handboek). De criteria van de handboekmodellen vormen samen met de criteria die in het reclamebeleid zijn aangeduid met "uitzondering (maatwerk)" het kader waar reclameaanvragen aan worden getoetst.

Toezicht en handhaving

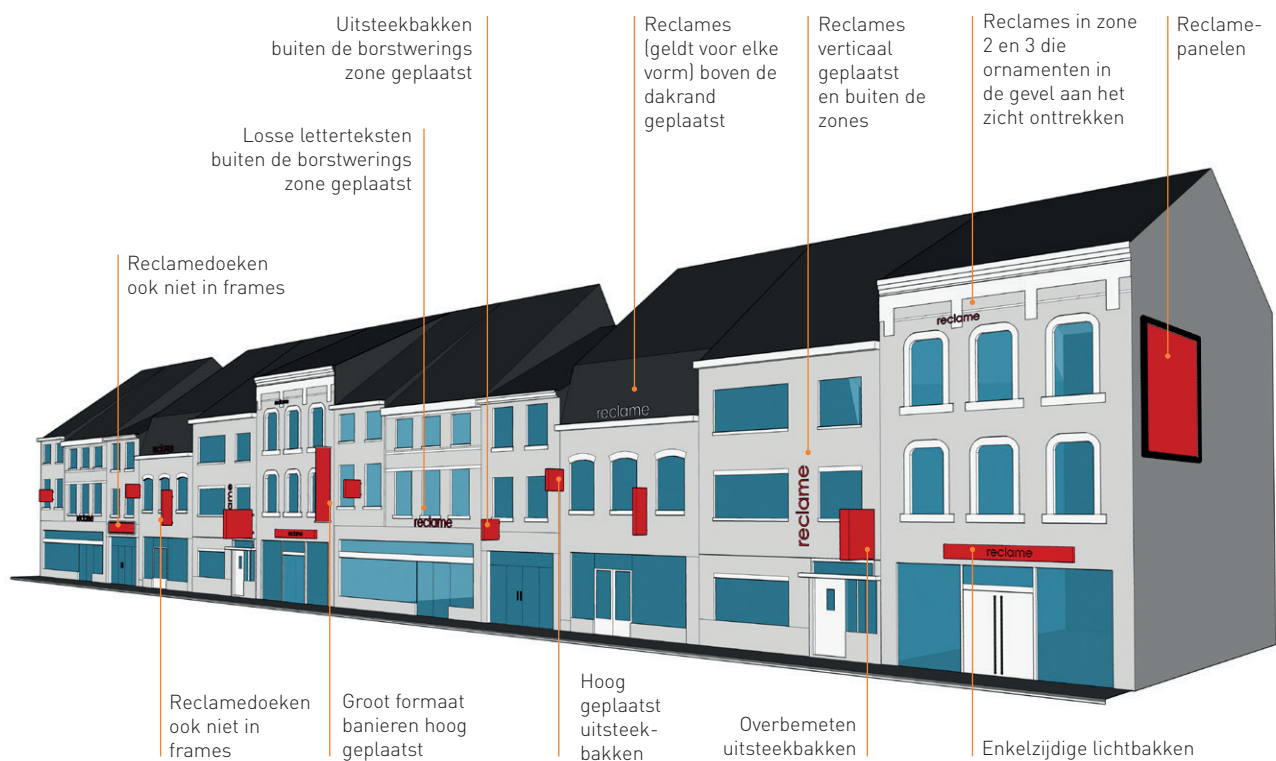
Tegen reclames die afwijken van het reclamebeleid en waarvoor geen vergunning is verleend, kan de gemeente handhavend optreden.

RECLAMEVOERING CONFORM HET RECLAMEBELEID



Het reclamebeleid in de centra vindt zijn basis in een ordening van reclameobjecten. Uitgangspunt is dat reclames, enkele uitzonderingen daargelaten, in een zone op de overgang tussen de begane grond en de verdieping worden geplaatst. Bovenstaand beeld illustreert wat wordt bedoeld.

RECLAMEVOERING IN STRIJD MET HET RECLAMEBELEID



Met het reclamebeleid voor de centra wordt voorkomen dat reclameobjecten het straatbeeld gaan domineren en het zicht op de gevels van de historische binnenstad wordt belemmerd. Bovenstaand beeld laat zien welke reclameobjecten in de centra niet zijn toegestaan.

RECLAMEVORMEN CENTRA

In het handboek zijn verschillende vormen van reclame opgenomen. Deze voldoen zonder aan de eisen van welstand. Uit de voorbeelden kan de ondernemer bij het aanvragen van een omgevingsvergunning voor handelsreclame een keuze maken. Het aantal voorbeelden is niet uitputtend. Wanneer een onderneming wil bekijken of een andere vorm van reclame mogelijk is dan staat het haar vrij om op basis van de criteria die in het reclamebeleid zijn aangeduid met uitzondering (maatwerk) een aanvraag voor te leggen aan de ARK (advies commissie ruimtelijke kwaliteit).

tegen de gevel



Model 1:
Losse letters tegen de gevel



Model 2:
Uitsteekbakken



Model 3:
Reclamevlakken tegen de gevel



Model 4:
Losse letters voor winkelpui



Model 5:
Reclamevlakken in of op de gevel

ACHTER DE WINKELPUI



Model 6:
Reclamevlakken achter de winkelpui



Model 7:
Reclamevlakken achter de winkelpui in foliereclame

TEGEN OF ONDER DE LUIFEL



Model 8:
Reclame tegen de luifel



Model 8:
Reclame onder de luifel

MODEL 1 RECLAME TEGEN DE GEVEL LOSSE LETTERS

Beschrijving

De reclame in dit model bestaat uit losse letterelementen die met afstandhouders op een vlakke achtergrond worden geplaatst. Combinatie van de reclametekst met een los logo element is mogelijk mits de afmeting van de reclame binnen het reclamekader blijft. Verlichting in de reclame is mogelijk mits de bekabeling wordt weggewerkt in een letter verbindende metalen koker. De hoogtemaat van de reclametekst wordt bepaald door de corpshoogte van het gekozen lettertype.

Schematisch



Reclametekst met logo

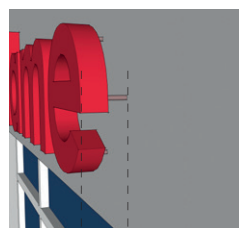


Reclametekst zonder logo



Zone 3

Zone 2



max. 15 cm



max.
30 cm

maximaal
50 cm
corpshoogte

2/3 gevelbreedte met maximum van 300 cm



max.
40 cm

2/3 gevelbreedte met maximum van 300 cm

Regels

Aantal:

Maximaal één per gevel van de winkelvestiging

Afmeting:

2/3 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm

Hoogte:

Maximale hoogte 40 cm bij hoofdletters en 30 cm (corpshoogte 50 cm) bij kleine letters.

Uitsteekmaat:

Maximaal 15 cm uit de gevel

Zone:

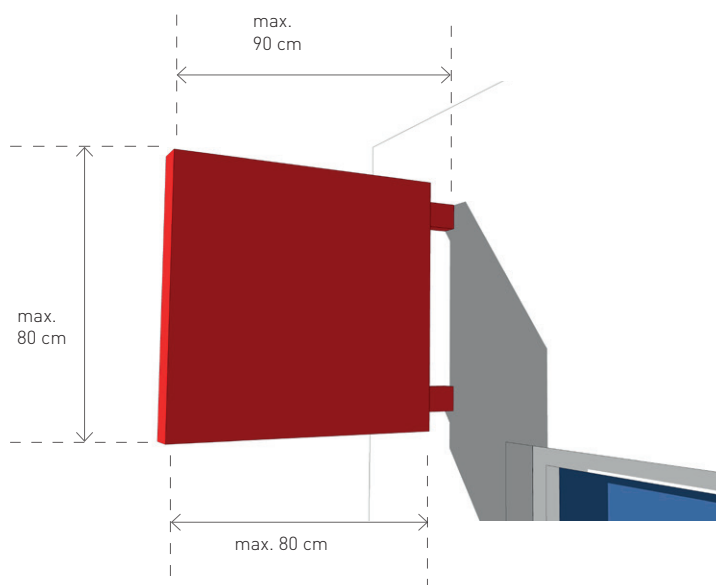
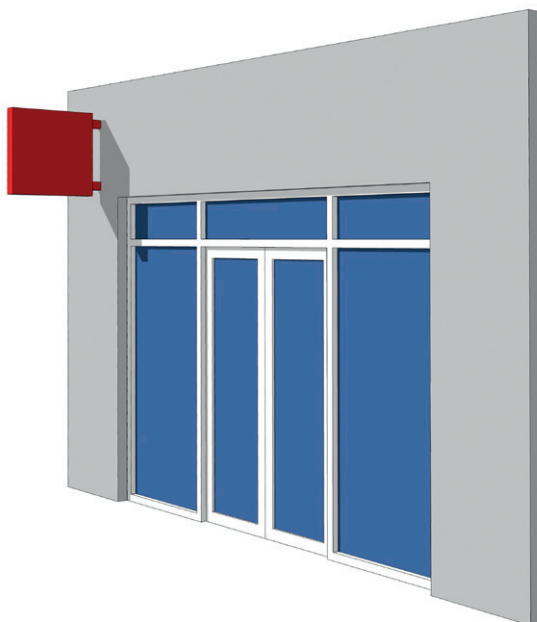
Zone 1, overgang begane grond - verdieping, incidenteel zone 2 of 3



MODEL 2 RECLAME TEGEN DE GEVEL DUBBELZIJDIGE HAAKSE RECLAME

Beschrijving

Klanten zien uw winkel veel vaker van opzij dan frontaal. Dubbelzijdige haakse lichtreclame is dan een effectieve manier van reclame. De afmeting van de reclamebak is aan maximale maten gebonden. De vorm van de bak is vrij mits deze binnen de maximale maten blijft.



Regels

Aantal:

Maximaal één per 6 meter
winkelbreedte

Afmeting:

80 x 80 cm maximale uitsteekmaat
90 cm

Dikte:

Maximaal 12 cm

Zone:

Zone 1, overgang begane grond -
verdieping

Voorbeelden



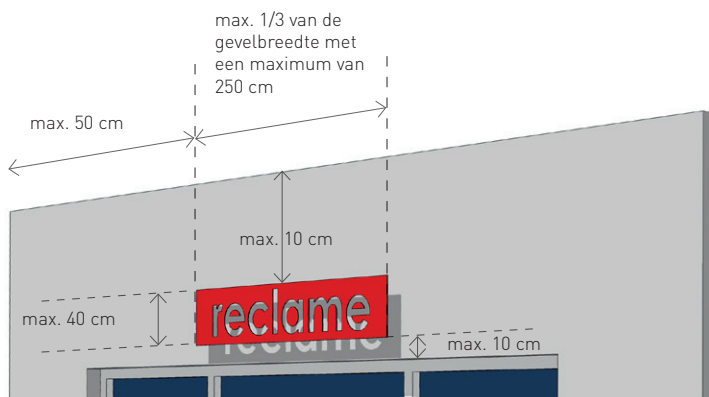
MODEL 3 RECLAME TEGEN DE GEVEL RECLAMEVLAKKEN

Beschrijving

Sommige ondernemingen presenteren hun huisstijl op een reclamevlak. Hoewel een reclame uit losse letters de voorkeur heeft is dit een goed alternatief mits de reclame van een goede kwaliteit is. Vanwege het gesloten karakter is de afmeting van het reclamevlak kleiner dan dat van de losse letterreclame. Bij enkelzijdige lichtbakken betekent dit dat de bak uit een stuk en een materiaal moet zijn gemaakt en dat deze door middel van een console op afstand van de gevel wordt geplaatst.

Variant 1

Metaal of kunststof paneel met uitgefreesde (negatief letters)



Console in donkere kleur min. 30 mm terugliggend t.o.v. lichtbak

Variant 2

Enkelzijdige lichtbak



Variant 3

Paneel met opgelegde letters



Regels

Aantal:

Maximaal één per gevelvlak

Afmeting:

maximaal 1/3 van de gevelbreedte met een maximum van 250 cm

Hoogte:

Maximale hoogte 40 cm

Uitsteekmaat :

Maximaal 15 cm.

Zone:

Zone 1, overgang begane grond - verdieping

Tekst:

Uitgefreesde letters, opliggende losse letters evt. gecombineerd met een logo

Voorbeelden



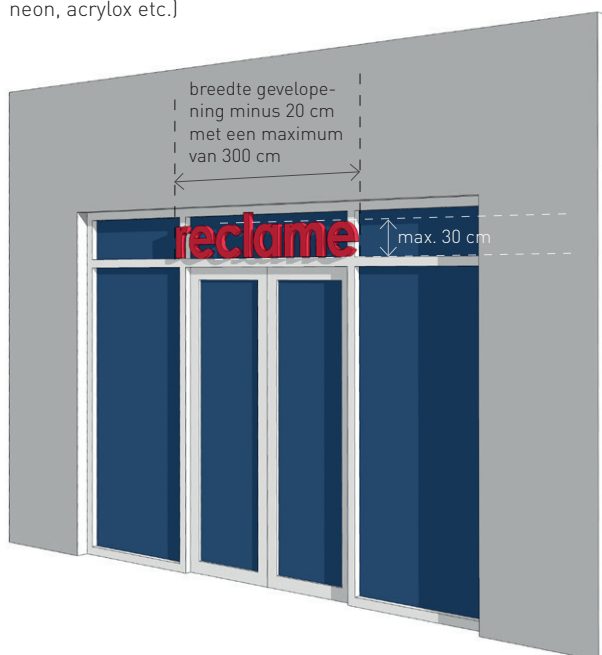
MODEL 4 RECLAME TEGEN DE GEVEL LOSSE LETTERS VOOR DE WINKELPUI

Beschrijving

Soms leent de gevel zich niet voor het voeren van reclame en de winkelpui wel. Losse letterelementen is dan een van de mogelijkheden om reclame te voeren. Bij losse letters is de indeling van de winkelpui minder bepalend voor de afmeting van de reclame.

Schematisch

Losse letters (doosletters, neon, acrylox etc.)



Reclametekst inclusief logo



Regels

Aantal:

Maximaal één per winkel bij voorkeur boven de entree

Afmeting:

Bij losse letters de breedte van de gevelopening minus 20 cm met een maximum van 300 cm

Hoogte:

Maximale letterhoogte 30 cm en een corphoogte van maximaal 50 cm

Uitsteekmaat:

Maximaal 15 cm voor de pui

Voorbeelden



MODEL 5 RECLAME TEGEN DE GEVEL RECLAMEVLAKKEN OP OF IN DE WINKELPUI

Beschrijving

Reclame in de vorm van reclamevlakken op of in de winkelpui is op verschillende manieren mogelijk. Er zijn diverse uitvoeringen (zie de schematische weergave). Bepalend voor de vorm van de reclame is de indeling van de winkelpui.

Schematisch



Variant 1

Reclamepaneel met opgelegde losse letters

Variant 2

Enkelzijdige lichtbak met opgelegde losse letters of uitgefreesde letters



Variant 3

Lichtbak met opgelegde losse letters of uitgefreesde letters

Variant 4

Reclamepaneel in de pui



Variant 5

Reclamebak uit een stuk met uitgefreesde letters in het bovenlicht.

Regels

Aantal:

Maximaal één per winkel bij voorkeur boven de entree.

Afmeting:

De afmeting van het reclamevlak wordt bepaald door de vorm, indeling en afmeting van de winkelpui. De reclametekst (inclusief logo) mag maximaal 2/3 van de breedte van het reclamevlak bedragen met een maximum van 300 cm.

De teksthoogte mag maximaal 50 cm zijn die wordt bepaald door de corsphoogte van het gekozen lettertype. De afmeting van het logo moet daarbij aansluiten.

Tekst:

Uitgefreesde letters, opliggende losse letters evt. gecombineerd met een logo

Uitsteekmaat:

Panelen maximaal 8 cm, lichtbakken maximaal 15 cm

Voorbeelden

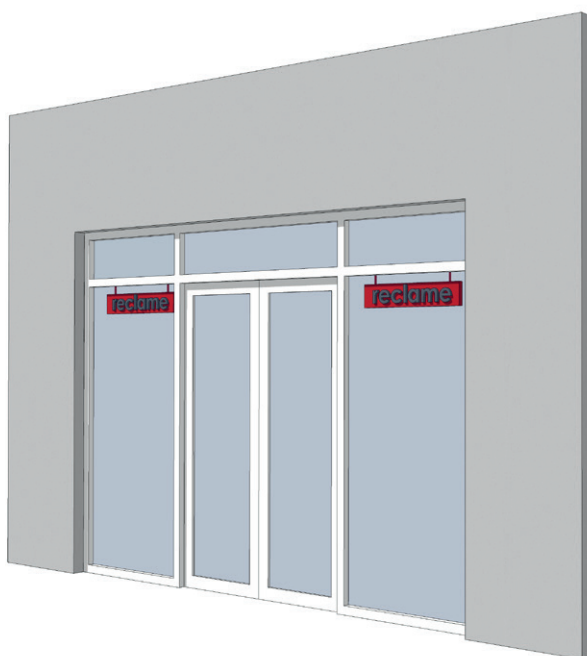


MODEL 6 RECLAME TEGEN DE GEVEL RECLAME 'ACHTER' DE WINKELPUI

Beschrijving

Als de gevel geen ruimte biedt voor reclame en de winkelpui volledig uit glas bestaat is er een mogelijkheid om achter het glas reclame te maken. Met name bij monumentale panden is een dergelijke vorm van reclame een goed alternatief.

Schematisch



Regels

Aantal:

Maximaal twee per winkel.

Afmeting:

De afmeting per reclamevlak is maximaal 30 x 80 cm

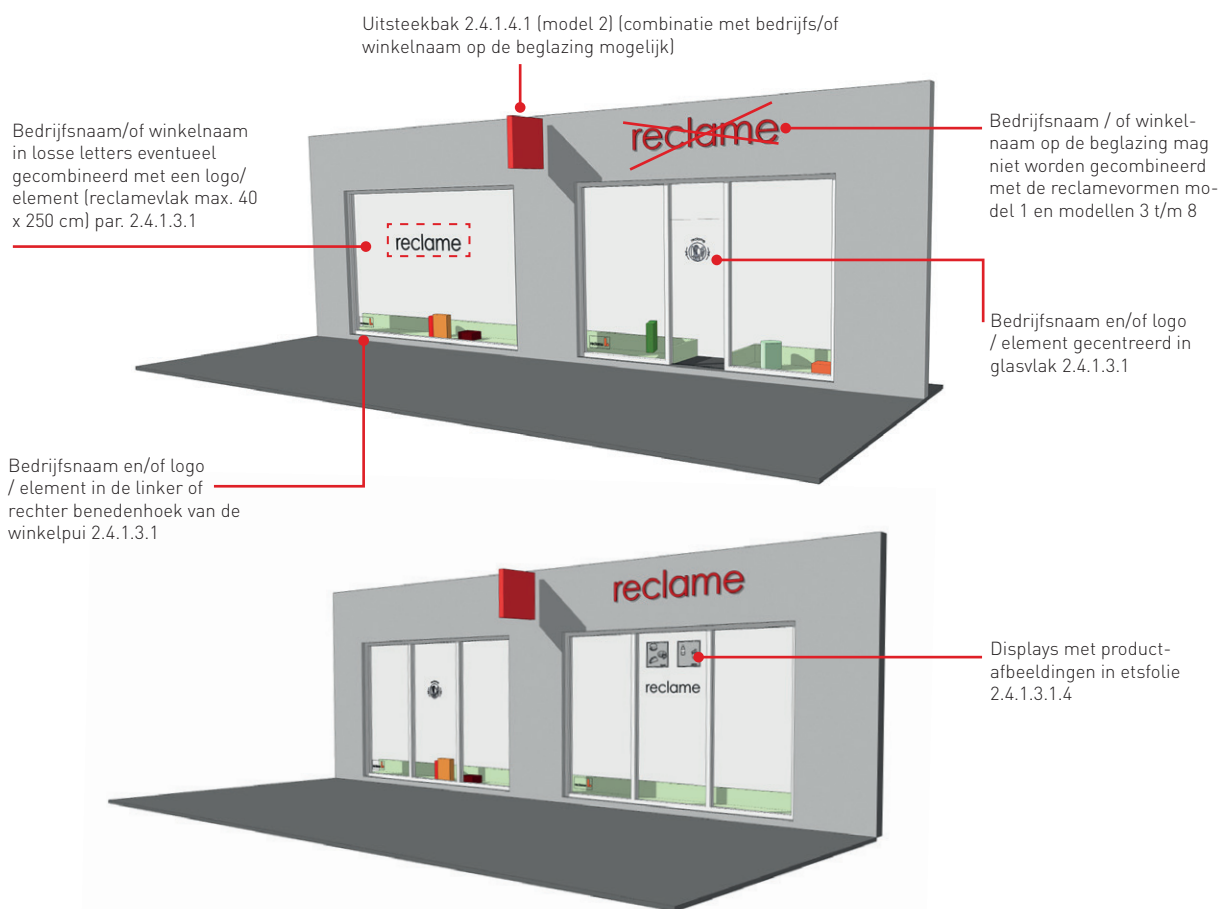
Voorbeeld



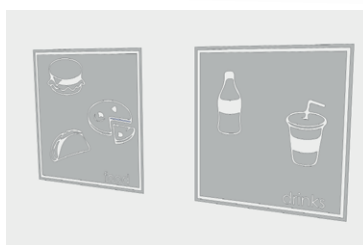
MODEL 7 RECLAME ACHTER DE WINKELPUI FOLIERECLAME ACHTER DE BEGLAZING

Beschrijving

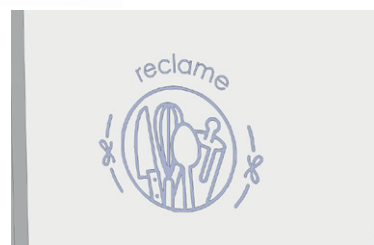
Overdaad aan reclame werkt al gauw overheersend in het stadsbeeld. De regels in het reclamebeleid zijn daarom in de centra toegespitst op ordening, eenmaligheid en kwaliteit. Voor de ondernemers is dit vaak te beperkend, vooral wanneer een zaak meerdere etalages heeft en er de wens is om de bedrijfsreclame te herhalen of om de toegang van de zaak te markeren. Bij sommige bedrijfstakken, zoals eetgelegenheden, is de wens om producten of te leveren diensten op de etalageruit af te beelden. Daarom is het mogelijk om naast de hoofdreclame additionele reclame te voeren in de vorm van plakfolies.



De bedrijfsnaam en/of logo / element in de linker of rechter benedenhoek van de winkelpui.
Vlak max 20 x 30 cm



Displays met productafbeeldingen (bijv. snacks) in etsfolie (effect gestraald glas) met een neutrale licht grijze kleur.
Vlak max 40 x 40 cm



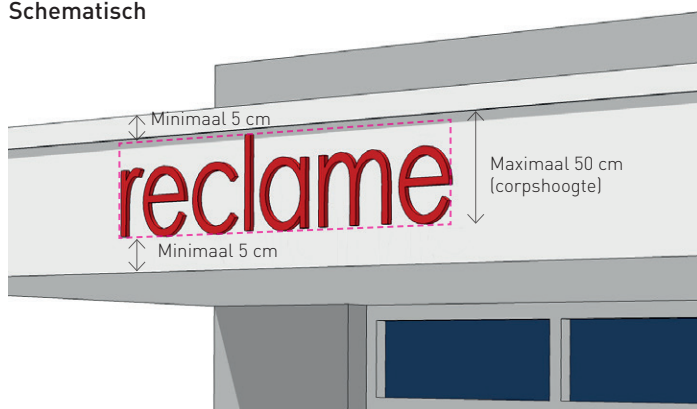
De bedrijfsnaam en/of logo / element gecentreerd in het glasvlak van de winkelpui of toegangsdeur.
Vlak max 40 x 40 cm

MODEL 8 RECLAME ONDER OF TEGEN DE GEVEL

Beschrijving

Bij panden met een luifel is geen gevelvlak aanwezig waar tegen reclame kan worden bevestigd. Alleen de pui en de luifel bieden daarvoor de mogelijkheid. Reclamebakjes onder de luifel bieden winkels de gelegenheid om zich bij het langslopen naar het winkelend publiek toe te presenteren.

Schematisch



Regels

Aantal:

Lichtbakjes onder de luifel

Lichtbakjes afmeting maximaal 30 cm (h) x 80 cm (l) x 15 cm (d) Een bakje per 600 cm winkelpui met een maximum van 3 stuks per gevel. Doorloophoogte onder het bakje minimaal 240 cm.

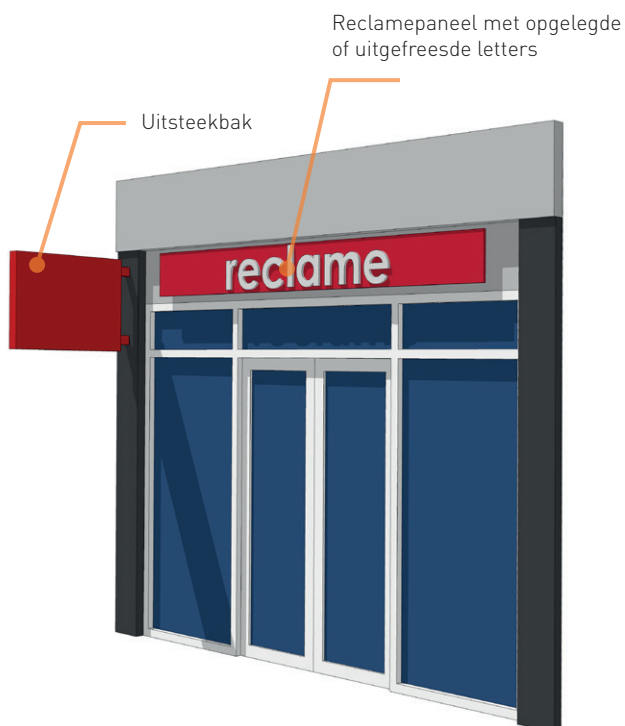
Teksten tegen de luifel

Losse letterelementen eventueel gecombineerd met een logo element. Tekst maximaal 2/3 van de luifellengte met een maximum van 300 cm. Letterhoogte maximaal de luifelhoogte - 10 cm met een maximum van 30 cm, waarbij de letterhoogte wordt bepaald door de corpshoogte (maximaal 50 cm) van het gekozen lettertype.

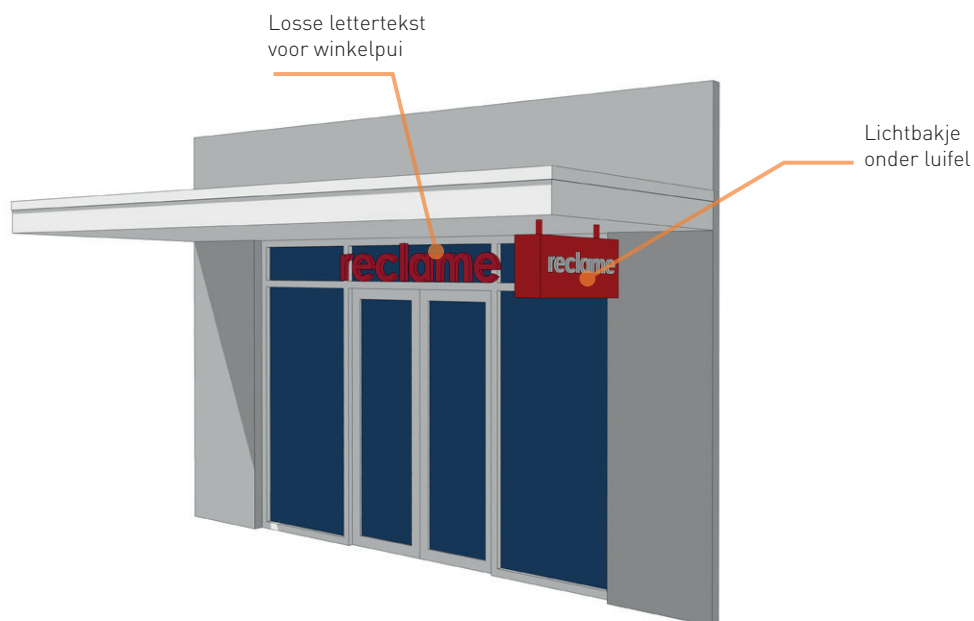
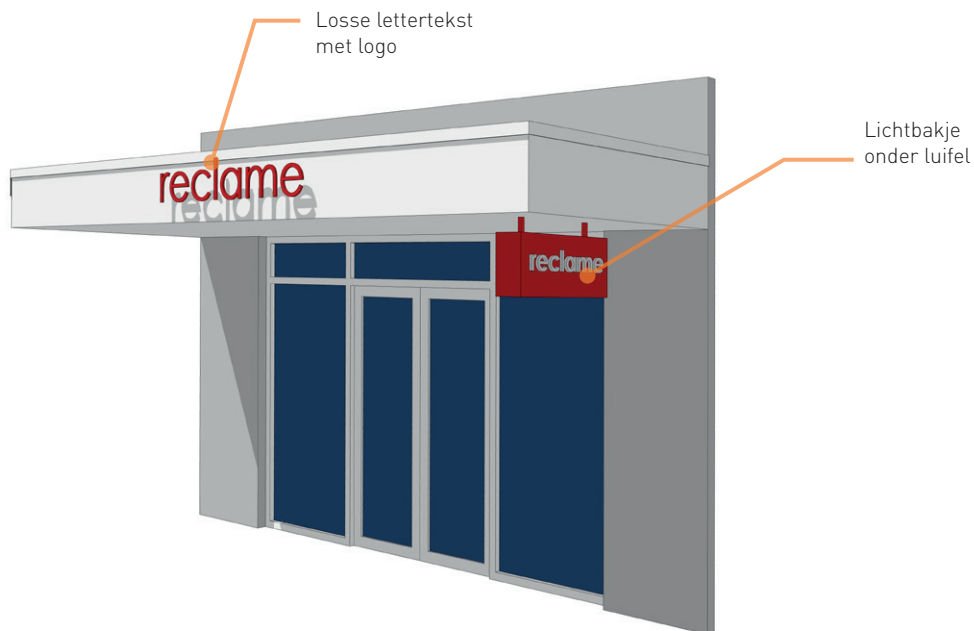
Voorbeelden



VOORBEEDEN COMBINATIES CENTRA



VOORBEELDEN COMBINATIES CENTRA



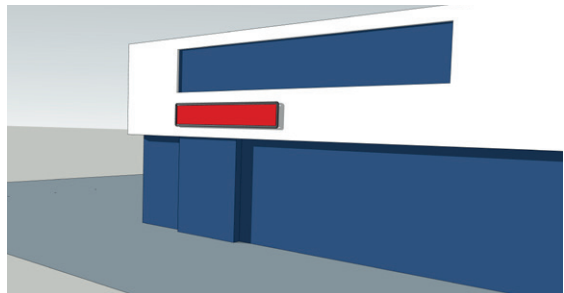
RECLAMEVORMEN WERKGEBIEDEN (BEDRIJVENLOCATIES)

In het handboek zijn verschillende vormen van reclame opgenomen. Deze voldoen zonder aan de eisen van welstand. Uit de voorbeelden kan de ondernemer bij het aanvragen van een omgevingsvergunning voor handelsreclame een keuze maken. Het aantal voorbeelden is niet uitputtend. Wanneer een onderneming wil bekijken of een andere vorm van reclame mogelijk is dan staat het haar vrij om op basis van de criteria die in het reclamebeleid zijn aangeduid met uitzondering (maatwerk) een aanvraag voor te leggen aan de ARK (advies commissie ruimtelijke kwaliteit).

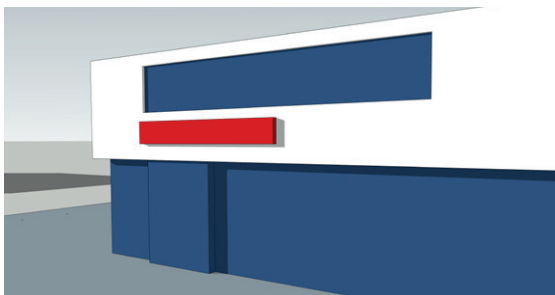
Tegen de gevel



Model 1 Losse letters tegen de gevel

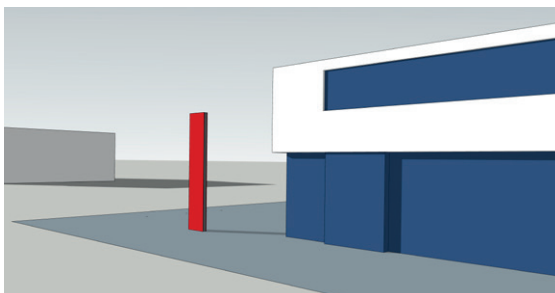


Model 2 Doeken in buizenframes

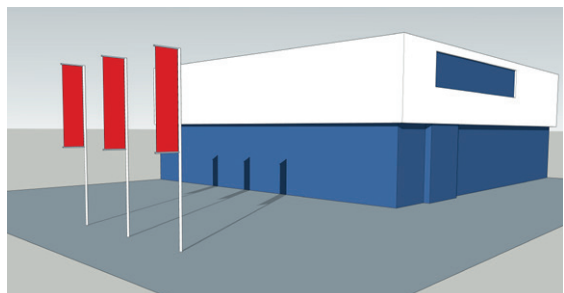


Model 3 Enkelzijdige lichtbakken

Op het bedrijfsterrein



Model 4 Reclamezuilen



Model 5 Vlaggenmasten

MODEL 1 RECLAME TEGEN DE GEVEL LOSSE LETTERS

Beschrijving

De reclame in dit model bestaat uit losse letterelementen die met afstandhouders op een vlakke achtergrond worden geplaatst. Combinatie van de reclametekst met een los logo element is mogelijk mits de afmeting van de reclame binnen het reclamekader blijft. Verlichting in de reclame is mogelijk mits de bekabeling wordt weggewerkt in een letter verbindende metalen koker. De hoogtemaat van de reclametekst wordt bepaald door de corpshoogte van het gekozen lettertype.

Schematisch



Regels

Aantal:

Maximaal 1 naamteksten per gevel van de bedrijfsvestiging muv van panden die zich met meerdere gevels aan de openbare weg grenzen een reclame per gevel.

Afmeting:

1/3 van de gevellengte.

Hoogte:

Letterhoogte maximaal 75 cm. Corpshoogte maximaal 120 cm. De maximale maat van de corpshoogte wordt bepaald door de hoogte van het gesloten gevelvlak waartegen de reclame wordt geplaatst. Maximaal 2/5 van de hoogte van het gevelvlak mag door reclame worden afgeschermd.

Uitsteekmaat:

Maximaal 30 cm.

Voorbeelden

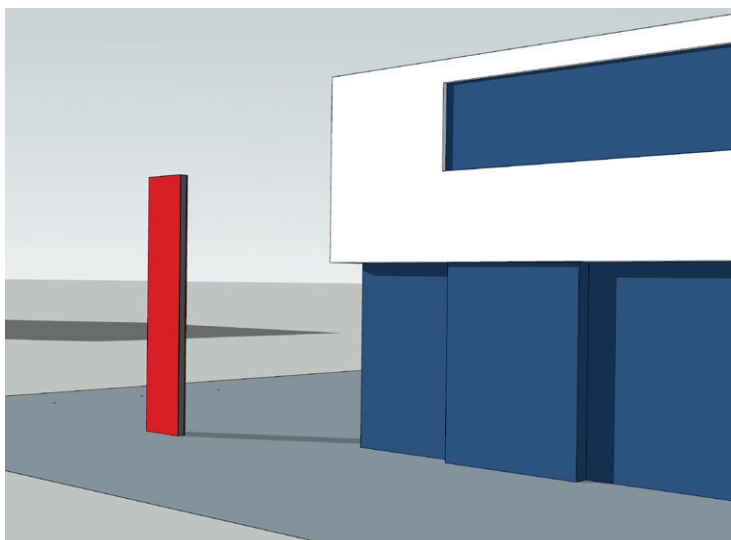


MODEL 2 RECLAME OP HET BEDRIJFSTERREIN RECLAMEZUILEN

Beschrijving

De reclame wordt geplaatst bij de toegang van het bedrijfsterrein. De zuil kan worden voorzien van meerdere reclameaanduidingen. Een reclamezuil is uiterst geschikt om bij bedrijfsverzamelgebouwen de diverse in het bedrijfspand gevestigde bedrijven zich te laten presenteren.

Schematisch



Regels

Aantal:

Maximaal 1 per bedrijfsvestiging

Afmeting:

maximaal 120 (br.) x 350 cm (h.)
x 20 cm (d.)

Voorbeelden

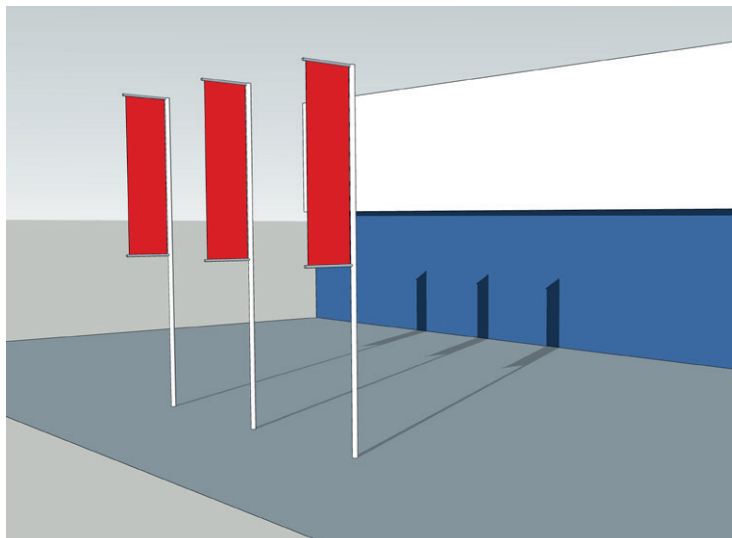


MODEL 3 RECLAME OP HET BEDRIJFSTERREIN VLAGGENRECLAME

Beschrijving

Vlaggenmasten worden bij voorkeur geplaatst bij de toegang van het bedrijfsterrein. Plaatsing gebeurt groepsgewijs. Op de banieren kan de bedrijfsnaam en/of bedrijfsinformatie repeterend of afwisselend worden aangebracht.

Schematisch



Regels

Aantal:

Maximaal 3 masten per bedrijfsvestiging. Masten gegroepeerd geplaatst met een maximale afstand van 300 cm.

Afmeting:

Mast maximaal 600 cm hoog.
Vlagmaat maximaal 300 x 75 cm.

Voorbeelden

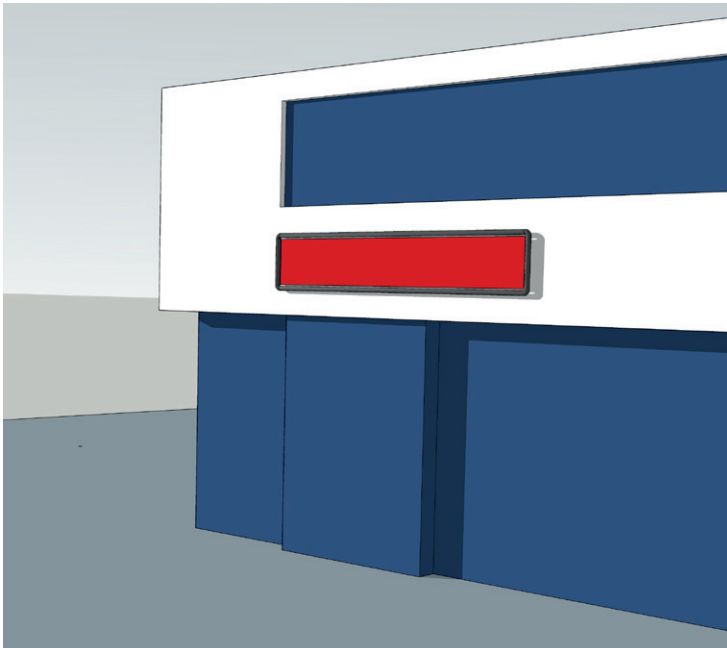


MODEL 4 RECLAME TEGEN DE GEVEL DOEKEN IN BUIZENFRAME

Beschrijving

De reclame in dit model bestaat uit een doek dat is opgespannen tussen een metalen buizenframe. Voordeel van een dergelijke reclamevorm is dat de doeken op een eenvoudige manier kunnen worden uitgewisseld.

Schematisch



Regels

Aantal:

Maximaal 1 frame per gevel muur van panden die zich met meerdere gevels aan de openbare weg grenzen, één reclame per gevel.

Afmeting:

1/5 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm

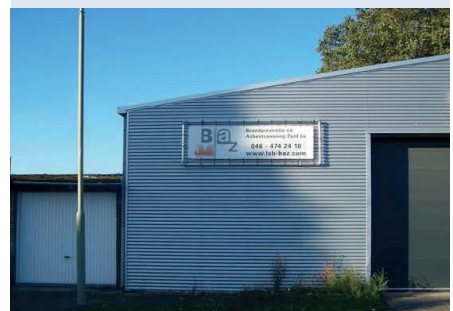
Hoogte:

Maximale hoogte frame 60 cm. De maximale maat van het frame wordt bepaald door de hoogte van het gesloten gevelvlak waartegen het frame wordt geplaatst. Maximaal 2/5 van de hoogte van het gevelvlak mag door het frame worden geblindeerd.

Uitsteekmaat:

Maximaal 30 cm.

Voorbeelden

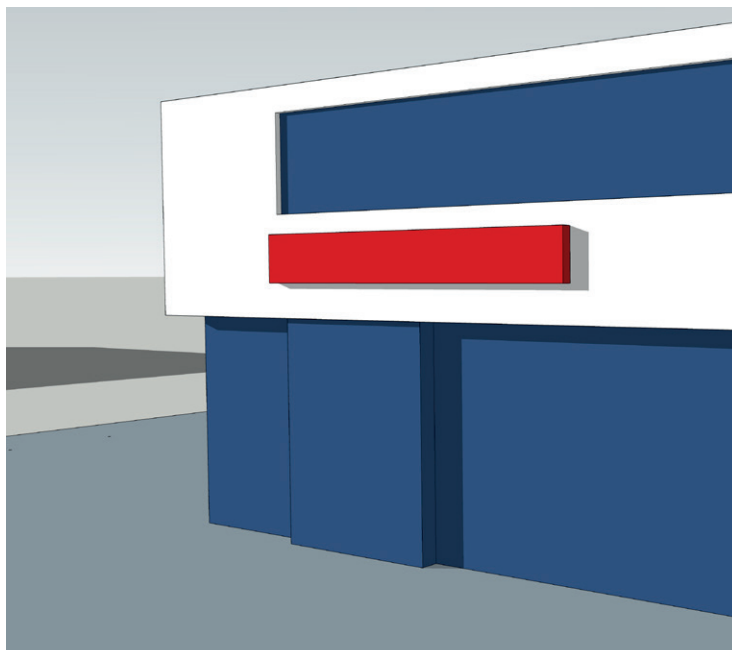


MODEL 5 RECLAME TEGEN DE GEVEL ENKELZIJDIGE LICHTBAKKEN

Beschrijving

De reclame in dit model bestaat uit een enkelzijdige lichtbak.

Schematisch



Regels

Aantal:

Maximaal 1 lichtbak per gevel muur van panden die zich met meerdere gevels aan de openbare weg grenzen, één reclame per gevel.

Afmeting:

1/5 van de gevelbreedte met een maximum van 300 cm.

Hoogte:

Maximale hoogte lichtbak 60 cm. De maximale hoogte wordt bepaald door de hoogte van het gesloten gevelvlak waartegen de bak wordt geplaatst. Maximaal 2/5 van de hoogte van het gevelvlak mag door de lichtbak worden afgeschermd.

Uitsteekmaat:

Maximaal 30 cm.

VOORBEELDEN COMBINATIES BEDRIJVENLOCATIES

