

Hoofdstuk Reclame
in
Koepelnota Welstand

Inhoudsopgave Hoofdstuk Reclame Koepelnota

Deel 1: Algemeen kader

- Doelstellingen
- Begripsomschrijvingen
- Reclamezones en reclamearme zones.
- Vergunningsvrije reclames, beleidsregels
- Beleidsmatige kaders
- Juridische kaders
- Ruimte voor creativiteit
- Ingangsdatum nieuwe reclamebeleid, handhavingsbeleid.
- Excessen

Deel 2: Toetsing gevelreclame en reclame op eigen erf (niet in de openbare ruimte)

- Vergunningsvrij
- Lichte en reguliere bouwvergunningen, toetsing
- Algemene criteria
- Veelvoorkomende reclames in reclamearme zones
- Veelvoorkomende reclames in reclamezones
- Overige gevelreclames en reclame op eigen erf

Deel 3: Toetsing reclame in de openbare ruimte

- Vergunningvrij of vergunningplicht, toetsing
- Algemene criteria
- Specifieke criteria voor reclame (los) in de openbare ruimte en op straat

Deel 4: Toetsing reclame in het kader van evenementen en andere bijzondere situaties

- Reclame in het kader van evenementen
- Uitverkoop en bijzondere campagnes
- Reclame op of aan tijdelijke bouwwerken
- Reclame op steigerdoeken
- Te koop en te huur borden, bouw borden, uitstallingsborden
- Reclamevoertuigen.

Bijlagen

Bijlage 1	Begripsomschrijving kruisingsvlak
Bijlage 2	Relevante artikelen uit Woningwet en APV
Bijlage 3a	Reclamebeleid Beurstraverse/plein
Bijlage 3b	Reclamebeleid Lijnbaan
Bijlage 4	Kaart reclame- en reclamearme zones

DEEL 1: ALGEMEEN KADER

Doelstellingen

In Rotterdam staat een groot aantal reclameobjecten in de openbare ruimte. Vooral in het centrum is de reclamedruk groot. Reclame hoort bij de dynamiek van de stad, maar er zijn spelregels nodig om te voorkomen dat buitenreclame tot een wildgroei leidt en de stad een goedkoop en rommelig aanzien geeft.

Van een pro-actief reclamebeleid is in Rotterdam tot nu toe geen sprake geweest. Er is in de afgelopen jaren alleen repressief opgetreden bij misstanden. Het gevolg is dat ondernemers niet altijd weten waar ze aan toe zijn en dat reclame soms afbreuk doet aan de kwaliteit van de buitenruimte. De gemeente wil nu het reclamebeleid veranderen in een pro-actieve aanpak. Op 3 maart 2006 ging de gemeenteraad akkoord met de (eerste) Nota Buitenreclame Rotterdam. De Nota Buitenreclame kent drie doelstellingen:

- De kwaliteit van de openbare ruimte met reclame vergroten.
- Eenvoudige regelgeving, zodat ondernemers weten waar ze aan toe zijn. Daarbij wordt enerzijds het aantal regels sterk verminderd en worden anderzijds de regels toegespitst op een beperkte hoeveelheid reclame-uitingen.
- Het vergroten van de gemeentelijke inkomsten uit reclame.

Deze doelstellingen worden op diverse plaatsen uitgewerkt. Een belangrijke plaats is de Koepelnota Welstand Rotterdam, waarvan dit nieuwe hoofdstuk "Reclame" deel uitmaakt. In dit hoofdstuk wordt tevens duidelijk gemaakt in welke situaties voor reclame-objecten vergunningsvrij of vergunningsplichtig is. Gestreefd is steeds naar eenduidige en zo beperkt mogelijke regelgeving.

Begripsomschrijvingen

Onder reclame wordt in deze nota verstaan:

Elke aanduiding met een commercieel of niet-commercieel belang, in de vorm van een opschrift, aankondiging, mededeling en/of ander herkenbaar

teken, al dan niet in combinatie met een bouwkundige uitbreiding of attentie-element, voorzover deze op of vanaf de openbare weg zichtbaar is.

Buitenreclame kan vervolgens worden onderscheiden in twee categorieën:

- Reclame in de openbare ruimte.
- Gevelreclame, reclame op eigen erf e.d. (niet in de openbare ruimte)

Dit onderscheid is voor de verdere uitwerking van het reclamebeleid van belang omdat sprake is van verschillende doelgroepen. Bij gevelreclame, reclame op eigen erf e.d. is de doelgroep zeer divers en omvangrijk en gaat het vooral om winkeliers, bedrijven, horecaondernemers e.d. De uitwerking hiervan vindt plaats in deel 2.

Reclame in de openbare ruimte wordt daarentegen gevoerd door een beperkt aantal partijen, t.w. enkele exploitanten en de gemeente zelf¹. De uitwerking hiervan vindt plaats in deel 3.

Daarnaast is er nog een bijzondere categorie. Het gaat daarbij om reclame in het kader van evenementen, uitverkoop en reclame op tijdelijke bouwwerken. De uitwerking daarvan vindt plaats in deel 4.

Reclamearme en reclamezones

Met een zonering in reclamezones en reclamearme zones maakt de gemeente duidelijk welke objecten ze op welke soort locaties passend acht.

Reclamezones

In sommige delen van de stad past reclame goed bij de functies die er zich afspelen en ondersteunt de reclame de kwaliteit van de buitenruimte. Daar mag reclame verwacht worden, mits voldaan wordt aan een aantal criteria en uitvoeringseisen. De reclamezones zijn hieronder toegelicht en vastgelegd op een kaart (zie bijlage).

¹ Volledigheidshalve zij opgemerkt dat de vraag of een bouwwerk bouwvergunningplichtig is steeds op basis van het Besluit Bouwvergunningsvrije en Lichtbouwvergunningplichtige Bouwwerken (BBLB) wordt bepaald. Een aantal categorieën bouwwerken, b.v. verkeersborden en wegaanduidingen, is op basis van het BBLB bouwvergunningsvrij.

Hoofd- en verzamelwegen

Hoofdwegen lenen zich bij uitstek voor de plaatsing van reclameobjecten. Functionaliteit en commercialiteit kunnen hand in hand gaan. Reclame opabri's bij halteplaatsen voor het openbaar vervoer en reclame op stadsplattegronden is ook mogelijk langs wegen die niet tot de hoofdwegen behoren, zoals wijkontsluitingswegen.

Bedrijventerreinen

Op specifieke bedrijventerreinen kan reclame bijdragen aan een duidelijke bewegwijzering. Bovendien maakt de presentatie van bedrijven onderdeel uit van het karakter van het terrein. Echter, gewaakt moet worden voor wildgroei die afbreuk zou doen aan de kwaliteit van het vestigingsmilieu. Reclame voor de daar gevestigde bedrijven dient te worden beoordeeld in relatie tot het gebouw en de omgeving.

Horeca- en winkelgebieden

Reclame hoort bij winkelen en horeca. De kwaliteit van het straatbeeld is erbij gebaat als reclame-uitingen op elkaar zijn afgestemd en zo mogelijk ook op de architectuur van de omgeving. Dat komt de herkenbaarheid van individuele uitingen ten goede. Afspraken tussen winkeliers en gemeente over afmetingen, plaatsing en vormgeving kunnen een goede bijdrage leveren aan het straatbeeld. Grootschalige reclame van individuele ondernemers, die de normale reclame van andere ondernemers overschaduwet, is in principe niet aanvaardbaar. Wel zijn er mogelijkheden voor grootschalige aanduidingen die het winkelgebied in zijn geheel herkenbaar maken.

Reclamearme zones

In reclamearme zones is reclame in principe strijdig met de primaire functies. Hier wordt reclame slechts in beperkte mate toegestaan.

Woongebieden

In woongebieden zijn alle andere functies ondergeschikt aan het wonen. Een uitzondering vormen buurtwinkels, horecagelegenheden en bedrijven in de woonomgeving zoals woningen met een praktijkruimte. Bij deze bestemmingen wordt reclame in beperkte mate toegestaan.

Groengebieden en recreatiegebieden

In groengebieden (zoals parken en singels) en in recreatiegebieden staan

rust, natuur en ontspanning voorop. Reclame is daarbij verstorend voor die functies en wordt daarom beperkt toegestaan.

Singels, historische linten en kernen

Bij singels en historische linten en kernen, die hun authentieke karakter hebben behouden, heeft teveel en te opzichtige reclame een negatief effect op het straatbeeld. Reclame is hier wel toegestaan maar dient in afmeting en hoeveelheid beperkt te blijven en ondergeschikt te zijn aan de architectuur.

Beschermde stadsgezichten

In beschermde stadsgezichten wordt zeer terughoudend omgegaan met reclame. Reclame moet ondergeschikt zijn aan het straatbeeld en de architectuur. Dit betekent maatwerk in omvang en vormgeving. Ook dient het aantal toevoegingen beperkt te blijven.

Monumenten

Bij monumenten moet zeer terughoudend met de plaatsing van reclame-uitingen worden omgegaan. Ook bij gebouwen met monumentale kwaliteiten zal terughoudend met reclame worden omgegaan. Onder monumenten wordt hier verstaan kunstobjecten, oorlogsmonumenten en beschermde rijks- en gemeentelijke monumenten.

Welstandsvrije gebieden

In gebieden die door de gemeenteraad in het kader van de Koepelnota Welstand Rotterdam als welstandsvrij gebied zijn aangewezen, worden reclames niet getoetst op redelijke eisen van welstand. In Rotterdam is een aantal gebieden tot welstandsvrij gebied aangewezen, zoals delen van het havengebied, de Waterwijk in Nesselande en een deel van Park Zestienhoven.

Vergunningsvrije reclames, beleidsregels

Reclame hoort bij de dynamiek van de stad en kan de kwaliteit van de openbare ruimte verrijken. Ondernemers hebben behoefte aan duidelijke regels die voldoende vrijheid bieden om reclame te maken. Daarbij is het van belang dat buitenreclame binnen de kaders van de nationale wetgeving (Woningwet) blijft en ook niet leidt tot hinder, verkeersonveiligheid of aantasting van de openbare ruimte.

Een belangrijke doelstelling van het nieuwe reclamebeleid is te komen tot eenvoudige regelgeving, zodat ondernemers weten waar ze aan toe zijn. Bedoeling is enerzijds de regels toe te spitsen op een beperkte hoeveelheid reclame-uitingen en anderzijds het aantal regels te verminderen en duidelijk te maken wanneer een reclame zonder bouwvergunning kan worden aangebracht. Een ruime interpretatie van het begrip “veranderingen van niet-ingrijpende aard” heeft ertoe geleid dat voor veelvoorkomende kleinere reclames vaak geen bouwvergunning (meer) nodig is². Het gaat daarbij met name om de (zeer) grote categorie naamsaanduidingen van winkels, cafés en overige bedrijven, mits voldaan wordt aan bepaalde afmetingen en randvoorwaarden. Een en ander is -op basis van art. 4:81 Algemene Wet Bestuursrecht- in de vorm van beleidsregels uitgewerkt in hoofdstuk A van deel 2 van dit hoofdstuk³.

Beleidsmatige kaders

Voor reclames gelden de volgende kwalitatieve, functionele en technische kaders en criteria:

- ***Uiterlijke verschijningsvorm en kwaliteit buitenruimte***
Een reclame-uiting dient een verrijking te zijn van de gevel of openbare ruimte, of tenminste qua plaatsing, kleurstelling, materiaalgebruik en/of

² Zie Nota Buitenreclame Rotterdam, blz. 15-17. Opgemerkt zij dat bij vergunningsvrije bouwwerken wel altijd voldaan moet worden aan de minimum-eisen op bouwtechnisch gebied (met name de constructieve eisen van het Bouwbesluit). Daarnaast is repressief welstandstoezicht mogelijk bij excessen (art. 13a Woningwet).

³ Art. 4:81 ABW: Een bestuursorgaan kan beleidsregels vaststellen met betrekking tot een hem toekomende of onder zijn verantwoordelijkheid uitgeoefende, dan wel door hem gedelegeerde bevoegdheid.

detaillering niet ontsierend te zijn voor het gevelbeeld. Een reclame-uiting doet geen afbreuk aan de kwaliteit van de openbare ruimte, van straatmeubilair, zichtlijnen en het ruimtelijk beeld en moet in behoorlijke staat van onderhoud verkeren. Het gebruik van fluorescerende, of bijzonder felle kleuren is in principe niet toegestaan. Verder dient een opeenstapeling van reclames tegen te worden gaan. Een chaotisch straatbeeld en gebieden met een “reclamewedloop” zijn niet gewenst. Reclames zullen op redelijke onderlinge afstand van elkaar geplaatst worden.

Uitgangspunt bij reclames aan panden is dat deze niet los staan van de activiteiten die met de reclame worden aangeprezen. Een reclame moet in principe een rechtstreeks functioneel verband hebben met de activiteiten die in het pand of op het perceel plaatsvinden.

- ***Constructieve en technische eisen***
Reclameobjecten worden vervaardigd van deugdelijk en weerbestendig materiaal en moeten zodanig zijn samengesteld en bevestigd dat zij voldoende eigenschappen bezitten met betrekking tot constructie, sterkte en stijfheid (Bouwbesluit). Reclameobjecten voldoen aan eisen van duurzaamheid en dienen goed te worden onderhouden.
- ***Verkeersveiligheid***
Uitgangspunt is dat een reclame-uiting geen (fysieke of visuele) overlast of hinder mag veroorzaken voor derden en de verkeersveiligheid niet in het geding mag brengen. Er is sprake van verkeersonveiligheid als de zichtbaarheid (van de kleuren) van de openbare ruimte, de verkeerslichten of verkeersborden en andere verkeersaanduidingen wordt aangetast en als uitstallingen op de weg een belemmering vormen voor doorgaand verkeer en hulpverlenende diensten. Reclame-uitingen die geluidshinder veroorzaken, verblindend zijn, te veel knipperen en/of bewegen zijn niet toegestaan. Lichtkranten en lichtreclame met veranderlijk of intermitterend licht zijn niet toegestaan.
- ***Hinder***
Reclame-uitingen mogen geen hinder veroorzaken in de vorm van trilling, geluid en onevenredige lichthinder voor omliggende panden. Indien meerdere functies in één pand ondergebracht zijn, zijn op de

verdiepingen met een woonbestemming geen reclame-uitingen toegestaan.

- **Goede zeden**
Reclame-uitingen mogen niet in strijd zijn met goede zeden en/of aanstoot geven.

Juridische kaders

Bovenstaande kaders kennen een eigen juridische vertaling. De belangrijkste juridische kaders zijn de Woningwet en de Algemene Plaatselijke Verordening (APV).

Woningwet/Koepelnota Welstand

Volgens art. 40 Woningwet is het verboden te bouwen zonder of in afwijking van een vergunning van burgemeester en wethouders (bouwvergunning). Toetsing van een bouwaanvraag vindt plaats aan bouwbesluit, bouwverordening, bestemmingsplan en welstand (Koepelnota Welstand). In het kader van de bouwvergunning vindt echter geen toetsing plaats op verkeersveiligheid, hinder en goede zeden. Daarvoor biedt de APV het benodigde instrumentarium. Indien een bouwwerk bouwvergunningvrij is, kan de reclame zonder meer aangebracht worden. Daarbij moet wel opgemerkt worden dat altijd voldaan moet worden aan de minimum-eisen op bouwtechnisch gebied (met name de constructieve eisen van het Bouwbesluit). Voor reclames in beschermde stadsgezichten is altijd een bouwvergunning nodig en voor reclames op, aan of bij monumenten is een bouw- én een monumentenvergunning vereist.

APV en overige regelgeving

Voor reclames die geplaatst worden op, aan, in of boven de openbare weg, geldt een vergunningplicht (art. 2.1.9 APV). Deze vergunningplicht volgens de APV is met name bedoeld om te voorkomen dat verkeersonveilige situaties of hinder in het openbaar gebied of op de openbare weg ontstaan⁴. Voor winkeluitstallingen geldt art. 2.1.10 APV.

⁴ Er kan zich dus een situatie voordoen waarin voor een reclame zowel een bouwvergunning als een APV-vergunning nodig is. Daarvan is sprake indien op gemeentegrond een bouwvergunningplichtige reclame wordt geplaatst (b.v. een billboard in de berm van een weg).

Voor reclames die vallen onder art. 4.5.2. APV (“ontsierende, hinderlijke of gevaarlijke reclames en dergelijke”) geldt een repressief stelsel, d.w.z. dat geen vergunning nodig is, maar wel achteraf opgetreden kan worden indien men zich niet aan de gestelde regels houdt (met name bij hinder of verkeersonveiligheid).

In bijzondere situaties kan ook andere wet- en regelgeving van toepassing zijn, b.v. Wet Milieubeheer (bij hinder en overlast vanwege licht) en de Wegenverkeerswetgeving indien sprake is van verkeersonveilige situaties. Daarbij is meestal geen sprake van een vergunningen-, maar van een repressief stelsel.

Ruimte voor creativiteit

Er moet altijd ruimte zijn voor vernieuwing en voor nieuwe reclamevormen. Het gemeentebestuur is bereid in dat soort situaties in overleg te treden met ondernemers en reclame-exploitanten en gebruik te maken van de mogelijkheden van de Algemene Wet Bestuursrecht. Volgens de Algemene Wet Bestuursrecht is n.l. afwijken van de criteria “in bijzondere situaties” mogelijk omdat het hier gaat om zgn. beleidsregels (art. 4.84 ABW).

Ingangsdatum nieuwe reclamebeleid, handhavingsbeleid

Het nieuwe reclamebeleid wil een impuls geven aan de kwaliteit van de buitenruimte in Rotterdam, maar zonder dat dit direct nadelig is voor ondernemers. Indien een reclame vervangen wordt of een nieuwe reclame geplaatst wordt, gelden de nieuwe regels. Voor bestaande reclames geldt een overgangstermijn van 10 jaar na vaststelling van de Nota Buitenreclame door de gemeenteraad op 2 maart 2006, dus tot 2 maart 2016. Pas daarna zal handhaving op basis van het nieuwe beleid plaatsvinden. Deze aanpak biedt het perspectief dat in 2016 alle reclame in Rotterdam voldoet aan de criteria.

In de eerste jaren na het inwerkingtreden van het nieuwe beleid zal er een schouw worden gehouden van alle reclames.

Excessen

Ten aanzien van reclames die al vóór het nieuwe beleid geplaatst zijn, maar als duidelijke excessen beschouwd kunnen worden, geldt geen overgangstermijn. In die gevallen zal direct handhavend opgetreden kunnen worden⁵.

In het kader van het reclamebeleid wordt onder een exces verstaan een reclame die in ernstige mate in strijd is met redelijke eisen van welstand. In concrete situaties gaat het dan om een buitensporigheid in het uiterlijk en armoedig materiaalgebruik die ook voor niet-deskundigen herkenbaar en evident is. Het gaat hierbij dus om zaken waaraan een groot deel van de mensen zich ergert⁶. Voor wat betreft reclames heeft dit vaak betrekking op veel te grote reclames, op te opdringerige reclames, een forse inbreuk op de gevelarchitectuur, b.v. door een verkeerde positie op de gevel, of op de toepassing van felle of contrasterende kleuren bij reclames, waardoor een grove inbreuk gemaakt wordt op wat in de desbetreffende omgeving gebruikelijk is, en op ernstige verwaarlozing van het onderhoud. Natuurlijk kan het ook gaan om reclames die een gevaar voor de verkeersveiligheid of ernstige overlast voor burens veroorzaken.

⁵ Dat kan ook indien de handhaving van reclame deel uitmaakt van een opknapbeurt van een pand, buurt of straat.

⁶ Zie ook Koepelnota, deel 1, repressief welstandstoezicht.

Tabel vergunningverlening en handhaving

	Verantwoordelijke dienst voor vergunningverlening	Verantwoordelijke dienst voor handhaving	Opmerkingen
Woningwet, art. 40 (bouwvergunning)	dS+V, afd. Verg.	dS+V, afd. Toezicht Gebouwen	
Woningwet, art. 13a (repressief welstandstoezicht)	Nvt, geen vergunning	dS+V, afd. Toezicht Gebouwen	
APV, art 2.1.9, sub a (voorwerpen op, aan of boven de weg)	dS+V, afd. Verg.	dS+V, afd. Toezicht Gebouwen	Het gaat hier om gebruik openbare grond t.b.v. evenementen en niet-commerciële activiteiten (reclames, vlaggen e.d.), maar ook om gebruik van de openbare ruimte voor het plaatsen van permanente reclames zoals billboards.
APV, art 2.1.9, sub a (voorwerpen op, aan of boven de weg)	Stadstoezicht	Stadstoezicht	Het gaat hier om gebruik openbare grond t.b.v. commerciële promotiestands, commerciële demonstraties etc.
APV, art 2.1.9, sub a (voorwerpen op, aan of boven de weg)	GW	GW	Het gaat hier om voorwerpen en stoffen die te maken hebben met bouw- of onderhoudsactiviteiten (bouwplaatsvergunningen).
APV, art. 2.1.10 Winkeluitstallingen	Stadstoezicht	Stadstoezicht	
APV, art. 4.5.2 Ontsierende, hinderlijke of gevaarlijke reclames	Nvt, geen vergunningstelsel	dS+V, afd. Toezicht Gebouwen	Geen vergunning, alleen repressief stelsel op basis van algemene regels
Wegenverkeerswet, Art. 2 BABW (Verbod om voorwerpen, inrichtingen of borden, die het verkeer in verwarring zouden kunnen brengen op, langs of boven de weg aan te brengen)	Nvt, het gaat om een algemeen verbod	OM, Politie	Volgens art. 59 van Besluit Administratieve bepalingen inzake het wegverkeer (BABW) is overtreding een strafbaar feit.
Wet Milieubeheer Art. 1.5 Besluit woon- en verblijfsgebouwen milieubeheer	Nvt, het gaat om een algemeen verbod	DCMR	Lichthinder e.d. Art. 1.5 luidt: de verlichting van gebouwen en open terrein van de inrichting dan wel ten behoeve van reclamedoelinden, wordt zodanig uitgevoerd dat directe lichtstraling op lichtdoorlatende openingen in gevels of daken van woningen wordt voorkomen.
Reclamecontracten	OBR	OBR	Ook aan reclamecontracten zit handhaving vast (privaatrechtelijk)
APV, art. 5.1.7 (reclamevoertuigen)	nvt	Stadstoezicht	

DEEL 2

Toetsing van gevelreclame en reclame op eigen erf (niet in de openbare ruimte)

Gevelreclame en reclame op eigen erf zijn binnen redelijke grenzen vergunningsvrij. Voor de iets grotere reclames is een lichte bouwvergunning nodig. Slechts in een beperkt aantal gevallen is een reguliere bouwvergunning nodig.

Voor reclame in beschermde stadsgezichten en op, aan of bij monumenten gelden -op basis van de Woningwet- strengere regels. In die gevallen is minimaal een lichte bouwvergunning noodzakelijk.

Vergunningsvrij

Gevelreclames zijn zoveel mogelijk vergunningsvrij gemaakt. Dit was mogelijk door een ruime interpretatie van het begrip "veranderingen van niet-ingrijpende aard"⁷. Een en ander is -op basis van art. 4:81 Algemene Wet Bestuursrecht- in de vorm van beleidsregels uitgewerkt.

De beleidsregels geven met name duidelijkheid voor de (zeer) grote categorie naamsaanduidingen van winkels, cafés en overige bedrijven in zowel de reclamearme als de reclamezones. In de navolgende tabellen is voor reclamearme en reclamezones aangegeven wanneer voor een bepaalde reclame geen bouwvergunning nodig is en aan welke afmetingen en randvoorwaarden daarbij voldaan moet zijn.

Lichte en reguliere bouwvergunningen, toetsing

Indien een reclame niet vergunningsvrij is, dient de aanvrager een lichte of reguliere bouwvergunning aan te vragen. Aanvragers van lichte en reguliere bouwvergunningen hebben behoefte aan duidelijkheid en daarom wordt zoveel mogelijk helderheid verschaft over de geldende criteria.

⁷ Zie Nota Buitenreclame Rotterdam, blz. 15-17. Opgemerkt zij dat bij vergunningsvrije bouwwerken wel altijd voldaan moet worden aan de minimumeisen op bouwtechnisch gebied (met name de constructieve eisen van het Bouwbesluit). Daarnaast is repressief welstandstoezicht mogelijk bij excessen (art. 13a Woningwet).

Voor lichte bouwvergunningen zijn daarvoor, voorzover dat mogelijk was, zgn. loketcriteria ontwikkeld.

Loketcriteria voor lichte bouwvergunningen

Loketcriteria zijn bedoeld om aanvragers van een lichte bouwvergunning snel en helder inzicht te geven in de toe te passen criteria. Of een reclame voldoet aan de geldende criteria kan door een ambtenaar bij wijze van spreken aan het loket worden vastgesteld, vandaar de naam "loketcriteria". Zolang een bouwaanvraag qua afmetingen en positionering binnen de loketcriteria valt, kan de aanvrager ervan uitgaan dat de aanvraag sowieso zal worden goedgekeurd.

Voldoet een aanvraag niet aan de loketcriteria of is er sprake van de twijfel aan de toepasbaarheid, dan wordt het plan voorgelegd aan de welstandscommissie en gelden de algemene criteria voor gevelreclame.

Reguliere bouwvergunningen, toetsing

Voor een relatief kleine categorie (grotere) gevelreclames en reclames op eigen erf is een reguliere bouwvergunning nodig. Ook voor deze reclames zijn zo helder mogelijke criteria ontwikkeld.

Toetsing vindt plaats op basis van de algemene criteria én van de specifieke criteria die gelden voor deze reclames, b.v. voor blow-ups en LCD-schermen.

Algemene en specifieke criteria

De algemene criteria richten zich op een aantal eigenschappen en uitgangspunten waaraan reclames in zijn algemeenheid moeten voldoen. Het maakt daarbij geen verschil om welke reclamevorm het gaat. Naast de algemene criteria zijn er specifieke criteria. Deze zijn toegesneden op een bepaald type reclame-uiting.

Algemene criteria

Gevelreclames en reclame op eigen erf zijn toegestaan in zowel reclamezones als in reclamearme zones. Deze reclames dienen qua vormgeving, afmetingen en plaatsing op de gevelopzet en/of de omgeving afgestemd te worden en goed onderhouden te worden.

Reclames moeten in principe altijd gekoppeld zijn aan de bedrijfsactiviteiten die in het pand plaatsvinden.

Op panden waar ook gewoond wordt mag reclame alleen worden aangebracht op de bedrijfsgevel en nooit op de woning. Daarbij dient de samenhang en de structuur van de gevel behouden te blijven en een scheiding tussen winkelpui en verdieping te worden voorkomen.

Voor kantoren en bedrijfsgebouwen geldt dat afhankelijk van de stedelijke situatie plaatsing van de reclame op het dak of op het gevelvlak in sommige gevallen kan worden toegestaan. Hierbij dient de reclame ondergeschikt te zijn aan de architectuur, in samenhang daarmee te worden ontworpen en een bijdrage te leveren aan het stadsbeeld. Toepassing van reflecterende, fluorescerende, of bijzonder felle kleuren is niet toegestaan.

De reclame-uiting zelf dient grafisch goed verzorgd te zijn en de tekst dient beperkt te worden tot de hoofdboodschap (productaanduiding, bedrijfsnaam of andere aanduiding). Voor de reclame-drager geldt dat deze geen afbreuk mag doen aan de architectuur van het pand en/of het karakter van de omgeving.

Nieuwbouw

Bij nieuwbouw dient de reclame-uiting geïntegreerd te worden in het ontwerp, respectievelijk de architectuur. Bij nieuwe bedrijfsgebouwen, waaronder verzamelgebouwen, is daarom een reclameplan verplicht, indien men wil afwijken van de standaardcriteria.

Bestaande bouw

Bij bestaande bebouwing is de samenhang en ritmiek van gevel en straatwand essentieel voor een passende reclame. Indien de (historische) architectuur van bestaande bebouwing reeds voorziet in specifieke reclamemogelijkheden, zoals koofboorden of velden tussen raamkozijnen en –bogen, zijn dat de aangewezen plaatsen waar reclame-uitingen aangebracht dienen te worden. Gevelschilderingen zijn in beginsel alleen mogelijk als er sprake is van oorspronkelijk in het metsel- of stucwerk van de gevel verwerkte belettering, of van herstel van een historisch geschilderde gevelreclame.

Verzamelgebouwen en overdekte winkelcentra

Voor verzamelgebouwen en overdekte winkelcentra geldt dat de naam van het complex in losse letters op het gevelvlak of de dakrand wordt

aangebracht en de namen van de daar gevestigde bedrijven op een gemeenschappelijke reclamedrager. Bij nieuwbouwaanvragen is een reclameplan vereist.

Hoofd- en verzamelwegen

Hoofd- en verzamelwegen lenen zich goed voor de plaatsing van reclameobjecten. Gevelreclames en reclames op eigen erf op, aan of bij niet-woongebouwen, die gelegen zijn aan hoofd- en verzamelwegen, zijn toegestaan zoals dat ook het geval is bij dergelijke gebouwen in de reclamezones.

Reclame op abri's bij halteplaatsen voor het openbaar vervoer en reclame op stadsplattegronden is ook mogelijk langs wegen die niet tot de hoofdwegen behoren, zoals wijkontsluitingswegen.

Groengebieden

In groengebieden (zoals parken en singels) en in recreatiegebieden staan rust, natuur en ontspanning voorop. Reclame zou die functies kunnen verstoren en wordt daarom beperkt toegestaan. Dit betekent dat reclame geen afbreuk mag doen aan voornoemde kwaliteiten, niet te groot en niet lichtgevend mag zijn. Dat geldt met name voor handelsreclame op gebouwen (van bijvoorbeeld horeca en maneges). Aanvragen worden altijd voorgelegd aan de Commissie voor Welstand en Monumenten en zullen per geval worden getoetst aan de hand van de algemene criteria.

Beschermde stadsgezichten

In beschermde stadsgezichten moet reclame ondergeschikt zijn aan het straatbeeld en de architectuur. Het aantal toevoegingen dient beperkt te blijven. In sommige gevallen kan er sprake zijn van een dermate karakteristieke vormgeving van de architectuur dat toepassing van de loketcriteria een onbedoeld negatief effect zou hebben. Dit kan betrekking hebben op afmetingen, vormgeving, maar ook op hoeveelheid. Aanvragen worden altijd voorgelegd aan de Commissie voor Welstand en Monumenten en zullen per geval worden getoetst aan de hand van de algemene criteria.

Monumenten

Reclame op, aan, of bij monumenten is niet toegestaan tenzij het gaat om horecagelegenheden, bedrijven en winkels. Reclame is daar ondergeschikt aan de architectuur en het straatbeeld. Aanvragen worden

voorgelegd aan de Commissie voor Welstand en Monumenten en zullen per geval worden getoetst aan de hand van de algemene criteria.

Criteria in bijzondere gebieden

Voor enkele winkelgebieden en bedrijfsterreinen is voor bepaalde reclamevormen een aanvullend reclameplan van toepassing. Deze winkelgebieden en bedrijfsterreinen kennen een bepaalde specifieke kwaliteiten en daarom is een aantal op deze gebieden toegesneden criteria opgesteld. Bij strijdigheid tussen de criteria uit dit hoofdstuk en die uit het reclameplan prevaleren de laatste. Het gaat om de volgende gebieden:

- Lijnbaan
Bij de verbouw van de Lijnbaan in 1997 zijn afspraken gemaakt over de

reclamevoering. Deze blijven onveranderd van kracht.

- Beurstraverse/plein
Bij de bouw van de Beurstraverse zijn reclameafspraken gemaakt. Deze afspraken blijven gelden en ze zijn hierna opgenomen.

In het kader van de voorbereiding van welstandsparagrafen voor ontwikkelingsgebieden is in een enkel geval ook aandacht besteed aan reclames. Een voorbeeld daarvan is de reclameparagraaf voor het bedrijventerrein in het ontwikkelingsgebied Nesseland. De reclameparagraaf is onderdeel van de welstandsparagraaf voor het ontwikkelingsgebied.

Veelvoorkomende gevelreclames, reclames op eigen erf e.d. (niet in de openbare ruimte) in de reclamearme zones

	Bouwvergunning		Loketcriteria				
	Niet vereist, mits gebleven is binnen loketcriteria ⁸	Ja	Aantal per vestiging	plaatsing:	maatvoering:	vormgeving:	aanvullende eisen/opmerkingen
Handels- en naamgevings reclame <i>reclame-uiting plat tegen de gevel of op de luifel</i>	$\leq 1,2 \text{ m}^2$ Opm: categorie "geen bouwvergunning" is maximaal opgerekt binnen de beperkte mogelijkheden van de Woningwet. Zie blz. 21 en 22 Nota Buitenreclame Rotterdam, en de passages over "vergunningsvrij" in deel 1 en 2 van dit hoofdstuk.	lichte bouwvergunning $> 1,2 \text{ m}^2$	1	in een etalagepui of kader⁹:	breedte: \leq puibreedte hoogte: $\leq 0,4 \text{ m}$ dikte: niet voorbij het kozijn of de kaderrand	een lichtbak of vlakke plaat	
				tegen een gevelband	breedte: \leq puibreedte hoogte: \leq gevelband, max $0,4 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	een lichtbak of losse letters	
				tegen een gevelvlak	breedte: $\leq 2/3$ van de pandbreedte hoogte: $\leq 0,4 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	losse letters	Opm: maatvoering op bedrijventerreinen: breedte $\leq 3,5 \text{ m}$; hoogte $\leq 0,6 \text{ m}$; dikte: $\leq 0,25 \text{ m}$.
				bovenop een luifel	breedte: $2/3$ v/h pand hoogte: $\leq 0,4 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	een lichtbak of losse letters	Verzorgd uiterlijk in overeenstemming met zichtlijnen vanuit de woningen
				tegen een luifelrand	breedte: \leq gevelbreed hoogte: \leq luifelrandhoogte, max. $0,4 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	een lichtbak, vlakke plaat, folie of losse letters	
<i>reclame-uiting haaks op de gevel of onder de luifel</i>	$\leq 0,5 \text{ m}^2$	lichte vergunning $> 0,5 \text{ m}^2$	1	tegen een gevelvlak	breedte $\leq 0,8 \text{ m}$ hoogte $\leq 0,8 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	dubbelzijdige haakse lichtbak	Bovenzijde ≤ 1 e verdiepingvloer afstand tot gevel $\leq 0,1 \text{ m}$ hoogte boven de straat $\geq 2,3 \text{ m}$ afstand tot naburig pand en/of perceelgrens $> 0,5 \text{ m}$.
<i>reclame-uiting onder de luifel</i>	$\leq 0,15 \text{ m}^2$	lichte vergunning $> 0,15 \text{ m}^2$	1	onder een luifel	breedte: $\leq 1,0 \text{ m}$ hoogte: $\leq 0,2 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	dubbelzijdige haakse lichtbak	Hoogte boven de straat $\geq 2,3 \text{ m}$ afstand tot naburig pand en/of perceelgrens $> 0,5 \text{ m}$.
Naamborden van ondernemers met vrije beroepen	$\leq 0,5 \text{ m}^2$	nvt	1	tegen de gevel, bij de voordeur	breedte onbepaald hoogte onbepaald dikte $\leq 0,1 \text{ m}$	vlakke plaat	
Naamborden in de voortuin of op voorerf		lichte vergunning $\leq 1 \text{ m}^2$	1	in de voortuin op zelfstandige constructie	hoogte $\leq 2,0 \text{ m}$ breedte geen max. (mits $< 1 \text{ m}^2$) dikte $\leq 0,15 \text{ m}$	een lichtbak	Afstand tot naburig pand en/of perceelgrens $\geq 0,5 \text{ m}$.
Hangende vitrines	$\leq 0,5 \text{ m}^2$	lichte vergunning $0,5 > \text{m}^2 \leq 1,0$	1	tegen de gevel, bij de voordeur	breedte onbepaald hoogte onbepaald dikte $\leq 0,05 \text{ m}$	een lichtbak of vitrine met transparant voorvlak	
Losstaande vitrines (b.v. van makelaars)		reguliere vergunning	1	in de voortuin op zelfstandige constructie	hoogte $\leq 2,00 \text{ m}$ breedte $\leq 2,00 \text{ m}$ dikte $\leq 0,30 \text{ m}$	een lichtbak of vitrine met transparant voorvlak	Afstand tot naburig pand en/of perceelgrens $> 0,5 \text{ m}$.

⁸ De loketcriteria gelden ook voor vergunningsvrije bouwwerken. Indien buiten de loketcriteria getreden wordt (b.v. qua maatvoering), dan is alsnog een aanvraag voor een bouwvergunning nodig.

⁹ Hierbij wordt gedacht aan specifiek daarvoor aanwezige verdiepte gevelelementen.

Veelvoorkomende gevelreclames, reclames op eigen erf e.d. (niet in de openbare ruimte) in de reclamezones

	Bouwvergunning		Loketcriteria ¹⁰				
	nee ¹¹	ja	aantal per vestiging	plaatsing:	maatvoering:	vormgeving:	aanvullende eisen
Handels- en naamgevingsreclame <i>reclame-uiting plat tegen de gevel of op de luifel</i>	$\leq 2 \text{ m}^2$ Opm: categorie "geen bouwvergunning" is maximaal opgerekt binnen de beperkte mogelijkheden van de Woningwet.	lichte vergunning $2 \leq 3 \text{ m}^2$ ¹²	2 ¹³	in een etalagepui of kader ¹⁴ :	breedte: \leq puibreedte hoogte: $\leq 0,4 \text{ m}$ dikte: niet voorbij het kozijn of de kaderrand	een lichtbak of vlakke plaat	
				tegen een gevelband	breedte: \leq puibreedte hoogte: \leq gevelband, max. $0,4 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	een lichtbak of losse letters	
				tegen een gevelvlak	breedte: $\leq 2/3$ pandbreedte hoogte: $\leq 0,4 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	losse letters	Opm: maatvoering op bedrijventerreinen: hoogte $\leq 0,6 \text{ m}$; breedte $\leq 3,5 \text{ m}$; dikte: $\leq 0,25$.
				bovenop een luifel	breedte: $2/3$ v/h pand hoogte: $\leq 0,4 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	een lichtbak of losse letters	Verzorgd uiterlijk in overeenstemming met zichtlijnen vanuit de woningen
				tegen een luifelrand	breedte: \leq gevelbreed hoogte: \leq luifelrandhoogte, max. $0,4 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	een lichtbak, vlakke plaat, folie of losse letters	
<i>reclame-uiting haaks op de gevel</i>	$\leq 0,65 \text{ m}^2$	lichte vergunning $> 0,65 \text{ m}^2$	2 ¹³	tegen een gevelvlak	breedte $\leq 0,8 \text{ m}$ hoogte $\leq 0,8 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	dubbelzijdige haakse lichtreclame	Bovenzijde $\leq 1\text{e}$ verdiepingvloer afstand tot gevel $\leq 0,1 \text{ m}$ hoogte boven de straat $\geq 2,3 \text{ m}$ Afstand tot naburig pand en/of perceelgrens $\geq 0,5 \text{ m}$
<i>reclame-uiting onder de luifel</i>	$\leq 0,15 \text{ m}^2$	lichte vergunning $> 0,15 \text{ m}^2$	2 ¹³	onder een luifel	breedte: $\leq 1,0 \text{ m}$ hoogte: $\leq 0,2 \text{ m}$ dikte: $\leq 0,15 \text{ m}$	dubbelzijdige haakse lichtbak	Hoogte boven de straat $\geq 2,3 \text{ m}$ Afstand tot naburig pand en/of perceelgrens $\geq 0,5 \text{ m}$

¹⁰ Indien wordt afgeweken van één of meerdere randvoorwaarden is altijd een lichte vergunning nodig

¹¹ Mits tevens binnen de loketcriteria die gelden voor licht-vergunningplichtige bouwwerken

¹² Indien de oppervlakte $> 3 \text{ m}^2$ kan ook worden volstaan met een aanvraag voor een lichte vergunning, maar zal deze wel apart voor advies worden voorgelegd aan de cie W+M. Toetsing vindt dan plaats op basis van de algemene criteria.

¹³ Met dien verstande dat maximaal 1 reclame per 10 strekkende meter is toegestaan.

¹⁴ Hierbij wordt gedacht aan specifiek daarvoor aanwezige verdiepte gevelelementen.

Vervolg tabel reclamezones	Bouwvergunning		Loketcriteria ¹⁵				
	nee ¹⁶	ja	aantal	plaatsing:	maatvoering:	vormgeving:	aanvullende eisen
Naamborden van ondernemers met vrije beroepen	≤ 1 m ²	nvt	1	tegen de gevel, bij de voordeur	breedte ≤ 1,5 m (mits opp. ≤ 1 m ²) hoogte ≤ 1,5 m (mits opp. ≤ 1 m ²) dikte ≤ 0,05 m	vlakke plaat	
Naamborden in de voortuin of op voorerf		lichte vergunning ≤ 1 m ²	1	in de voortuin op zelfstandige constructie	breedte onbepaald hoogte ≤ 2,0 m dikte ≤ 0,15m	een lichtbak of losse letters	
Hangende vitrines	≤ 1,0 m ²	lichte vergunning 1,0 m ² ≤ 2,0 m ²	1	tegen gevel of voordeur	dikte ≤ 0,05 m	een lichtbak of vitrine met transparant voorvlak	
Losstaande vitrines (b.v. van makelaars)		reguliere vergunning ≤ 3,0 m ² ¹⁷	1	in de voortuin op zelfstandige constructie	hoogte ≤ 2,00m breedte ≤ 3,00m dikte ≤ 0,30m		
Vlaggenstok + vlag met naamaanduiding aan gevel	Lengte vlaggen stok/mast: ≤ 1,5 m	lichte bouwvergunning > 1,5 m ²	Max. 1 vlag per 4m gevel wand	≤ 1m uit gevel	Lengte mast/stok ≤ 2,5 m		Uniform van uitvoering Alleen op bedrijfsgevel, dus nooit op de gevel van een eventuele woning boven het bedrijf of winkel Afstand tot naburig pand en/of perceelgrens ≥ 0,5 m
Banier aan gevel	Lengte mast voor banier: ≤ 1,5 m	lichte bouwvergunning > 1,5 m ²	Max. 2 per vestiging	≤ 1m uit gevel	Hoogte banier: ≤ 2,0 m Breedte banier: ≤ 0,6 m		Uniform van uitvoering Alleen op bedrijfsgevel, dus nooit op de gevel van een eventuele woning boven het bedrijf of winkel Afstand tot naburig pand en/of perceelgrens ≥ 0,5 m
Vlaggenmast, cq banier met naamaanduiding op voorerf of op eigen terrein		reguliere bouwvergunning	Max. 2 per vestiging		Lengte mast ≤ 6,0 m		Uniform van uitvoering.

Het ≤ teken betekent 'kleiner dan of gelijk aan' Het > teken betekent 'groter dan'

¹⁵ Indien wordt afgeweken van één of meerdere randvoorwaarden is altijd een lichte vergunning nodig.

¹⁶ Mits tevens binnen de loketcriteria die gelden voor lichtvergunningsplichtige bouwwerken.

¹⁷ Indien meer dan 3 m² is een aparte toetsing door de welstandscommissie nodig op basis van de algemene criteria.

Overige gevelreclames en reclames op eigen erf e.d.

Voor een aantal reclameobjecten van wat grotere omvang zijn geen loketcriteria opgesteld. Wel is een aantal specifieke criteria voor deze reclames opgesteld. Toetsing vindt plaats aan de hand van deze specifieke én de algemene criteria.

Blow-ups en megareclames tegen de gevel reguliere bouwvergunning

- één per gebouw, alleen in reclamegebieden
- niet op woongebouwen, alleen op kop- of eindgevels met één en hetzelfde uiterlijk, zonder architectonische bijzonderheden.
- maatvoering: niet groter dan één gevelvlak¹⁸ en afgestemd op het formaat van het gebouw, rondom de reclame een rand van 10% van de breedte van de gevel
- vormgeving: materiaal en kleur afgestemd op het gebouw (ook bij afwezigheid van reclamedoek)
- algemeen: levert in constructie en beeld een bijdrage aan het stadsbeeld en past binnen de architectuur van het gebouw
- mag gebouwen en andere reclames niet domineren.
- niet toegestaan op monumenten of in beschermd stadsgezichten.

LCD-schermen en plasmaschermen tegen de gevel reguliere bouwvergunning

- één per gebouw, alleen in reclamegebieden
- niet op woongebouwen
- maakt onderdeel uit van gevelcompositie, past in de architectuur van het pand
- schermen mogen niet boven de dakrand uitsteken
- maatvoering: acceptabele richtmaat is hoogte max. 2,9 m en breedte max. 3,9 m (vergelijk formaat groot billboard)
- vormgeving: materiaal en kleur afgestemd op het gebouw (ook bij afwezigheid van het reclamedoek)

¹⁸ Gevelvlak: niet door ramen of architectonische bijzonderheden onderbroken deel van de gevel

- algemeen: levert in constructie en beeld bijdrage aan het stadsbeeld²¹
- niet toegestaan op monumenten of in beschermd stadsgezichten
- geen overmatige lichthinder veroorzakend
- niet hinderlijk voor het verkeer.

Reclame-uitingen bovenop een gebouw, die al dan niet gerelateerd zijn aan het gebruik van het pand.

lichte of reguliere bouwvergunning (afhankelijk van afmetingen en evt. constructie)

- één per gebouw, alleen in reclamegebieden
- maatvoering, materiaal en kleur afgestemd op het gebouw
- moet een eigen esthetische kwaliteit hebben die uitgaat boven het product of de dienst
- algemeen: levert in constructie en beeld bijdrage aan het stadsbeeld¹⁹
- niet toegestaan op monumenten of in beschermd stadsgezichten.

Reclame-uitingen tegen de gevel die niet gerelateerd zijn aan het gebruik van het pand

lichte / reguliere bouwvergunning (afhankelijk van afmetingen en evt. constructie)

- één per gebouw, alleen in reclamegebieden
- niet op woongebouwen,
 - op een dicht gedeelte van de gevel, niet zijnde een borstwering.
- mag niet meerdere geveldelen gelijktijdig afdekken
- moet een eigen esthetische kwaliteit hebben die uitgaat boven het product of de dienst
- algemeen: levert in constructie en beeld een bijdrage aan het stadsbeeld
- niet toegestaan op monumenten of in beschermd stadsgezichten.

¹⁹ Dit betekent dat slechts in incidentele gevallen reclame zal worden toegestaan. Dit is in lijn met de huidige praktijk.

Vrijstaande reclameobjecten op eigen grond
reguliere bouwvergunning

- één per gebouw
- uitsluitend bestemd voor handelsreclame van de eigen vestiging
- maatvoering: oppervlakte: max. 10 m², waarbij max. hoogte: 5 meter en max. breedte: 4 meter
- uitsluitend bestemd voor handelsreclame van de eigen vestiging

- geen reclamewagens (vrachtauto's, trailers, bussen, aanhangwagens e.d.). M.u.v. eigen bedrijfswagens of wagens waarbij reclame niet het primaire doel is.

Nieuwe en niet benoemde reclamevormen

Nieuwe en niet benoemde reclamevormen zullen per geval worden beoordeeld op basis van de algemene criteria.

Deel 3

Toetsing van reclame in de openbare ruimte

Vergunningsvrij of vergunningsplicht, toetsing

Voor reclame in de openbare ruimte is, afhankelijk van plaatsing en afmeting, vaak een lichte of reguliere bouwvergunning nodig. Ook is in een aantal gevallen een APV-vergunning noodzakelijk, omdat de publieke ruimte in gebruik wordt genomen.

Voor reclame in beschermde stadsgezichten en op, aan of bij monumenten gelden op basis van de Woningwet strengere regels. In die gevallen is minimaal een lichte bouwvergunning noodzakelijk.

Toetsing vindt plaats op basis van de algemene en de specifieke criteria die gelden voor deze reclames.

Algemene criteria

Reclame in de openbare ruimte is alleen toegestaan in de reclamezones. Reclameobjecten moeten van hoge kwaliteit zijn en goed worden onderhouden. Zij passen zich aan de stedelijke situatie en het karakter, de functie en het gebruik van de openbare ruimte aan. Het reclameobject moet in afmetingen, plaats, vorm, kleur en lichtintensiteit passen bij het aanzien van de directe omgeving en mag niet leiden tot aantasting van architectuur, bijzondere vormgeving van straatmeubilair, zichtlijnen en het ruimtelijk beeld in het algemeen. Toepassing van fluorescerende, reflecterende of bijzonder felle kleuren is niet toegestaan.

De reclame-uiting zelf dient grafisch goed verzorgd te zijn. De opschriften, eventueel in combinatie met afbeeldingen, moeten zijn samengesteld uit esthetisch verantwoorde letters en tekens. Het reclameteken mag niet groter zijn dan voor een goede leesbaarheid in een bepaalde situering noodzakelijk is. Te veel en frequente herhaling van dezelfde tekst of te grote hoeveelheid tekst per reclame dient voorkomen te worden. De tekst

moet worden beperkt tot de hoofdboodschap (productaanduiding, bedrijfsnaam of andere aanduiding).

Groengebieden

In groengebieden die zijn aangewezen als bijzonder welstandsgebied zijn billboards, vitrines, lichtbakken en driehoeksborden niet toegestaan. Ook in groengebieden die onderdeel uitmaken van de hoofdinfrastructuur zijn billboards, vitrines, lichtbakken en driehoeksreclame niet toegestaan, met uitzondering van de zijberm van een hoofdweg die grenst aan bebouwing.

Beschermde stadsgezichten en nabij monumenten

Reclame in de openbare ruimte in beschermde stadsgezichten is in beperkte mate toegestaan mits plaatsing geschiedt in een gebied dat tevens behoort tot de hoofdwegenstructuur of tot de horeca- en winkelgebieden.

Reclame bij monumenten moet ondergeschikt zijn aan de architectuur. In het algemeen dient rekening te worden gehouden met een afstand van tenminste 25 meter tussen het monument en de reclame-uiting.

Deze aanvragen worden voorgelegd aan de Commissie voor Welstand en Monumenten en zullen per geval worden getoetst aan de hand van de algemene criteria.

Specifieke criteria voor reclame in de openbare ruimte

Billboards

Reguliere/lichte bouwvergunning + APV-vergunning (i.v.m. verkeersveiligheid en hinder)

maatvoering:

- maatvoering afhankelijk van de stedelijke situatie en het karakter, de functie en het gebruik van de openbare ruimte.

plaatsing:

- onderlinge afstand $\geq 150\text{m}$
- niet in parken en bij singels of midden op pleinen
- billboards worden eenduidig langs een weg geplaatst
- geen menging van billboards en europanels langs één weg (niet binnen 150 meter van elkaar)
- bij voorkeur in de middenberm van hoofdinvalswegen\
- schaal van de reclamedrager en de stedelijke ruimte moeten bij elkaar passen
- grote billboards²⁰: plaatsing alleen in grote stedelijke ruimten met weinig visuele indrukken
- kleine billboards²¹ of vitrinekasten²¹: plaatsing alleen in kleine binnenstedelijke ruimten.

vormgeving:

- afgestemd op de overige inrichtingselementen in de openbare ruimte (abri's, fietsbeugels etc)

algemeen:

- constructie en beeld leveren een bijdrage aan het stadsbeeld.

overige criteria:

- niet tegen bouwwerken, maar in de ruimte geplaatst
- kruisingsvlakken en de eerste 25 meter daaromheen dienen in elke rijrichting volledig vrij te zijn van op zichzelf staande billboards en europanels. Deze afstand dient minimaal 50 meter te zijn indien het kruisingsvlak verkeerslichten bevat
- zichtlijnen op een kruisingsvlak, inclusief 5 meter van alle daaraan grenzende aanrijstroken, mogen vanaf 50 meter rijafstand voor het kruisingsvlak niet belemmerd worden.

²⁰ De maximummaten voor grote billboards zijn: hoogte 2,9 m (zonder onderstel); breedte: 3,9 m; dikte: 0,5 m en onderstel: 2,5 m

²¹ Kleine billboards worden ook wel eens vitrinekasten, muppies of europanels genoemd. De maximummaten zijn: hoogte: 2,2 m (excl. onderstel); breedte: 1,5 m; dikte: 0,25 m en onderstel: 0,75 m.

Vlaggen en banieren in de openbare ruimte

reguliere bouwvergunning (bij plaatsing van meer dan 31 dagen per kalenderjaar)+ art. 2.1.9 APV-vergunning (bij plaatsing in openbare ruimte)
NB: bij evenementen van 31 dagen of minder is geen bouwvergunning nodig.

NB: APV-vergunning alleen voor vlaggen met commerciële doeleinden (zie art. 2.1.9 APV)

In de openbare ruimte is plaatsing van vlaggen en banieren alleen toegestaan voor evenementen. Permanente plaatsing van vlaggen en banieren is niet toegestaan, tenzij dit geschiedt in het kader van een reclamecontract met de gemeente²².

Aantal, maatvoering, plaatsing en vormgeving van de vlaggen en banieren dient afgestemd te worden op de schaal van de openbare ruimte. De kwaliteit van de gebruikte materialen is gerelateerd aan de kwaliteit van de stedelijke ruimte. Er is sprake van goed onderhoud.

Voor banieren geldt dat zij in winkelstraten aan lichtmasten kunnen worden gehangen, mits uniform van uitvoering en met de bedoeling de winkelstraat een extra accent te geven. Reclame op banieren is beperkt toegestaan en uitsluitend gericht op het winkelcentrum (logo van het winkelcentrum of de winkelstraat) dan wel het logo en/of de naam van de afzonderlijke winkels die in dat winkelcentrum zijn gevestigd. Bij plaatsing van banieren aan lichtmasten kunnen alle lichtmasten worden gebruikt en is de 1:3 regel niet van toepassing. Uiteraard dient ook hier de verkeersveiligheid in acht te worden genomen en mag het zicht op verkeerslichten, verkeersborden en bewegwijzering niet gehinderd worden.

²² Bij lichtmasten wordt de plaatsing van de banieren verricht door het bedrijf dat namens de gemeente Rotterdam het beheer en onderhoud van de lichtmasten verzorgt. Bij mastpotten wordt de coördinatie door Rotterdam Festivals verzorgd. In alle gevallen is een vergunning noodzakelijk van B&W resp. de deelgemeente.

Reclamezuilen²³

reguliere bouwvergunning

aantal :

- één zuil per afrit, maximaal twee per knooppunt²⁴

maatvoering:

- op bedrijventerreinen: hoogte: ≤ 15 m, gemeten vanaf het (hoogste) wegdek²⁵; breedte: ≤ 4 m

plaatsing:

- bij afrit van de ruit als landmark voor een voorziening, een bedrijventerrein of een toeristische attractie
- bij de ene zuil is de eerstvolgende zuil niet zichtbaar.
- geen plaatsing in een reclamearm gebied

vormgeving:

- hoogwaardige kwaliteit, uitgedrukt in een tijdloos ontwerp en een rustig uiterlijk
- een zekere uniformiteit in de uiterlijke verschijningsvorm

overige criteria:

- vaste, solide constructies op vaste plaatsen
- een adequaat beheer- en onderhoudsplan

²³ Gelet op de impact van deze reclamevormen zal het OBR het bovenstaande nog in een aparte beleidsnota nader uitwerken. Vooralsnog wordt uitgegaan van de criteria zoals in dit kader aangegeven. Daarnaast zal het recht om dergelijke grootschalige reclamevormen op gemeentegrond te mogen vestigen via een openbare inschrijving op de markt worden gebracht, vergelijkbaar met de contracten voor billboards en reclamevitines. In deze beleidsnota komen ook de posities en afmetingen van de (nog) grotere reclamemasten aan de orde (Ring van Rotterdam, snelwegen).

²⁴ Knooppunt: een verkeerssituatie waar tenminste twee snelwegen elkaar kruisen.

²⁵ Hoogste wegdek: hoogstgelegen wegdek in een knooppunt in het snelwegennet.

Lichtbakken op lichtmasten

plaatsing alleen toegestaan op basis van reclamecontract met OBR²⁶. Het reclamecontract is gebaseerd op de Nota Buitenreclame die is goedgekeurd door de gemeenteraad op 3 maart 2006. De criteria die op dit moment gelden zijn:

aantal :

- één per drie lichtmasten

maatvoering:

- één formaat lichtbak per straat of doorgaande route; indien masthoogte= 6m dan 0,8x0,8m
indien masthoogte= 8m dan 1x1 m
indien masthoogte= 10m dan 1,25x 1,25m

plaatsing:

- aan één kant van de weg
- onderkant lichtbak op 3,5 m boven de grond indien lichtbak boven de weg hangt dan onderkant lichtbak op 4,5 m hoogte aanbrengen
- niet toegestaan op lichtmasten met bewegwijzeringsbord, driehoeksbord of tweevlaksbord.

vormgeving:

- hoogwaardige kwaliteit
- per drie lichtbakken maximaal één dezelfde
- geen andere vormen dan lichtbakken (dus geen kubussen of cilinders etc.).

overige randvoorwaarden:

- zicht op verkeersobjecten niet belemmerd op 50 meter rijafstand
- kruisingsvlakken volledig vrij.

²⁶ Voorzover het gaat om het havengebied valt de exploitatie van reclame onder het beheer van het Havenbedrijf

Driehoeksborden en tweevlaksborden aan de voet van een lichtmast
plaatsing alleen toegestaan op basis van reclamecontract met OBR

maatvoering:

- per vlak max. 1,0 m breed, max. 1,35 m hoog, max. 0,05 m dik.

plaatsing:

- één per drie lichtmasten
- niet toegestaan op lichtmasten met bewegwijzeringbord of lichtbak

vormgeving:

- hoogwaardige kwaliteit
- bevestigd aan de lichtmast (geen frames).

overige criteria:

- driehoeksborden zijn bedoeld voor toeristische, culturele en sportieve evenementen. Deze mogen een commercieel karakter hebben.
- borden zijn niet bedoeld voor handelsreclame
- niet op kruispunten (kruisingsvlakken volledig vrij)
- zicht op verkeersobjecten mag niet belemmerd worden. De afstand tussen reclame en rijweg (trottoir, fietspad/strook e.d.) dient minimaal 0,6 m te bedragen
- looproutes niet hinderen; obstakelvrije ruimte in de looprichting minimaal 1,8 m
- gebruik van straatmeubilair niet hinderen
- plaatsing onderzijde van het bord 0,5 m boven de grond.

Nieuwe en niet benoemde reclamevormen

Nieuwe en niet benoemde reclamevormen zullen per geval worden beoordeeld op basis van de algemene criteria.

Deel 4

Toetsing van reclame in het kader van evenementen en andere bijzondere situaties

Reclame in het kader van evenementen

Reclame-uitingen kunnen een positieve bijdrage leveren aan de ambiance rond een evenement. Bij evenementen valt zowel te denken aan een grootschalig, stedelijk als aan een kleinschalig, wijkgebonden evenement. Van belang is dat reclame-uitingen qua tijd, maar ook qua functie en inhoud gerelateerd zijn aan het evenement en als zodanig herkenbaar zijn. Deze reclame-uitingen kunnen zowel in de openbare ruimte als op of aan gebouwen worden aangebracht.

Evenementenreclame bevindt zich o.a. op:

- Vlaggen en banieren
- Culturele affichering op driehoeksborden en tweevlaksborden, billboards e.d.

Reclamezones

Evenementenreclame, zowel voor stedelijke, grootschalige als voor de kleinschalige evenementen, is in de reclamezones toegestaan. De criteria voor vlaggen, spandoeken en banieren voor evenementen zijn hierna geformuleerd. Voor de overige reclame-uitingen gelden dezelfde criteria als die hiervoor reeds genoemd zijn voor reclames in de openbare ruimte, alsmede voor gevelreclames en reclames op eigen erf.

Verder kunnen in bepaalde gevallen de bepalingen van de APV van toepassing zijn (art. 2.1.9 of 4.5.2 APV).

Daarnaast moet er sprake zijn van:

- tijdelijkheid van de reclame (het maximum aantal weken voor en na het evenement zal per evenement bepaald worden, incl. de termijn van verwijdering)
- een functionele en inhoudelijke relatie met het evenement.

Reclamearme zones

In de reclamearme zones is geen evenementen-reclame voor stedelijke evenementen toegestaan²⁷. Wel is evenementenreclame toegestaan voor een kleinschalig evenement dat plaatsvindt in een reclamearme zone. Voor het aanbrengen of plaatsen van reclame voor een kleinschalig evenement gelden de volgende criteria:

- er is sprake van een functionele en inhoudelijke relatie met het evenement
- er is sprake van tijdelijkheid van de reclame (het maximum aantal weken voor en na het evenement zal per evenement bepaald worden, incl. de termijn van verwijdering).
- de reclame moet zich aanpassen aan de omgeving.
- alleen op het terrein waarop het evenement plaatsvindt
- op de directe toegangsweg naar het evenement, d.w.z. de weg die vanaf de dichtst bijzijnde hoofd- en verzamelweg naar het evenement gesitueerd is.

Vlaggen, banieren en spandoeken

reguliere bouwvergunning (bij plaatsing van meer dan 31 dagen per kalenderjaar)+ art. 2.1.9 APV-vergunning (bij plaatsing in openbare ruimte)
NB: bij evenementen van 31 dagen of minder is geen bouwvergunning nodig.

NB: APV-vergunning alleen voor vlaggen met commerciële doeleinden (zie art. 2.1.9 APV)

In de openbare ruimte is plaatsing van vlaggen, banieren en spandoeken toegestaan voor evenementen en festivals.

Commerciële naamgevingsreclame voor bedrijven en algemene reclame in het kader van evenementen is gedurende de aanloop naar het festival/evenement (met een maximum van 2 weken voor aanvang van het evenement/festival) toegestaan indien deze ondergeschikt is aan de reclame over het evenement en daarmee tegelijkertijd een inhoudelijke relatie heeft²⁸.

²⁷ uitzonderingen zijn mogelijk, b.v. CHIO.

²⁸ Dus Heineken Dance Parade, Volvo Ocean Race en Bavaria City Racing zijn toegestaan, maar Bavaria (zonder toevoeging) tijdens de Bavaria City Racing niet. .zie volgende blz..

Tijdens de dag(en) van het festival/evenement (verlengd met twee dagen afbouwtijd en twee dagen opbouwtijd²⁹) geldt echter geen beperking met betrekking tot de ondergeschiktheid van commerciële reclame op banieren, vlaggen en spandoeken mits deze reclame geplaatst wordt op het festival/evenement-terrein zelf.

Aantal, maatvoering, plaatsing en vormgeving van de vlaggen en banieren dient afgestemd te worden op de schaal van de openbare ruimte. De kwaliteit van de gebruikte materialen is gerelateerd aan de kwaliteit van de stedelijke ruimte³⁰.

Bijzondere vormen van evenementenreclame

Een aantal mogelijke uitingen van evenementenreclame kwamen hierboven nog niet aan de orde. Daarbij valt bijvoorbeeld te denken aan objecten die als alternatief worden gebruikt voor de losse reclameborden. Verder zal de reclame-industrie voortdurend nieuwe objecten ontwerpen. De gemeente wil ondernemers daartoe de ruimte bieden. Creativiteit past immers bij een dynamische stad. Voor de beoordeling van aanvragen voor plaatsing van eerder genoemde bijzondere reclameobjecten en nieuwe reclameobjecten is echter geen generiek kader mogelijk. Deze aanvragen worden beoordeeld door het college van B&W wanneer het centraal bestuurd gebied betreft of het dagelijks bestuur van een deelgemeente als het om deelgemeentelijk gebied gaat. De beoordeling vindt plaats op basis van de algemene criteria (zie blz. 8 e.v.).

Bavaria City Racing, met daaraan ondergeschikt Shipmate kan wel weer, maar niet Shipmate zonder een dominante verwijzing naar de Bavaria City Racing. Regel is dat max. 5% van oppervlakte van de banier of vlag ingenomen wordt door commerciële reclame. Dit is in lijn met de gegroeide praktijk. Indien sprake is van een geïntegreerd ontwerp van de vlaggen, resp. banieren is een percentage van maximaal 10% van het totale oppervlak toegestaan.

²⁹ Voor de zeer grote festivals/evenementen bestaat de mogelijkheid van verlenging tot maximaal vijf dagen.

³⁰ dS+V zal –in het kader van de concept-Visie Openbare Ruimte Binnenstad en de Rotterdamse Stijl - een uitvoeringsplan maken dat een (verdere) impuls geeft aan de kwaliteit en verlevendiging van de openbare ruimte in relatie tot de plaatsing van vlaggen, banieren en beschikbare infrastructuur (mastpotten). Bedoeling is te komen tot toepassing van hoogwaardiger materialen, vermindering van de opeenstapeling van reclames, stimulering van plaatsing van vlaggen en banieren in mastpotten (i.p.v. in losse mastbakken) en het onderzoeken of ook elders in de stad een weloverwogen plaatsing van mastpotten mogelijk is (als evt. compensatie voor de beperking van de plaatsing van vlaggen en banieren in losse mastbakken).

Uitverkoop en bijzondere campagnes (Sinterklaas, Kerst, Vuurwerk)

Uitverkoop en bijzondere campagnes (Sinterklaas, Kerst, Vuurwerk) zijn regelmatig terugkerende activiteiten, waarbij ondernemers vaak gebruik maken van speciale reclames. Het spreekt voor zich dat wanneer sprake is van een beperkte tijdsduur, dit mogelijk moet zijn. In zijn algemeenheid zullen deze reclame-uitingen –gezien de beperkte tijdsduur- niet bouwvergunningplichtig zijn. Wel kunnen zij vallen onder de bepalingen van art. 2.1.9 APV (bij plaatsing in openbaar gebied), art. 2.1.10 APV (uitstallingen) of art. 4.5.2 APV (bij plaatsing aan de gevel).

Tijdelijke bouwwerken

Voor bouwwerken die voorzien in een tijdelijke behoefte kent de Woningwet de tijdelijke bouwvergunning. Voor een tijdelijke bouwvergunning is geen welstandsadvies nodig. In het kader van het reclamebeleid is uitgangspunt dat bij reclames niet of nauwelijks sprake zal zijn van tijdelijkheid. Het doel van het aanbrengen van een reclame-uiting is immers het trekken van continue aandacht van het publiek. Slechts in een beperkt aantal gevallen wordt ervan uitgegaan dat het maken van reclame een tijdelijk karakter heeft, b.v. in het kader van evenementen of uitverkoop. Een termijn van 31 dagen per kalenderjaar wordt als criterium voor tijdelijkheid gehanteerd.

Reclame op steigerdoeken

*APV-vergunning volgens art. 2.1.9 APV (indien het steigerdoek op, aan of boven de straat wordt geplaatst). In overige gevallen is art. 4.5.2. APV van toepassing (geen vergunning, wel algemene regels).
Reguliere bouwvergunning alleen in uitzonderingssituaties (afhankelijk van constructie/bevestiging op het gebouw en de tijdsduur).*

Een bouwsteiger waarop gewerkt wordt, moet van een steigerdoek worden voorzien om gevaarlijke situaties onderaan de steiger te voorkomen. Hiervoor dient een vergunning volgens art. 2.1.9 APV te worden aangevraagd (indien het steigerdoek op, aan of boven de straat wordt geplaatst).

Criteria:

- geen felle, schreeuwende of contrasterende kleuren
- mag gebouwen en andere reclames niet sterk overstralen
- geen (licht-)hinder voor omwonenden.

Naast bovenstaande criteria gelden twee extra restricties:

- de steiger, die drager is van het steigerdoek, is uitsluitend opgericht teneinde een bepaalde bouwwerkzaamheid aan een gevel te kunnen uitvoeren en blijft niet langer staan dan de tijd die voor de uitvoering van die specifieke werkzaamheid nodig is.
- de vergunning wordt voor maximaal één jaar afgegeven, daarna moet een nieuwe vergunning worden aangevraagd.

Opgemerkt zij nog dat het is toegestaan om op het steigerdoek informatie te verstrekken over het betreffende bouwproject. In dat geval kan de reclame gedurende de gehele bouwperiode op het steigerdoek worden toegepast.

“Te huur” en “te koop”-borden.

Geen bouwvergunning, art. 4.5.2. APV van toepassing (geen bouw- of APV-vergunning)

Volgens art. 4.5.2. van de APV is geen vergunning nodig voor zgn. “te koop” en “te huur”-borden³¹. Ook is geen bouwvergunning nodig. Wel gelden voor borden die groter zijn dan 0,5 m² en waarvan de langste zijde langer is dan 1,0 meter de algemene regels die in art. 4.5.2. APV zijn vastgelegd, nl. dat er geen gevaar is voor de veiligheid van het verkeer, de constructieve- of brandveiligheid, dat er geen hinder, overlast of gevaar voor de omgeving wordt veroorzaakt, dat de reclame, hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet in strijd is met redelijke eisen van welstand, en dat er geen overlast voor gebruikers van een in de nabijheid gelegen onroerende zaak kan ontstaan.

³¹ Het gaat hier om opschriften of aankondigingen die betrekking hebben op een openbare verkoping of een aanbieding ter verkoop, verhuur of verpachting van een onroerende zaak.

“Te koop”- en “te huur”-borden mogen op, aan of bij de onroerende zaak geplaatst blijven voor zo lang zij feitelijke betekenis hebben. Indien zij geen feitelijke betekenis (meer) hebben, dienen zij te worden verwijderd.

Bouwborden

Geen bouwvergunning, art. 4.5.2. APV van toepassing (geen bouw- of APV-vergunning)

Bouwborden zijn borden op bouwplaatsen met opschriften die betrekking hebben op de naam of aard van in uitvoering zijnde bouwwerken of op de namen van degenen die bij het ontwerp of de uitvoering van het bouwwerk betrokken zijn. Voor verlichte en onverlichte bouwborden is geen vergunning nodig. Wel gelden de algemene regels die in art. 4.5.2. APV zijn vastgelegd, nl. dat er geen gevaar is voor de veiligheid van het verkeer, de constructieve of brandveiligheid, dat er geen hinder, overlast of gevaar voor de omgeving wordt veroorzaakt, dat de reclame, hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet in strijd is met redelijke eisen van welstand, en dat er geen overlast voor gebruikers van een in de nabijheid gelegen onroerende zaak kan ontstaan³².

Bouwborden mogen geplaatst blijven voor zolang zij feitelijke betekenis hebben. Indien zij geen feitelijke betekenis (meer) hebben, dienen zij te worden verwijderd.

Uitstallingsborden

Geen bouwvergunning, art. 2.1.10 APV van toepassing

Het plaatsen van een winkeluitstalling en/of van een (los) reclamebord in de winkeluitstallingszone is, zonder APV-vergunning, toegestaan indien deze goederen of borden worden geplaatst:

- voor de winkelpui in een zone op de stoep van maximaal 1 meter gemeten uit de gevel van een winkel

³² B&W, resp. de raad kunnen op basis van art. 4.5.2, derde lid APV nadere regels met betrekking tot deze algemene regels stellen.

- de stoep ter plaatse, gemeten van de gevel tot en met de stoeprand, minimaal 3,50 meter breed is en een obstakelvrije ruimte van 1,80 meter gegarandeerd blijft.

Het reclamebord mag niet hoger zijn dan 1,25 m, niet breder dan 0,85 m, de voet mag niet meer ruimte in beslag nemen dan 0,7 m².

In andere gevallen is een APV-vergunning verplicht.

Reclamevoertuigen

Geen bouwvergunning, art. 5.1.7 APV van toepassing

Er staan soms voertuigen, aanhangwagens en dergelijke op of langs de weg met de kennelijke bedoeling om daarmee reclame te maken. Dit doet afbreuk aan het aanzien van de gemeente. Daarom is in artikel 5.1.7 voorzien in een verbod om dergelijke voertuigen te parkeren of op de weg te plaatsen, behoudens ontheffing van het college.

Deze bepaling is overigens niet bedoeld voor bedrijfsauto's die voorzien zijn van eigen handelsreclame. In het APV-artikel wordt gesproken over het parkeren van voertuigen "(...) met het kennelijke doel om daarmee handelsreclame te maken". Bedrijfsauto's dienen niet primair voor het maken van reclame.

BIJLAGE 1: Begripsomschrijving Kruisingsvlak

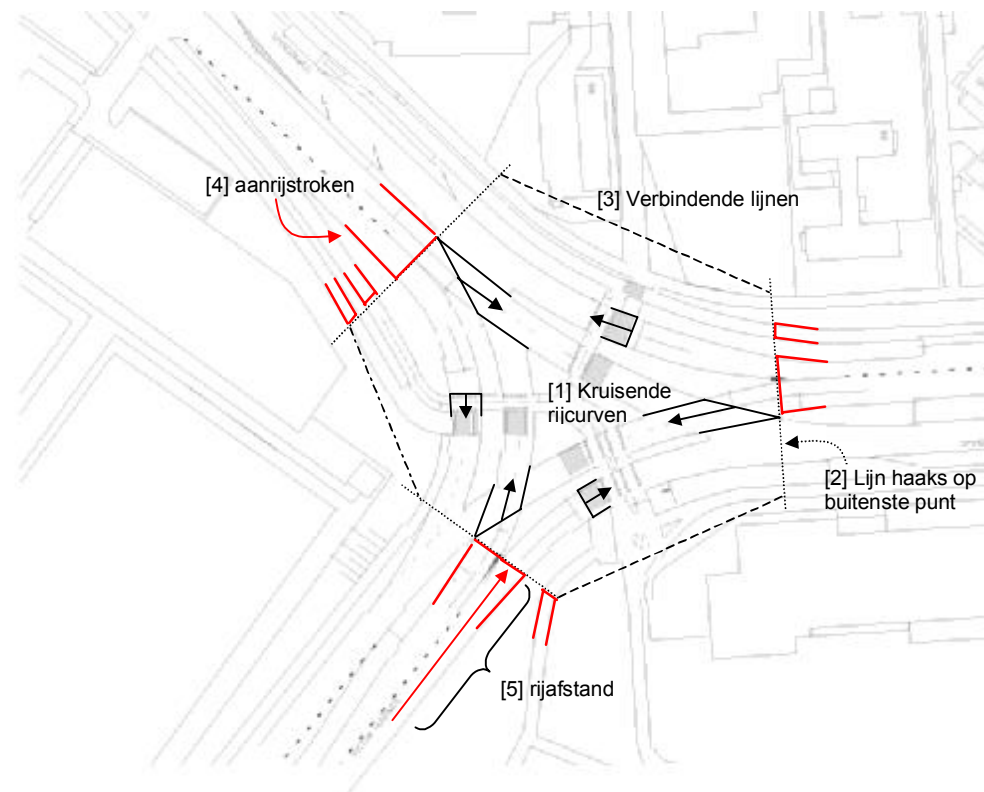
Kruisingsvlak

Onder "kruisingsvlak" wordt verstaan het vlak dat wordt begrensd door de kruisende rijstroken / rijcurven [1] van alle verkeersdeelnemers op het kruispunt, zoals deze volgens de vormgeving van het kruispunt worden aangeduid. Daarbij worden haaks op de rijrichting op de "buitenste" punten van deze kruisende rijcurven lijnen [2] getrokken. Het kruisingsvlak wordt gevormd door deze lijnen buiten alle rijstroken en rijpaden met elkaar te verbinden [3]. Let wel: onder "kruispunt" wordt ook een rotonde, fietsersoversteek of voetgangersoversteek verstaan.

Onder "aanrijstroken" worden de rijstroken en rijpaden bedoeld waar verkeer dat op weg is naar het kruisingsvlak zich zal bevinden [4].

Onder "zichtlijnen" worden de directe zichtlijnen aangeduid zoals deze ook door weggebruikers worden gehanteerd. Hierbij geldt dat zichtlijnen samengesteld zijn uit alle mogelijke zichtlijnen van reguliere bestuurders. Zichtlijnen bestaan dus niet alleen uit zichtlijnen van autobestuurders, maar ook uit zichtlijnen van fietsers en vrachtautobestuurders.

Onder "rijafstand" wordt de afstand bedoeld die men nog dient af te leggen over de rijstroken en rijpaden volgens de vormgeving van het kruispunt, voordat men zich op het kruisingsvlak zal bevinden [5]. Dit hoeft dus geen hemelsbrede afstand te zijn, zoals bij een bocht voor het kruispunt.



Bijlage 2: Relevante artikelen uit Woningwet en APV

Relevante artikelen uit Woningwet

Artikel 40

1. Het is verboden te bouwen zonder of in afwijking van een vergunning van burgemeester en wethouders (bouwvergunning).

Artikel 44

1. De reguliere bouwvergunning mag slechts en moet worden geweigerd, indien:

- het bouwen waarop de aanvraag betrekking heeft, niet voldoet aan de voorschriften die zijn gegeven bij of krachtens een algemene maatregel van bestuur als bedoeld in de artikelen 2 en 120;
- het bouwen niet voldoet aan de bouwverordening, of zolang de bouwverordening daarmee nog niet in overeenstemming is gebracht, aan de voorschriften die zijn gegeven bij een algemene maatregel van bestuur als bedoeld in artikel 8, achtste lid, of bij of krachtens een algemene maatregel van bestuur als bedoeld in artikel 120;
- het bouwen in strijd is met een bestemmingsplan of met de eisen die krachtens zodanig plan zijn gesteld;
- het uiterlijk of de plaatsing van het bouwwerk of de standplaats, waarop de aanvraag betrekking heeft, in strijd is met redelijke eisen van welstand, beoordeeld naar de criteria, bedoeld in artikel 12a, eerste lid, onderdeel a, tenzij burgemeester en wethouders van oordeel zijn dat de bouwvergunning niettemin moet worden verleend, of
- voor het bouwen een vergunning ingevolge de Monumentenwet 1988 of een provinciale of gemeentelijke monumentenverordening is vereist en deze niet is verleend.

Opmerking:

In het Besluit Bouwvergunningvrije en Lichtbouwvergunningplichtige Bouwwerken (BBLB) is een aantal (kleine) bouwwerken opgenomen waarvoor geen of een lichte bouwvergunning nodig is. Zie website VROM: www.vrom.nl, zie onder: nota's, wetten en regels (dossier bouwregelgeving).

Artikel 13 a (repressief welstandstoezicht)

Indien niet wordt voldaan aan artikel 12, eerste lid, kunnen burgemeester en wethouders, tenzij toepassing is gegeven aan het tweede lid van dat artikel, degene die als eigenaar van een bouwwerk of standplaats dan wel uit anderen hoofde bevoegd is tot het treffen van voorzieningen daaraan, verplichten tot het binnen een door hen te bepalen termijn treffen van zodanige door hen daarbij aan te geven voorzieningen, dat nadien wordt voldaan aan artikel 12, eerste lid.

Relevante artikelen uit APV

Artikel 2.1.9 Voorwerpen of stoffen op, aan, in of boven de weg

1. Het is verboden voorwerpen of stoffen aan, op, in, of boven de weg te plaatsen, aan te brengen, te hebben of te storten.

2. Het in het eerste lid gestelde verbod geldt niet:

- voor zover gehandeld wordt met vergunning of ontheffing van het college of van de burgemeester, dan wel voor zover daarvan - overeenkomstig enig wettelijk voorschrift - kennisgeving is gedaan en wordt gehandeld overeenkomstig de naar aanleiding van de kennisgeving gestelde voorschriften;
- voor het uitsteken van vlaggen, wimpels en vlaggenstokken, indien deze geen gevaar of hinder kunnen opleveren voor personen of goederen en niet voor commerciële doeleinden worden gebruikt;
- voor zonneschermen, mits deze zijn aangebracht boven het voor voetgangers bestemde gedeelte van de weg en mits:
 - geen onderdeel zich minder dan 2,2 meter boven dat gedeelte bevindt; en
 - geen onderdeel van het scherm, in welke stand dat ook staat, zich op minder dan 0,5 meter van het voor het rijverkeer bestemde gedeelte van de weg bevindt;
 - geen onderdeel verder dan 1,5 meter buiten de opgaande gevel reikt;
- voor voorwerpen of stoffen, die noodzakelijkerwijze kortstondig op de weg gebracht worden in verband met laden of lossen ervan en mits degene die de werkzaamheden verricht of doet verrichten ervoor zorgt, dat onmiddellijk na het beëindigen daarvan, in elk geval voor zonsondergang, de voorwerpen of stoffen van de weg verwijderd zijn en de weg daarvan gereinigd is;
- voor het gedurende een werkdag uitvoeren van kleinschalige onderhoudswerkzaamheden op de weg of op, aan of in gebouwen mits degene die de onderhoudswerkzaamheden verricht of doet verrichten er voor zorgt, dat het veilig en doelmatig gebruik van de weg niet wordt belemmerd en dat direct na de beëindiging van de werkzaamheden, in elk geval voor zonsondergang, de voorwerpen of stoffen van de weg verwijderd zijn;

- f. voor voertuigen;
 - g. voor voorwerpen of stoffen waarop gedachten of gevoelens als bedoeld in artikel 7 van de Grondwet worden geopenbaard;
 - h. voor het innemen van een standplaats als bedoeld in artikel 5.2.3 of een marktplaats als bedoeld in de Marktverordening.
3. Het is verboden op, in, aan, over of boven de weg voorwerpen of stoffen waarop gedachten of gevoelens als bedoeld in artikel 7 van de Grondwet worden geopenbaard te plaatsen, aan te brengen of te hebben, indien deze door hun omvang of vormgeving, constructie of plaats van bevestiging schade toebrengen aan de weg, gevaar opleveren voor de bruikbaarheid van de weg of voor het doelmatig en veilig gebruik daarvan, danwel een belemmering vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud van de weg.
4. Voor de toepassing van het tweede lid, onder d, wordt onder weg verstaan wat artikel 1 van de Wegenverkeerswet 1994 daaronder verstaat.
5. Een vergunning bedoeld in het tweede lid, aanhef en onder a, kan - voor zover gebaseerd op dit artikel - worden geweigerd:
- a. indien het beoogde gebruik schade toebrengt aan de weg, gevaar oplevert voor de bruikbaarheid van de weg of voor het doelmatig en veilig gebruik daarvan, dan wel een belemmering kan vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud van de weg;
 - b. indien het beoogde gebruik hetzij op zich zelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand;
 - c. in het belang van de voorkoming of beperking van overlast voor gebruikers van de in de nabijheid gelegen onroerende zaak.
6. a. Het verbod in het eerste lid geldt niet voor zover in het daarin geregelde onderwerp wordt voorzien door de Wet beheer rijkswaterstaatswerken of de Wegenverordening Zuid-Holland.
- b. De weigeringsgrond van het vijfde lid, onder a, geldt niet voor zover in het daarin geregelde onderwerp wordt voorzien door artikel 5 van de Wegenverkeerswet.
- c. De weigeringsgrond van het vijfde lid, onder b, geldt niet voor bouwwerken;
- d. De weigeringsgrond van het vijfde lid, onder c, geldt niet voor zover in het geregelde onderwerp wordt voorzien door de Wet milieubeheer.
7. Het is verboden zonder vergunning van het college op of aan de weg warenautomaten te plaatsen, te bevestigen of te hebben.

Artikel 2.1.10 Winkeluitstallingen

1. Onverminderd het bepaalde in artikel 2.1.9 en de Verordening reclamebelasting en de Verordening precariobelasting en rechten, is het gedurende de openingstijden en in de winkeluitstallingszone van de desbetreffende winkel toegestaan goederen uit te stallen of uitgesteld te hebben om deze te koop aan te

bieden, te verkopen of te verstrekken aan het publiek, en in het kader van verkoop of dienstverlening vanuit een winkel één reclameuiting te plaatsen of geplaatst te hebben, mits:

- a. de reclameuiting niet hoger is dan 1,25 meter, niet breder is dan 0,85 meter en de voet niet meer ruimte in beslag neemt dan 0,7 vierkante meter;
 - b. de toegang tot belendende percelen niet wordt gehinderd;
 - c. de winkeluitstalling of de reclameuiting niet in strijd is met de openbare orde;
 - d. de winkeluitstalling of de reclameuiting niet in strijd is met de brandveiligheid;
 - e. de winkeluitstalling of de reclameuiting, niet in strijd is met de verkeersvrijheid of verkeersveiligheid.
2. In afwijking van het eerste lid kan het college nadere regels stellen met betrekking tot winkeluitstallingen in door hem aangewezen gebieden, die betrekking hebben op:
- a. de situering, oppervlakte en omvang van de uitstalling;
 - b. de constructie van de uitstalling;

NB: artikel 1.1 APV luidt:

- l. reclameuiting: uiting met handelsreclame die los op straat in de winkeluitstallingszone wordt gezet.
- m. winkeluitstallingszone: een zone op de stoep voor de winkelpui van maximaal 1 meter gemeten uit de gevel van een winkel en lopend over de gehele breedte van de winkelpui, indien de stoep ter plaatse, gemeten van de gevel tot en met de stoeprand, minimaal 3,50 meter breed is en een obstakelvrije ruimte van 1,80 meter gegarandeerd blijft;

Artikel 2.4.2 Plakken en kladden

- 1. Het is verboden de weg of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf de weg zichtbaar is te bekrassen of te bekladden.
- 2. Het is verboden zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende op de weg, op dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf de weg zichtbaar is of op een op de weg staande roerende zaak:
 - a. een aanplakbiljet of ander geschrift, afbeelding of aanduiding, aan te plakken of aan te doen plakken of op andere wijze aan te brengen of te doen aanbrengen;
 - b. met kalk, krijt, teer of een kleur- of verfstof enige afbeelding, letter, cijfer of teken aan te brengen of te doen aanbrengen.
- 3. Het in het tweede lid gestelde verbod is niet van toepassing indien gehandeld wordt krachtens wettelijk voorschrift.
- 4. Het college kan aanplakborden aanwijzen voor het aanbrengen van meningsuitingen en bekendmakingen.
- 5. Het is verboden de in het vierde lid bedoelde aanplakborden te gebruiken voor het aanbrengen van handelsreclame.

6. Het college kan nadere regels stellen voor het aanbrengen van meningsuitingen en bekendmakingen, die geen betrekking mogen hebben op de inhoud van de meningsuitingen en bekendmakingen.
7. De houder van de in het tweede lid bedoelde schriftelijke toestemming is verplicht die aan een opsporingsambtenaar op diens eerste vordering terstond ter inzage af te geven.

Artikel 2.4.3 Vervoer plakgereedschap e.d.

1. Het is verboden tussen 22.00 uur en 06.00 uur op de weg of openbaar water te vervoeren of bij zich te hebben enig aanplakbiljet, aanplakdoek, kalk, teer, lijm, plakmiddel, kleur- of verfstof, verfspuitbus of verfgereedschap.
2. Dit verbod is niet van toepassing, indien de genoemde materialen of gereedschappen niet zijn gebruikt of niet zijn bestemd voor handelingen als verboden in artikel 2.4.2.

Artikel 4.5.2 Handelsreclame op onroerende zaken

1. Het is verboden op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die vanaf de weg zichtbaar is, indien:
 - a. de veiligheid van het verkeer in gevaar wordt gebracht;
 - b. de constructieve - of brandveiligheid in gevaar wordt gebracht;
 - c. hinder, overlast of gevaar voor de omgeving wordt veroorzaakt;
 - d. de handelsreclame, hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving in strijd is met redelijke eisen van welstand;
 - e. overlast voor gebruikers van een in de nabijheid gelegen onroerende zaak ontstaat; of
 - f. de handelsreclame in strijd is met de openbare orde of de goede zeden.
2. Het verbod, bedoeld in het eerste lid geldt niet voor onverlichte:
 - a. opschriften, aankondigingen of afbeeldingen in het inwendig gedeelte van een onroerende zaak, die niet kennelijk gericht zijn op zichtbaarheid vanaf de weg;
 - b. opschriften of aankondigingen op of aan onroerende zaken, daartoe aangewezen door de overheid;
 - c. opschriften of aankondigingen kleiner dan 0,50 m² en waarvan de langste zijde korter dan 1 meter is, 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 en voorzover zij geplaatst zijn op, aan of bij de onroerende zaak; of
 - d. opschriften en aankondigingen betrekking hebbend op het beroep, de dienst, of het bedrijf dat in of op de onroerende zaak wordt uitgeoefend of waarvoor die zaak

is bestemd, zomede op naamborden, met dien verstande dat indien de onroerende zaak die gelegen is in:

- 1° een door de raad aangewezen reclame-arme zone: de opschriften, aankondigingen of naamborden gezamenlijk geen grotere oppervlakte hebben dan 0,50 m² en geen van alle een grotere afmeting in een richting hebben dan 1,00 meter en zijn aangebracht op of aan de onroerende zaak;
 - 2° een door de raad aangewezen reclamezone: de opschriften, aankondigingen of naamborden tezamen niet groter dan 1,0 m² zijn en geen van alle een grotere afmeting in een richting hebben dan 2,00 meter en zijn aangebracht op of aan de onroerende zaak;
 - e. opschriften die betrekking hebben op de naam of aard van in uitvoering zijnde bouwwerken of op de namen van degenen die bij het ontwerp of de uitvoering van het bouwwerk betrokken zijn, mits deze opschriften zijn aangebracht op borden op de bouwplaats, kleiner dan 6,0 m² en waarvan de langste zijde korter is dan 3,0 m, bij of op de in uitvoering zijnde bouwwerken zelf, zulks voor zolang zij feitelijke betekenis hebben;
 - f. opschriften of aankondigingen op of aan onroerende zaken dienstbaar aan het openbaar vervoer, indien deze zijn aangebracht ten dienste van dat vervoer.
3. De raad of het college kan nadere regels geven ten aanzien van:
 - a. de veiligheid van het verkeer, bedoeld in het eerste lid;
 - b. de constructieve - en brandveiligheid, bedoeld in het eerste lid;
 - c. hinder, overlast of gevaar voor de omgeving als bedoeld in het eerste lid;
 - d. redelijke eisen van welstand als bedoeld in het eerste lid; of
 - e. overlast voor gebruikers als bedoeld in het eerste lid.
 4. Het bevoegde bestuursorgaan kan ontheffing verlenen van het verbod, bedoeld in het eerste lid.
 5. Het eerste lid geldt niet voor zover in het daarin geregeld onderwerp wordt voorzien door de Provinciale landschapsverordening .
 6. Het eerste lid, onder c en e geldt niet voor zover in het daarin geregelde onderwerp wordt voorzien door de Wet milieubeheer.
 7. Het eerste lid, onder b en d, geldt niet voor bouwwerken.

Artikel 5.1.7 Parkeren van reclamevoertuigen

1. Het is verboden een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame, op de weg te parkeren met het kennelijk doel om daarmee handelsreclame te maken.
2. Het college kan van het in het eerste lid gestelde verbod ontheffing verlenen.

Bijlage 3a: Reclamebeleid Lijnbaan

0.0 Uitgangspunten.

De reclamevoering dient terughoudend te zijn om het karakter van de Lijnbaan zo min mogelijk aan te tasten. Daarom zullen voor de reclamevoering onder de luifels strakke regels worden gehanteerd. Voor de reclamevoering aan de gevel boven de luifel is een grotere vrijheid mogelijk.

Over de richtlijnen bestaat overeenstemming met de Vereniging van Winkeliers / eigenarenvereniging.

In principe is voor reclame die voldoet aan onderstaande regels een snelle goedkeuringsprocedure mogelijk. Voor afwijkingen en andersoortige projecten is op voorhand overleg nodig.

1.0 Reclame haaks op de gevel.

1.0 Onder de luifels.

Deze mag alleen ter plaatse van de standaardvoorziening komen, waarbij deze maximaal om-en-om aangewend mogen worden. Het moet een lichtbak zijn die voldoet aan de tekening volgens bijlage (maten 900 x 150 x 210 mm (lxbxh) en afstand tot luifel 100 mm.

1.1 Boven de luifels.

Deze mag alleen bevestigd zijn aan de strippen van de verticale stalen gevelpanelen; niet op de bouwmuren. Maximaal 1 stuks per 8,80 m' of als een pand kleiner is: maximaal 1 per pand. Bij hoekpanden niet overhoeks, maar pas aan de 1^e penant vanaf de hoek. Maximale afmeting 2.100 x 900 x 210 mm (hxbxd).

2.0 Reclame evenwijdig aan de straat op de gevel.

2.0 Onder de luifels.

Alleen toegestaan in het gevelvlak, achter de rooilijn.

2.1 Boven de luifels.

Niet toegestaan.

2.2 Op het dak.

Open letters, evenwijdig aan de gevel, met een maximale hoogte van 600 mm, (geen bakken), staand op dakrand.

Bijlage 3b: Reclamebeleid Beurstraverse/plein

Bij de bouw van de Beurstraverse zijn criteria voor maatvoering, plaatsing en vormgeving van reclames opgesteld. Deze blijven gelden en zijn opgenomen in bijgaande tekeningen.

Bijlage 4: Reclamegebieden Rotterdam

Colofon:

Het projectteam bestond uit:

Guus Enning (dS+V/Vergunningen, auteur) en Jaap voor in 't Holt (secretaris Commissie Welstand en Monumenten).

Verder werd meegewerkt door: Hugo Schut (commissiesecretaris Welstand en Monumenten), Richard Klapwijk (Atelier 8, Breda), Annemieke Fontein (Afd. Stedenbouw), André Kegge (GW), Bernard Slotboom (OBR), Pieter Bruins Slot, Barend Dijkstra (BSD) en tal van andere medewerkers van dS+V, STZ en Bestuursdienst.