

5 RECLAME CRITERIA

5.1 Inleiding

Waarom reclamecriteria

Reclame is niet weg te denken uit onze moderne samenleving. Via de media worden we dagelijks in contact gebracht met reclameboodschappen maar ook in onze openbare ruimte zijn reclames vaak aanwezig. Uit buitenlandse steden kennen we de voorbeelden dat het beeld van de stad bepaald wordt door alle aangebrachte reclames, zeker 's avonds als alle lichtreclames de gevels daarachter doen verdwijnen.

Waar in Nederland de overheid verantwoordelijk is voor de kwaliteit van de openbare ruimte, is het vanzelfsprekend dat diezelfde overheid regulerend optreedt met betrekking tot reclame in deze openbare ruimte. Zo kan een reclame-uiting omgevingsvergunningplichtig zijn op basis van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo).

De Gemeente Smallingerland toetst een vergunningaanvraag voor een reclame-uiting onder andere aan 'redelijke eisen van welstand'. De grote vraag is natuurlijk, wat zijn redelijke eisen van welstand en wanneer voldoet een reclame-uiting hieraan? Hierover bestaat vaak onduidelijkheid. Daarom hebben het college van burgemeester en wethouders en de gemeenteraad besloten om voor het hele gemeentelijk grondgebied beleidsregels op te stellen. In deze beleidsregels wordt zo concreet mogelijk aangegeven aan welke voorwaarden een reclame-uiting moet voldoen om te passen binnen redelijke eisen van welstand.

Evenals bij een gebouw speelt ook bij reclame de relatie met de (stedenbouwkundige) situatie waarin deze wordt geplaatst en het karakter van die situatie een belangrijke rol. Blijft de zorg voor een goede inpassing van een reclame in zijn omgeving achterwege dan wordt de reclame ervaren als een verstoring van de visuele kwaliteit van de omgeving en kan hij zelfs agressief overkomen. Mede hierom is er gekozen voor een gebiedsgericht beleid. Dit betekent dat voor de verschillende gebieden in de gemeente, zoals, bedrijventerreinen, woongebieden, buitengebied, dorpen, etc. verschillende beleidsregels zijn opgesteld. Elk gebied is immers anders van ruimtelijke kwaliteit.

De reclamerichtlijnen zijn vastgesteld door de gemeenteraad en maken onlosmakelijk onderdeel uit van de Welstandsnota Smallingerland.

Voor de ondernemer heeft reclame een belangrijke betekenis: hij wil een groot publiek bereiken. De consument moet de zaak gemakkelijk kunnen vinden. Reclame-uitingen aan een pand aanbrengen is een behoorlijk kostbare zaak. Tijd is geld en een nieuwe huisstijl of (her)opening van een zaak moet altijd zo snel mogelijk worden gerealiseerd. Duidelijkheid is daarom in ieders voordeel.

Het kost tijd om een vergunning aan te vragen met bijbehorende procedures. Dan is het erg handig als je tevoren weet waar je aan toe bent en dat er vastgestelde regels zijn waar reclames aan moeten voldoen. Dan weet je als ondernemer waar je je aan te houden hebt en ook dat dit net zo goed geldt voor de buurman. Deze zekerheid voor de ondernemer biedt tijdwinst en voorkomt nodeloze irritatie bij alle partijen. De ondernemer kan bovendien zijn reclameadviseur of architect beter instrueren als hij de plaatselijk gewenste sfeer kent. Goede reclame voegt een stuk kwaliteit en sfeer toe aan het straatbeeld en dat is ook weer in het belang van die ondernemer en zijn zaak. Kortom: het vaststellen van regels door het vaststellen van een reclamebeleid biedt alleen maar voordelen. Een steun in de rug in de vorm van gericht advies is daarbij welkom en kan het proces van gevelverbetering versnellen.

Betrokkenheid

Hoewel de gemeente de eindverantwoordelijkheid heeft voor de ruimtelijke kwaliteit van de openbare ruimte, zijn ondernemers, winkeliers, winkelend publiek en bewoners evenals sportverenigingen en anderen evenzogoed verantwoordelijk en belanghebbend.

Natuurlijk willen wij allemaal wonen en werken in een mooie gemeente. Maar wat voor de één mooi is, kan storend zijn voor de ander. Daarom is er voor gekozen om bij het opstellen van het beleid de samenwerking met zo veel mogelijk verschillende belanghebbenden en deskundigen te zoeken (winkeliers, ondernemers, sportorganisaties, welstandsorganisatie hûs en hiem, etc.). Het reclamebeleid is het resultaat van een afweging van vele belangen.

De gemeente en ondernemers hebben, zo bleek uit overleg, een gemeenschappelijk doel, namelijk; Drachten, de dorpen en het landschap aantrekkelijker te maken voor zijn inwoners, voor de bedrijven die daar gevestigd zijn en niet in de laatste plaats voor het winkelende publiek dat Smallingerland en Drachten in het bijzonder bezoekt.

Soorten reclame

Reclame is te onderscheiden in tijdelijke, permanente en ideële reclame waarbij er tevens rekening gehouden dient te worden met karakterverschillen van gebiedsdelen binnen de gemeente, zowel binnen als buiten de bebouwde kommen.

• Tijdelijke reclame

Ten aanzien van tijdelijke reclame, zoals voor evenementen, is deze nota niet van toepassing. Daarvoor gelden de door het college vastgestelde "Beleidsregels tijdelijke reclameborden, spandoeken en verwijsborden". Deze beleidsregels zijn te vinden in de Algemene Plaatselijke Verordening Smallingerland (APV Smallingerland)

• Permanente reclame

De criteria van deze nota richten zich op permanente reclame:

- Aan of op een gebouw, zoals een bedrijfspand, een winkel, een woning, enz.;
- Aan of op een bouwwerk, geen gebouw zijnde, zoals bv een mast of reclamezuil; als een op zichzelf staand bouwwerk, zoals een reclamebord (zowel in de openbare ruimte als op privégrond);
- In een gebouw, voor zover dit gericht is naar buiten en zichtbaar is vanaf de openbare ruimte of openbaar gebied.

Voor reclame in gebouwen geldt dat dit gewoonlijk een privaatrechtelijke aangelegenheid is, tenzij er sprake is van het gericht zijn op of zichtbaar zijn vanaf de openbare weg zoals reclame die geplakt wordt op glas.

• Ideële reclame

Zogenoemde ideële reclame valt buiten het kader van deze Nota. Artikel 7 van de Grondwet bepaalt hierover dat niemand voorafgaand toestemming nodig heeft om via drukpers gedachten of gevoelens te openbaren. Dit kan bijvoorbeeld via folders, aanplakbiljetten, reclameborden, spandoeken etc. Aan de inhoud mag de gemeente geen beperkingen opleggen, wel aan de duur, de wijze waarop en de plaats (o.a. nader geregeld in de APV Smallingerland).

Uitgesloten vormen van reclame

Reclame-uitingen zoals omschreven in het hieronder staande kader zijn nooit toegestaan, tenzij er sprake is van een bijzondere situatie. De aanvrager dient de bijzondere situatie in zijn aanvraag te motiveren. Voordat de Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit om advies zal worden gevraagd zal eerst een ambtelijke afweging van de motivatie plaats vinden. Daarna beslissen burgemeester en wethouders na advies van de Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit.

Uitgesloten vormen van reclame

- *Geen reclame voor producten en diensten die niet in het pand verhandeld of uitgevoerd worden. Met uitzondering van sportvelden, sporthallen en andere voor de beoefening van sport bedoelde gebouwen;*
- *Geen reclame-uitingen die het uitzicht op de openbare ruimte ernstig belemmeren;*
- *Geen reclame-uitingen op spandoeken en banieren;*
- *Geen reclame-uitingen op doek/zeil in een spanframe m.u.v. deelgebied 2, 3 en 4 van bedrijfsterreinen/bedrijvenparken;*
- *Geen bewegende reclame;*
- *Geen daglicht reflecterende reclame;*
- *Geen lichtcouranten of bewegende lichtobjecten, ledschermen, etc.*

De werkwijze bij een aanvraag

Omgevingsvergunningplichtige reclame-uitingen moeten worden getoetst aan de welstandseisen zoals die zijn vastgelegd in de Reclamenota welke een onlosmakelijk onderdeel uitmaakt van de Welstandsnota Smallerland.

Bij een vergunningsaanvraag is de wijze van toetsen als volgt:

Stap 1 Er wordt nagegaan of de reclame op voorhand is uitgesloten van vergunningverlening. Zie hoofdstuk 5.1 *Uitgesloten vormen van reclame* (groen kader).

Stap 2 Er wordt nagegaan of de reclame voldoet aan de sneltoetscriteria, voor reclame zoals die in hoofdstuk 5 per deelgebied zijn vastgelegd. Een reclame-uiting die aan de basiseisen voor reclame voldoet wordt vergund zonder nader advies te vragen aan de Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit.

De werkwijze is als volgt;

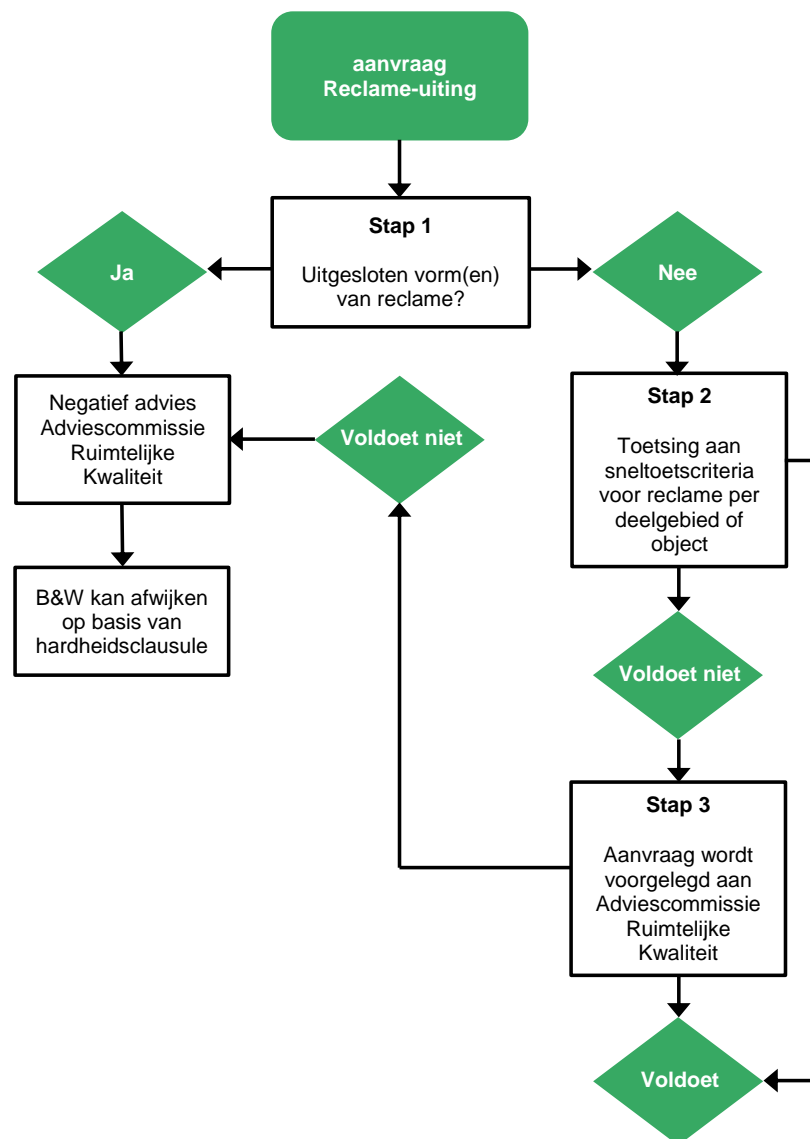
Bepaal eerst het welstandsgebied waarbinnen de aanvraag is gelegen. Zoek daarna het bijbehorende reclamegebied uit de gebiedenlijst in hoofdstuk 5.3 en ga over tot toetsing. De reclamedeelgebieden komen in grote lijnen overeen met de gebiedsgerichte criteria uit de welstandsnota.

Stap 3 Als de reclame-uiting niet voldoet aan de sneltoetscriteria voor reclame dan wordt advies gevraagd aan de Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit. Deze commissie hanteert daarbij de algemene eisen zoals die in hoofdstuk 5.4 *Algemene eisen voor reclame* zijn vastgelegd en adviseert indachtig het beleid en de sneltoetscriteria voor reclame zoals omschreven in hoofdstuk 5.3 *Gebiedsgerichte sneltoetscriteria voor reclame*. De sneltoetscriteria vormen hierbij echter niet de norm.

Ook als er sprake is van bijzondere en/of afwijkende omstandigheden, architectuur of locaties, kan de aanvraag worden voorgelegd aan de Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit.

Nadere criteria voor reclame in de openbare ruimte, anders dan uitstallingen, zijn of worden vastgelegd in de inrichtingsplannen voor de openbare ruimte. Daarbij is vooral het plan voor de binnenstad van Drachten van belang. Maar ook voor deze reclame zal gelden dat deze allereerst dient bij te dragen aan de sfeer van de binnenstad. Omdat de sfeer allereerst bepaald dient te worden door de historisch

ruimtelijke kwaliteiten in combinatie met water en groen, mag men er vanuit gaan dat ook dit beleid terughoudend zal zijn.



5.2 Beoordelingskader

Zoals in de inleiding al is aangegeven, is voor het plaatsen van een reclame-uiting op onroerende zaken (op een gebouw of op de grond) meestal een vergunning nodig van het college van burgemeester en wethouders. Voor reclame-uitingen die zijn te beschouwen als bouwwerken in de zin van de Woningwet is een omgevingsvergunning nodig. Het gaat dan bijvoorbeeld om uithangborden, borden van enige omvang op de gevel, reclamezuilen, vlaggenmasten, etc. Daarnaast is voor bijna alle reclame-uitingen een vergunning nodig op basis van de APV Smallerland.

Wanneer mag een reclame-uiting worden aangebracht?

Dat mag pas als en nadat de benodigde vergunning is verleend. Het komt regelmatig voor dat reclame-uitingen worden aangebracht zonder dat daarvoor een vergunning is aangevraagd en/of de benodigde vergunning nog niet is verleend. Hierdoor kunnen problemen ontstaan. Het kan zijn dat de vergunning wordt geweigerd of dat de aangevraagde reclame-uiting moet worden aangepast. Als de reclame dan al is aangebracht, betekent dit dat de ondernemer voor een extra kostenpost komt te staan. De reclame moet dan immers worden aangepast of verwijderd. Er wordt dan ook geadviseerd om reclame-uitingen niet eerder te bestellen en aan te brengen dan nadat de hiervoor benodigde vergunning(en) is/zijn verleend.

Wat eenmaal is vergund, blijft vergund

Dit betekent dat een reclame-uiting waarvoor in het verleden een vergunning is verleend mag blijven bestaan, ook al wordt niet voldaan aan de nieuwe beleidsregels. Zodra de reclame-uiting wordt gewijzigd of wordt vervangen, moet een nieuwe vergunning worden aangevraagd. De reclame-uiting moet dan wel gaan voldoen aan de nieuwe beleidsregels. Onder wijziging van een reclame-uiting worden alle werkzaamheden verstaan die de reclame-uiting in uiterlijk, uitvoering (kleur, materiaal, verlichting, typografie, etc.) en afmetingen doen veranderen.

Redelijke eisen van welstand

Om een vergunning te kunnen verlenen, moet de reclame-uiting voldoen aan redelijke eisen van welstand. Dit betekent dat het uiterlijk en de plaats van de reclame-uiting moeten passen bij het gebouw, de omgeving en de te verwachten ontwikkeling daarvan. De beoordeling van de toetsingsgrond redelijke eisen van welstand vindt plaats aan de hand van deze Reclamenota, daarnaast blijven

tevens de gebiedsgerichte criteria uit de Welstandsnota Smallerland onveranderd van kracht.

Op basis van de Algemene wet bestuursrecht moeten vergunningaanvragen worden beoordeeld aan de hand van de criteria van deze beleidsregels, tenzij de uitkomst van die beoordeling wegens bijzondere omstandigheden onevenredig zou zijn in verhouding tot de met de beleidsregels te dienen doelen. Dit betekent dat slechts in bijzondere gevallen afgeweken kan worden van het reclamebeleid.

Excessenregeling

Met betrekking tot reclame-uitingen waarvoor geen vergunningplicht geldt, kunnen de redelijke eisen van welstand eveneens een rol spelen. Op basis van de Wabo kan het college namelijk handhavend optreden indien een vergunningsvrij bouwwerk in ernstige mate in strijd is met de redelijke eisen van welstand. Wanneer daar sprake van is, is nader omschreven in hoofdstuk 8 handhaving en excessen.

Hardheidsclausule

De gemeente ziet graag dat de Welstands- en reclamenota/criteria worden gebruikt als middel om na te denken over de schoonheid van het bouwwerk in zijn omgeving. Het kan dan voorkomen dat de reclamecriteria ontoereikend of te beperkend zijn.

Burgemeester en wethouders kunnen dan na schriftelijk en gemotiveerd advies van de welstandscommissie, afwijken van deze criteria. Het niveau van 'redelijke eisen van welstand' ligt in deze gevallen hoog. Het is immers redelijk dat er hogere eisen worden gesteld aan de zeggingskracht en het architectonisch vakmanschap naarmate een bouwwerk zich sterker van zijn omgeving onderscheidt of indien er veel waarde aan de omgeving wordt gehecht. Dit wordt aangeduid als de hardheidsclausule

5.3 Gebiedsgerichte sneltoetscriteria voor reclame

Het is voor iedereen vanzelfsprekend dat in het centrum van Drachten andere richtlijnen gelden dan in een woonwijk of op een bedrijfsterrein. In deze reclamenota wordt daarom een gebiedsindeling gehanteerd, die samenvalt met de gebiedsindeling van de Welstandsnota Smalingerland. De deelgebieden zijn;

R1 Buitengebied

Deelgebieden in de welstandsnota

- G1 Buitengebied besloten (Coulisselandschap)
- G2 Buitengebied open (Veenlandschap)

R2 Centrum en Stedelijke lintbebouwing

Deelgebieden in de welstandsnota

- G3 Centrum
- G5 Stedelijke lintbebouwing

R3 Stedelijke woonwijken

Deelgebieden in de welstandsnota

- G4 Lintbebouwing (binnen Drachten)
- G6 Vooroorlogse bebouwing Noordoost
- G7 Noordoost
- G8 De Wiken en De Venen
- G9 De Bouwen
- G10 De Singels
- G11 De Drait
- G12 Maartenwouden
- G13 Morrapark
- G14 Himsterhout
- G15 De Trisken
- G16 Drachtstervaart
- G17 De Peppel
- G18 De Swetten

- G19 De Folgeren
- G20 Burmania (Wonen)
- G21 Het Noord
- G22 Vrijbrugh
- G23 Fennepark
- G26 Bedrijventerreinen (Ureterpsterwallaat)
- G31 Leerpark Drachten

R4 Dorpen

Deelgebieden in de welstandsnota

- G4 Lintbebouwing (buiten Drachten)
- G24 Dorpsuitbreiding
- G25 Boornbergum Middelgeast
- G26 Bedrijventerreinen (Grasdrogerij Opeinde)

R5 a t/m g Bedrijventerreinen en kantorenparken

Deelgebieden in de welstandsnota

- G20 Burmania (bedrijven en kantoren)
- G26 Bedrijventerreinen
- G27 Bedrijvenpark A7 Noord
- G28 Bedrijvenpark Nijtap (Drachten Noord)
- G29 Bedrijven en kantoren langs de A7

R6 Sport-, recreatie-, groengebieden en begraafplaatsen

Deelgebieden in de welstandsnota

- G30 Sport-, recreatie-, groengebieden en begraafplaatsen

R7 Reclame in de openbare ruimte

Deelgebieden in de welstandsnota

- G1 t/m G31 Alle deelgebieden

N.B. Zie eerst de kaarten in deze welstandsnota voor een nauwkeurige bepaling van de juiste gebiedsgerichte welstandscriteria. Zoek daarna de betreffende gebiedsgerichte reclamecriteria in de bovenstaande lijst en vervolg de toetsing.

5.4 Algemene eisen voor reclame

Reclame-uitingen die na ambtelijke toetsing niet voldoen aan de gebiedsgerichte Sneltoetscriteria voor reclame zoals omschreven in hoofdstuk 5.3 worden voor advies voorgelegd aan de Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit. Deze commissie beoordeelt of de aanvraag voldoet aan de „redelijke eisen van welstand“. Ook in het geval van bijzondere en/of afwijkende omstandigheden, architectuur of locaties bestaat de mogelijkheid een aanvraag ter advisering voor te leggen.

Bij toetsing door de Adviescommissie Ruimtelijke Kwaliteit zal de aanvraag aan de hand van de in de hiernaast beschreven Algemene eisen voor reclame getoetst worden. De commissie adviseert daarbij tevens indachtig het in hoofdstuk 5.3 per deelgebied omschreven beleid en de daarbij behorende Sneltoetscriteria voor reclame. Dit betekent dat er verschillen in conclusie mogelijk zijn tussen de in het beleid te onderscheiden deelgebieden.

De algemene eisen voor reclame gelden voor alle omgevingsvergunningplichtige reclame-uitingen. Onder een reclame-uiting wordt verstaan een functioneel gerelateerde aanduiding (bijvoorbeeld een huisartsenpraktijk, restaurant of pedicuresalon), of de aanprijzing van handelswaar (productreclame). Uitzondering hierop vormt de „eigen“ naam van een gebouw.

Algemene eisen voor reclame (functie en techniek)

- Een reclame-uiting op een erf en/of gebouw dient altijd een rechtstreeks verband te hebben met de activiteiten die in het pand of op het perceel plaatsvinden. Uitzondering daarop zijn reclame-uitingen op sportterreinen, zelfstandige permanente reclameobjecten en reclame-uitingen in het openbaar gebied.
- Geen permanente reclame op een onbebouwd perceel.
- Een reclame-uiting mag geen hinder veroorzaken en de (verkeers)veiligheid niet in gevaar brengen. Met het oog op hinder voor omwonenden of gebruikers van de omgeving kunnen burgemeester en wethouders nadere eisen stellen met betrekking tot de tijden van gebruik en omtrent de brandsterkte van verlichte of aangelichte reclame-uitingen (met name tussen 22:00 uur en 8:00 uur).

Algemene eisen voor reclame (verschijningsvorm)

- Een (op het erf gesitueerde) reclame-uiting past qua plaatsing, vorm, grootte, kleur- en materiaalgebruik en/of detaillering bij de architectuur van het hoofdgebouw, daarbij rekening houdend met een eventuele huisstijl van de onderneming.
- Een reclame-uiting aan de gevel dient loodrecht op, of evenwijdig aan en vlak tegen de gevel geplaatst te worden.
- Een reclame-uiting is een ondergeschikt element van het gebouw.
- Reclame-uitingen staan in verhouding tot elkaar, de grootte en architectuur van het bedrijfspand. Het totaal aan reclame-uitingen is in balans.
- Reclame op bedrijfsgebouwen wordt op elkaar afgestemd. Dit geldt ook als er meerdere ondernemingen in hetzelfde gebouw zijn gehuisvest.
- Reclame-uitingen die het straatbeeld ontsieren of afbreuk doen aan de kwaliteit van de openbare ruimte en het landschap, zijn niet toegestaan.
- Reclame-uitingen die het uitzicht op de openbare ruimte of het landschap ernstig belemmeren, zijn niet toegestaan.
- Reclame-uitingen mogen geen mechanische/bewegende delen bevatten.
- Daglichtreflecterende reclame-uitingen zijn niet toegestaan.
- Knipperde reclame-uitingen en lichtcouranten zijn niet toegestaan.
- Geen beeldschermreclame aan de buitenzijde van een gebouw.
- Aansluiten bij een „trendsetter“ geniet de voorkeur.

N.B. Alle algemene eisen voor reclame worden toegepast indachtig het per deelgebied omschreven beleid zoals verwoord in hoofdstuk 5.3 gebiedsgerichte sneltoetscriteria voor reclame. De sneltoetscriteria vormen echter niet de norm..