GEMEENTE VALKENSWAARD

GEMEENTE VALKENSWAARD

reclamebeleid

WELSTANDSNOTA BIJLAGE C

INHOUDSOPGAVE

		Blz.
0.0	INLEIDING	3
0.1	Beoordelingsaspecten	5
0.2	Gebiedsindeling	5
0.3	Gelijkwaardigheidsbeginsel	5
0.4	Veiligheid	5
0.5	Lichtvervuiling	5
1.0	ALGEMENE VOORWAARDEN	7
2.0	BEBOUWDE KOM	7
2.1	Woongebieden	7
2.2	Winkelgebieden	8
2.3	Beschermd stads- of dorpsgezicht	9
3.0	BEDRIJVENTERREIN	11
4.0	SPORTTERREINEN	12
5.0	BUITENGEBIED	13
5.1	Inleiding	13
5.2	Landschapsverordening Noord- Brabant	
5.3	Algemene voorwaarden	13
5.4	Agrarische bestemming perceelsgebonden	14
5.5	Niet agrarische bestemming perceelsgebonden	14
5.6	Vrijstaand op een perceel (met positief bestemde niet agrarische bestemming)	15
5.7	Op of aan een gebouw	15
6.0	OVERGANGSGEBIEDEN EN VERBINDINGSASSEN	16
	Samenvatting in schema's	17
7	RECLAMES AAN LICHTMASTEN	21
8	VLAGGEN EN BANIEREN	24
9	BOUWPROJECTBORDEN	26

10 BILLBOARDS / MEGABOARDS / DOUBLE BOARDS 27

11 ROTERENDE DISPLAYS 28

12 SPANDOEKEN 30

13 KOOP, VERKOOP EN HUUR VAN ONROEREND GOED 31

14 ABRI'S 32

15 GELEGENHEIDSVERSIERINGEN 33

16 SANDWICHPANELEN, ENKELVOUDIGE BORDEN EN DRIEHOEKSBORDEN 34

17 PUBLEX BORDEN 35

18 UITSTALLINGEN EN LOSSE RECLAMEBORDEN 36

19 GEMEENTEPLATTEGRONDEN 38

20 VERKIEZINGEN VOOR HET OPENBAAR BESTUUR 39

21 AANKONDIGINGSBORDEN MET WISSELBARE TEKSTEN 40

0.0 INLEIDING

Reclame is niet meer weg te denken uit onze samenleving. De invloed van reclame op ons dagelijks leven is de afgelopen decennia steeds groter geworden. Er is vrijwel geen medium dat gevrijwaard is van reclameboodschappen. Vrijwel elke (al dan niet virtuele) omgeving zal vroeg of laat met reclame-uitingen worden geconfronteerd.

Reclame kan veel verschillende vormen aannemen. De traditionele vorm, een wervende boodschap, heeft inmiddels een subtielere pendant gekregen in de vorm van sponsoring. Veel non-profitorganisaties blijven in leven dankzij de “steun” van de commercie. Maar ook commerciële bedrijven zien in het verhuren van reclameruimte een aantrekkelijke tweede bron van inkomsten. Zo kan een stadsbus een rijdend billboard worden, en worden literatuurprijzen vernoemd naar uitgeverijen van tijdschriften.

Er is een belangrijk onderscheid te maken tussen plaatsgebonden en niet-plaatsgebonden reclame. Waar niet-plaatsgebonden reclame slechts tot doel heeft de consumptie van een bepaald product te bevorderen, of aan te zetten tot een bepaalde handeling, is het doel van plaatsgebonden reclame in eerste instantie de aanwezigheid van de producent, de persoon, het bedrijf of instantie achter de reclame, in een bepaalde omgeving herkenbaar te maken. Dit is een van de oudste vormen van reclame: het uithangbord, de gevelbelettering.

In de openbare ruimte treffen we voornamelijk plaatsgebonden reclame aan. Niet-plaatsgebonden reclame wordt, in Nederland, slechts zeer restrictief toegelaten: een beperkt aantal billboards op de belangrijkste verbindingsassen van een stad, het logo van de voornaamste geldschieter op de gevel van een woontoren. Verder zijn er de al eerder genoemde mobiele reclame-uitingen, en kan de argeloze voorbijganger overal worden geconfronteerd met tijdelijke reclamemanifestaties, flyers en (illegaal) plakwerk. Plaatsgebonden reclame heeft in de openbare ruimte een duidelijke functie: zowel producent als consument zullen erbij gebaat zijn wanneer de consument snel zijn weg naar de producent weet te vinden. Er is in die gevallen zowel een privé-belang als een gemeenschappelijk belang te onderkennen. Voor niet-plaatsgebonden reclame in de openbare ruimte is het gemeenschappelijk belang afwezig, of op zijn minst zeer twijfelachtig. Bij alle reclame-uitingen is er bovendien een tegengesteld belang aan te wijzen: dat van de ruimtelijke kwaliteit van onze dagelijkse leefomgeving. Een overdaad aan reclame tast die kwaliteit aan.

Welstandsbeleid en –zorg moeten de ruimtelijke kwaliteit

van onze dagelijkse leefomgeving bewaken. Reclame-uitingen in de openbare ruimte zijn dan ook onderwerp van welstandstoetsing.

Om in de gebouwde omgeving het fenomeen reclame beheersbaar te houden is het voor gemeenten van belang hierover een afgewogen beleid voor te formuleren. Deze notitie vormt als onderdeel van de welstandsnota van de gemeente Valkenswaard de basis voor dat beleid. Bovendien verschaft hij duidelijkheid omtrent de wijze waarop de welstandscommissie in voorkomende gevallen toetst. Elke aanvraag wordt echter, zoals de wet dat eist, individueel beoordeeld zowel op zichzelf als in relatie tot de omgeving.
Reclame is een uitermate precedentgevoelig fenomeen en heeft de neiging, onder de druk van de concurrentie, steeds groter en opzichtiger te worden. Juist daarom is het formuleren van beleid zeer belangrijk. Het stellen van grenzen met betrekking tot omvang heeft daarnaast ook een kwaliteitsverhogend effect. Door het stellen van maximale oppervlaktes e.d. zal men, om zich te onderscheiden, zoeken naar meer creatieve wegen waardoor de kwaliteit toeneemt.

Afwijkingen van het beleid zullen al snel tot een vervaging van de normen leiden en het begrip van de burger voor de wijze van beoordelen zal hierdoor afnemen. Het is dus van groot belang dat een gemeentelijke visie op de grenzen en mogelijkheden van reclametoepassing in een hanteerbaar beleid wordt omgezet, en dat dit beleid op standvastige wijze wordt gehandhaafd.

0.1 BEOORDELINGSASPECTEN

Bij het vaststellen van normen voor reclametekens, is het zinvol onderscheid te maken tussen de verschillende gebieden in een gemeente.
Een woonwijk vraagt een andere benadering dan een winkelgebied. Een beschermd dorpsgezicht, maar ook het buitengebied, zal ernstig aangetast worden bij plaatsing van reclametekens die op een bedrijventerrein gebruikelijk zijn.

0.2 GEBIEDSINDELING

Met betrekking tot het toepassen van reclametekens gaat deze notitie uit van de volgende indeling:

- Bebouwde kom: § 2.0
  - ❖ winkelgebieden § 2.2
  - ❖ woongebieden § 2.1
  - ❖ beschermd stads- of dorpsgezicht § 2.3
- Bedrijventerrein: § 3.0
- Sportterreinen: § 4.0
- Buitengebied: § 5.0
  - ❖ agrarisch
  - ❖ niet agrarisch
- Overgangsgebieden en verbindingsassen § 6.0

Per gebied zal een eigen beleid geformuleerd worden met zijn eigen uitgangspunten en normen.

0.3 GELIJKWAARDIGHEIDSBEGINSEL

Deze nota geeft algemeen geldende voorschriften voor reclame-uitingen. In de praktijk kunnen zich situaties voordoen waarin de letterlijke toepassing niet mogelijk dan wel onevenredig beperkend uitvalt. In dergelijke gevallen kan, indien de reclame naar aard en omvang gelijkwaardig kan worden geacht met de in dit voorschrift geformuleerde doelstelling op basis van toepassing van het gelijkwaardigheidsbeginsel worden geaccepteerd.

0.4 VEILIGHEID

Reclameobjecten mogen geen bedreiging vormen voor de veiligheid in al zijn facetten. Dat geldt zowel hun plaats als hun constructie of uitvoering.

0.5 LICHTVERVUILING

Licht is onmisbaar in het leven van mens en dier. Maar dat geldt ook voor de duisternis. De natuurlijke balans tussen beide wordt steeds verder verstoord door een overmaat

aan kunstlicht. In dat verband wordt ook wel gesproken van lichtvervuiling. Waarnemingen vanuit de ruimte maken het tegenwoordig mogelijk om dit verschijnsel grootschalig te onderzoeken. Uit recent onderzoek blijkt dat Nederland tot de koplopers behoort waar het gaat om verhoging van het natuurlijke lichtniveau. In verstedelijkte gebieden komen kunstmatige hemelhelderheden voor van 9 tot 27 maal hoger dan de natuurlijke hemelhelderheid en buiten de grote steden zelfs nog waarden tot het tienvoudige van de natuurlijke hemelhelderheid.
Toepassing van kunstlicht wordt bevorderd in het kader van de veiligheid in het verkeer en in sociaal opzicht. Tegenover de voordelen staan ook nadelen zoals de belasting voor het milieu en de verstoring van de natuurlijke leefomgeving van mens en dier. Door de steeds maar toenemende lichtbelasting wordt het onderwerp lichtvervuiling steeds meer een maatschappelijk discussiepunt.

Reclame-uitingen zijn veelal voorzien van lichtbronnen. Ook zij leveren daarmee een bijdrage aan de "lichtdiscussie". In de nachtelijke uren wordt de impact van reclames niet alleen bepaald door hun vormgeving en afmetingen maar ook door hun verschil in helderheid ten opzichte van de achtergrond.
In centrumgebieden waar het achtergrondniveau vrij hoog is leidt dat niet vaak tot storende effecten, maar in woongebieden en in de overgangszones naar het buitengebied is een zorgvuldige afstemming nodig ter voorkoming van te grote helderheidsverschillen.

Beleid

Beperking van de lichtemissie wordt bevorderd afhankelijk van de plaats en de afmetingen van reclames. Veelal is niet alleen de hoeveelheid licht te reduceren door aanpassing van het geïnstalleerd vermogen maar ook door de uitvoering van de reclame. Door bijvoorbeeld de bakken in zogenaamd "diapositief "[1] uit te voeren kan de emissie sterk worden gereduceerd zonder afbreuk te doen aan het beoogde commerciële effect.
Afhankelijk van de plaats en de aard van de reclame kunnen burgemeester en wethouders daarom nadere eisen stellen aan de lichtemissie van de reclame.

[1] Daarmee wordt bedoeld dat de achtergrond van de bak niet of nauwelijks lichtdoorlatend is.

1.0 ALGEMENE VOORWAARDEN

In het algemeen geldt dat reclametekens alleen aanvaardbaar zijn als zij een directe relatie hebben met de gekozen situering, de afmetingen en kleuren afgestemd zijn op het karakter van de directe omgeving en zij niet groter zijn dan voor een goede leesbaarheid voor die situering noodzakelijk is. De reclametekens dienen qua afmetingen en plaatsing op de gevelopzet afgestemd te worden. De hierna te noemen maximum maten dienen in dit licht bezien te worden; er zullen zich situaties voordoen waarbij ook deze maximum maten de welstand nog te zeer zullen verstoren. Het toepassen van losse letters en aanlichten van reclameteksten verdient de voorkeur boven het toepassen van lichtbakken. Bij lichtbakken is het raadzaam een donker fond te kiezen met heldere letters, ook i.v.m. de verkeersveiligheid (verblindingeffecten). Merkreclames zijn alleen denkbaar indien het bedrijf slechts één product voert; te denken valt b.v. aan een autodealer. Dit om een wildgroei aan tekens te voorkomen. Tenslotte: Ook een reclame vraagt om een zorgvuldige vormgeving en een goede integratie in de gebouwde context.

2.0 BEBOUWDE KOM

2.1 Woongebieden

In een gebied dat hoofdzakelijk is ingericht voor woondoeleinden passen geen reclametekens. Er ontbreekt immers een relatie tussen het woonmilieu en reclame-uitingen.

Woningen met praktijkruimte

Een uitzondering hierop vormen woningen met een praktijkruimte voor het uitoefenen van een vrij beroep, zoals een arts, architect of verzekeringsadviseur. In dergelijke gevallen is een bescheiden aanduiding aanvaardbaar.

- Maximale oppervlakte 0.20 m^2.
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden, en/of een vignet (geen merkreclames!).
- Aanlichten van de reclametekst verdient de voorkeur boven lichtreclame.
- Bevestiging tegen gevel t.p.v. de bedrijfstoegang.
- Bij aanwezigheid van voortuinen is plaatsing van een bord in de tuin denkbaar, mits zorgvuldig (als tuinmeubel) vormgegeven, geïntegreerd in het tuinontwerp. Het toepassen van lichtbakken is dan niet geschikt, beperkte aanlichting wel. Totaalhoogte

maximaal 1.20 m.
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden.

Bedrijfsbebouwing met positieve bestemming

Voor bedrijfsbebouwing met een positieve bestemming in een woonomgeving gelden de volgende uitgangspunten: Alleen aanduidingen die betrekking hebben op naam en aard van het bedrijf zijn toelaatbaar. Het voeren van een merkreclame is alleen mogelijk indien het bedrijf slechts één merkproduct verkoopt (denk b.v. aan een autodealer). In andere gevallen zal al snel door een te veel aan reclames een onrustig totaalbeeld ontstaan.
Per 10 meter gevelbreedte aan straatzijde is 1 m^2 reclame mogelijk. Per gebouw dient in principe niet meer dan 1 reclameteken gelijktijdig zichtbaar te zijn. Uitzondering hierop kan gemaakt worden voor gebouwen die gevels aan meer dan een straat hebben. Het aantal tekens blijft dan 1 per naar de straat gekeerde gevel. Bij een grotere gevelbreedte dan 15 m zijn twee reclametekens denkbaar. De reclame dient te worden aangebracht op begane grond niveau, in ieder geval onder de verdiepingsramen. Uiteraard gelden ook hier weer de algemene uitgangspunten m.b.t. vormgeving, kleurstelling en plaatsing t.o.v. het gevelvlak. Het integreren van vrijstaande bescheiden reclametekens in de voortuin is denkbaar mits plaats, vormgeving en kleur worden afgestemd op de omgeving. Het toepassen van lichtbakken is dan niet geschikt, beperkte aanlichting wel. De maximale hoogte van een dergelijk element is sterk afhankelijk van de situatie, doch mag de 2.25 m niet overschrijden.

2.2 Winkelgebieden

In gebieden met een uitgesproken winkel en/of promenade karakter zijn de mogelijkheden tot reclamevoering ruimer dan in woongebieden.
Gezien de grote vormverscheidenheid van winkelgebieden en reclames, is het niet mogelijk richtlijnen te formuleren die 100% uitsluitsel geven over de aanvaardbaarheid van reclames.

Algemeen kan gesteld worden dat de reclames op winkelniveau, d.w.z. het begane grond niveau geplaatst dienen te worden, zodat er een directe en logische relatie tussen het reclameteken en de functie ontstaat en de overlast voor eventuele bovenwoningen beperkt wordt.
In beginsel dient de oppervlakte van reclametekens al of niet verlicht, de 2 m^2 per 10 meter gevelbreedte aan de straatzijde, niet te overschrijden.
Als er sprake is van een luifel, dan is plaatsing tégen de luifel beter dan plaatsing óp de luifel.
De hoogte van de reclame dient op die van de luifel afgestemd te worden met een maximum hoogte van 0.5m.

Bij een plaatsing evenwijdig aan de luifel is een lengte van maximaal 60% van de winkelbreedte denkbaar. Loodrecht op de luifel geen reclametekens aanbrengen. Loodrecht onder de luifel bestaat vaak de mogelijkheid op bescheiden maar effectieve wijze reclame te voeren. Indien geen luifel aanwezig is, kan een lichtbak met bovenstaande afmetingen op de gevel aangebracht worden mits qua afmetingen en plaatsing afgestemd op de gevelopzet. Loodrecht op de gevel is er per 6 m^1 winkelbreedte een reclame mogelijk met een maximale oppervlakte van 0.75 m^2, met een maximale hoogte en breedtemaat van 1.25 m. Per gebouw van minder dan 10 meter breedte aan straatzijde, dient in principe niet meer dan één reclameteken gelijktijdig zichtbaar te zijn. Een uitzondering is te maken voor gebouwen die gevels aan meer dan één straat hebben. Het aantal tekens blijft dan één per naar de straat gekeerde gevel.

Huisstijl, clusters en thematische aanpak

Sommige winkelcomplexen vormen een architectonische eenheid. Daarbij kan met name worden gedacht aan De Kerverij, Corridor-West, De Belleman en 't Gegraaf. De samenhang in de architectuur wordt algemeen ervaren als een vorm van kwaliteit. Deze complexen zijn meestal eigendom van institutionele beleggers. In deze gevallen wordt er gestreefd naar samenhang in de reclame-uitingen. Per complex leidt dat tot een basisprotocol dat naar aard en omvang wordt getoetst aan de hier geformuleerde algemene richtlijnen. Individuele aanvragen worden vervolgens getoetst aan het in overleg met de eigenaar vastgestelde protocol.

2.3 Beschermd stads- of dorpsgezicht / gevoelige gebieden

Het vaststellen van een beschermd stads- of dorpsgezicht heeft het behoud van de cultuurhistorische waarden van een dergelijk gebied ten doel.
Stads- en dorpsgezichten kunnen worden beschermd op grond van de Monumentenwet. Deze zwaarste vorm van bescherming is in Valkenswaard niet van toepassing. Een bescherming op grond van het bestemmingsplan komt echter wel voor. Als voorbeelden kan daarbij worden gedacht aan de omgeving van de kerk in Dommelen en de Kleine Markt. Daarnaast en aansluitend daarop heeft de welstandsnota bijzondere aandacht voor deze gevoelige gebieden. Inhoudelijk wordt daarvoor verwezen naar Bijlage A van de Nota.
Om een harmonie met deze waarden te bereiken dienen reclame-uitingen in zijn algemeenheid gekenmerkt te worden door een gebruik van traditionele middelen, materialen, vormen en kleuren. Voorbeelden van traditionele middelen zijn het uithangbord en het beletteren

van kroonlijsten of luifels boven entree of etalage partijen. Uiteraard is het van groot belang dat de reclameaanduiding op harmonieuze manier opgenomen wordt in de architectuur van het pand of zelfs daartoe bijdraagt. Felle kleuren, grote ongelede vlakken met reclameboodschappen evenals lichtbakken zijn storend doordat zij onvoldoende passen in de traditionele karakteristiek. Het aanlichten van losse letters op gevel of luifel biedt een goed alternatief voor lichtbakken.

3.0 BEDRIJVENTERREINEN

Bij bedrijventerreinen kan een onderscheid gemaakt worden tussen verschillende soorten boodschappen.

1. Naam-, beroeps- en/of productaanduiding met een directe relatie tot het betreffende bedrijf.
2. Verwijzingsreclame c.q. routeborden op het bedrijventerrein.
3. Gezamenlijke presentatie van de bedrijven m.b.t. b.v. masten bij de entree van het terrein.

Ad 1 Gezien de grotere schaal van de gebouwen en het utilitaire karakter, is een grotere hoeveelheid reclame denkbaar. Uitgangspunt blijft dat de reclame op een logische plaats tegen het gebouw aangebracht dient te worden, b.v. bij de entree, en afgestemd dient te zijn op de massaopzet en gevelopzet.
Indien plaatsing tegen een gevel niet mogelijk is, b.v. bij glasvliesgevels, de reclametekst boven of in de buurt van de entree aanbrengen. Ook is een plaatsing op de dakrand dan mogelijk indien uitgegaan wordt van losse letters. Los geplaatste ornamenten zijn denkbaar, mits zorgvuldig vormgegeven, geplaatst bij de toegang tot het bedrijf en qua hoogte afgestemd op het kantoorgedeelte van het bedrijf met een maximum hoogte van 3.50 m.
Per bedrijf is maximaal één merkreclame toelaatbaar.

Ad 2 Routeborden in één uniform kader zijn mogelijk. Per terrein zal een dergelijk kader moeten worden ontwikkeld en vormgegeven.
Alleen naamsaanduidingen van het bedrijf en branche, c.q. beroepsaanduiding zijn toegestaan.

Ad 3 Een gezamenlijke presentatie bij de entree van het bedrijventerrein is denkbaar eventueel in combinatie met een plattegrond en routebeschrijving. Een zorgvuldige vormgeving is dan essentieel. De hoogte dient beperkt te blijven tot 5m. maximaal.

4.0 SPORTTERREINEN

Sportterreinen zijn meestal in een "groene" omgeving gesitueerd. Het aanbrengen van reclames niet gericht op het complex zelf is slecht passend en niet aanvaardbaar. Naamsreclame voor de sportvereniging zelf is i.v.m. de bereikbaarheid wel mogelijk, mits deze aanduidingen qua maat, vormgeving en kleurstelling zijn afgestemd op het karakter van de omgeving. Het verdient aanbeveling om tenminste per complex één uniform systeem te ontwikkelen. Reclame-uitingen, gericht op het complex zelf zijn denkbaar (borden rond het (voetbal)veld, naamsaanduiding op kantine) indien de naar de natuur gekeerde zijde donker van kleur is en de hoogte gerekend vanaf maaiveld maximaal 1.20 m bedraagt.
Het toepassen van lichtreclame dient verder beperkt te blijven tot één lichtreclame per vereniging, aangebracht op het clubgebouw met een maximale afmeting van 1.00 m^2.

5.0 BUITENGEBIED

5.1 Inleiding

Reclameborden, aankondigingen en verwijzingsborden horen niet thuis in het buitengebied. Ze passen slecht bij het karakter van de omgeving en vormen een visuele vervuiling. Zeker nu het recreatieve karakter van het buitengebied meer aandacht krijgt, is het van belang het karakterverschil tussen de bebouwingskernen en het buitengebied te bewaren c.q. te versterken.

5.2 Landschapsverordening Noord-Brabant 2002

De zorg voor de beeldkwaliteit in het buitengebied behoort zowel tot de gemeentelijke als de provinciale verantwoordelijkheid. Bij besluit van 18 oktober 2002 is door Provinciale Staten van Noord-Brabant de provinciale landschapsverordening vastgesteld. Zij strekt zich uit over het het gebied buiten de bebouwde kommen. Het hier beschreven gemeentelijk beleid is te beschouwen als het complement op deze verordening.

5.3 Algemene voorwaarden

Gebieden die een bijzondere landschappelijke kwalificatie in het bestemmingsplan of streekplan toegekend hebben gekregen zijn in principe niet geschikt om enige vorm van reclame toe te laten. Ter bescherming van het landschapsschoon en ter behoud van het specifieke karakter van deze gebieden is een zeer terughoudend beleid noodzakelijk. In de overige gebieden kunnen reclameborden en/of tekens vrijstaand aan de weg alleen worden toegestaan voor niet agrarische bedrijven met een positieve bestemming. Dit om een teveel aan borden in het buitengebied te weren. Bij agrarische bedrijven is het wel mogelijk kleine bordjes te plaatsen (b.v. "eieren te koop") bovendien is een naamsaanduiding op stal of bedrijfsgebouw mogelijk.

Lichtreclames passen niet in het buitengebied en zullen met name 's avonds als zeer dominant en opzichtig ervaren worden. Daarom is het plaatsen van lichtreclames in het buitengebied in principe niet toelaatbaar.
Verwijsborden zijn in beginsel niet toegestaan evenals niet perceelsgebonden reclameborden en algemene merktekens.
De vormgeving, kleurstelling en plaatsing dient in harmonie met de omgeving te zijn. Dus geen felle kleurwisselingen en schreeuwende kleurcombinaties. Een donker fond met lichtkleurige letters is met name in het buitengebied van belang.

5.4 Agrarische bestemming, perceelsgebonden

Onbebouwd perceel.
Geen reclame toegestaan.

Vrijstaand op een bebouwd perceel.
In principe geen naamsaanduidingen vrijstaand op het perceel. Kleine bordjes met "te koop" producten zijn mogelijk:

- slechts één reclameteken per positief bestemd bedrijf (kan tweezijdig zijn),
- een direct visueel verband tussen het bord en (de toegang van) het bedrijf,
- maximale afmetingen 0.60 m^2, maximale hoogte 1.25 m, maximale breedte 1.25 m,
- geen lichtreclame of aanlichting,
- donkere achtergrond met lichte belettering.

Op of aan een gebouw.
Eén naamsaanduiding op bedrijfsbebouwing per perceel/bedrijf is mogelijk. Maximale afmetingen van de naamsaanduiding is 3% van de geveloppervlakte met een maximum van 2.5 m^2. De naamsaanduiding op een logische wijze plaatsen; dat wil zeggen op een gevel grenzend aan het erf bij de toegang van het bedrijf en integreren met de gevelopzet.

5.5 Niet agrarische bestemming, perceelsgebonden

Onbebouwd perceel (met positief bestemde, niet agrarische bestemming).

- De oppervlakte mag maximaal 0.5 m^2 bedragen.
- De hoogte van het bord mag niet hoger reiken dan 1.25 m boven maaiveld.
- Maximaal 1 bord per terrein.
- Geen lichtreclames c.q. aanlichting.

5.6 Vrijstaand op een bebouwd perceel (met positief bestemde niet agrarische bestemming)

- Oppervlakte per reclameobject maximaal 1 m^2.
- De maximale breedte van het reclameobject is 2m.
- De bovenkant van het opschrift mag niet hoger reiken dan 2.5 m boven het maaiveld. Bij aanwezigheid van b.v. een aarden wal geldt het peil van de weg en/of het bedrijfspand als maaiveld.
- De afmetingen mogen in totaal niet meer dan 2 m^2 bedragen. Deze oppervlakte wordt in mindering gebracht op de maximaal toelaatbare reclame op het gebouw (4 m^2, zie 5.5.).
- Per terrein maximaal 2 reclameobjecten toegestaan.
- Een dubbelzijdige reclame wordt gezien als twee reclameobjecten.
- Geen lichtreclames c.q. aanlichting.
- De plaatsing van de reclame dient een directe relatie met de toegang en/of ingang van het bedrijf te hebben.

5.7 Op of aan een gebouw

- De totale oppervlakte van het opschrift mag niet meer dan 5% van de geveloppervlakte bedragen met een maximum van 4 m^2. Hierbij telt reclame op het perceel mee (zie 5.4.).
- Per gebouw is maximaal één opschrift dat aan straatzijde zichtbaar is toelaatbaar. Een uitzondering kan gemaakt worden voor gebouwen die gevels aan meer dan één straat hebben. Het aantal opschriften is dan één per naar straat gerichte gevel.
- Per gebouw is maximaal 1 lichtreclame toelaatbaar met een maximale oppervlakte van 1 m^2. Uitzondering kan gemaakt worden voor gebouwen die gevels hebben aan meer dan één straat.
- De opschriften dienen te zijn opgenomen in de architectonische opbouw van de gevel en daaraan zo mogelijk bij te dragen. Plaats, afmeting en kleur worden mede daardoor bepaald. Het is zeker niet ondenkbaar dat in bepaalde gevallen de maximale afmetingen nog te ruim zijn.

6.0 OVERGANGSGEBIEDEN EN VERBINDINGSASSEN

Met overgangsgebieden worden de zones bedoeld waar de andere gebieden (woon- en winkelgebieden, beschermde gezichten, bedrijventerreinen, sportterreinen en buitengebied) aan elkaar grenzen. Deze gebieden vallen vaak samen met verbindingsassen, waar het verkeer de enige duidelijk aanwijsbare functie is. De vorm van de buitenruimte wordt hier dan ook in mindere mate door bebouwing bepaald. Niet bij elke overgang is een dergelijk gebied aanwezig: sommige ruimtelijk-functionele structuren sluiten naadloos op elkaar aan.

Overgangsgebieden zijn vanwege hun mono-functionele karakter en, meestal, grote verkeersstromen, geschikte plaatsen voor het maken van tijdelijke reclame voor bijvoorbeeld evenementen en voorstellingen. Ook zullen zich in deze zones vaak informatiedragers bevinden, zoals gemeente- en wijkplattegronden.
Wanneer de gemeente besluit medewerking te verlenen aan de plaatsing van dragers voor wisselende reclame-uitingen (billboards) dan zullen deze gebieden daarvoor in het algemeen de meest aangewezen plekken zijn. Overigens zal ook hier een zorgvuldige plaatskeuze en afstemming op de omgeving noodzakelijk blijven, en blijft een welstandstoetsing dus ook nodig.

Tenslotte: "snelwegmasten" zijn, i.v.m. de verregaande horizonvervuiling naar alle zijden, niet toelaatbaar.

BUITENGEBIED

	AGRARISCHE BESTEMMING	NIET AGRARISCHE BESTEMMING
Onbebouwd perceel	geen reclame toegestaan	- max. 0.5m^2; - hoogte max. 1.25 m boven maaiveld; - max. 1 bord per terrein; - geen lichtreclame c.q.aanlichting
Vrijstaand op bebouwd perceel	geen reclame toegestaan (mits "te koop" bordjes)	- oppervl. per object max. 1 m^2; - max. breedte 2. m; - max. totaalhoogte 2,5 m boven maaiveld; - max. 2 m^2 totaal; - max. 2 borden per terrein geen lichtreclame c.q. aanlichting; - directe relatie met toegang bedrijf
Op of aan gebouw	- max. 1 naamsaanduiding; - max. 3% van de geveloppervlakte met maximum van 2.5 m^2; - logische plaatsing bij toegang van bedrijf	- max. 5% geveloppervlakte met een maximum van 4 m^2; - per gebouw max. 1 opschrift dat aan de straatzijde zichtbaar is; - bij meerdere gevels aan de straatzijde, dan één teken per naar de straatzijde gekeerde gevel; - max. 1 lichtreclame per gebouw met max. oppervlakte van 1 m^2.

+ PROVINCIALE LANDSCHAPSVERORDENING
(bijlage)

BEDRIJVENTERREIN

	A	B	C
PLAATSING	tegen de gevel	op de dakrand	vrijstaand
MAXIMALE AFMETING	5% geveloppervlakte met een maximum van 10 m^2	3% geveloppervlakte met een maximum van 5 m^2	3 m^2
MAXIMALE LENGTE	gevelbreedte	een halve gevelbreedte	2 m
MAXIMALE BREEDTE	2 m	0.8 m	----
MAXIMALE HOOGTE TOTAAL	n.v.t.	---	hoogte kantoor met een maximum van 3 m
AANTAL	1 per naar de straat gekeerde gevel	1 per naar de straat gekeerde gevel	1 per afzonderlijke toegang
NADERE EISEN	vormgeving, afmetingen, plaatsing afstemmen op de gevelopzet	losse tekens	- geplaatst bij toegang van het bedrijf; - zorgvuldige vormgeving en materiaaltoepassing uitermate belangrijk

BIJZONDERHEDEN.

- De hierboven genoemde maten zijn maximum totaalmaten. Bij combinatie van verschillende mogelijkheden (bij a en c) is een middeling nodig, b.v. 60% van de maximum maat genoemd in a, en 40% van de maat genoemd bij b.

- Reclame-uitingen dienen naar het bedrijventerrein zelf gericht te zijn.
  Bij ligging langs grote doorgaande verbindingsassen is op de gevel gericht naar deze as geen reclame mogelijk tenzij de gevel qua uitstraling is afgestemd op die belangrijke zichtlocatie.

BEBOUWDE KOM

		TEGEN DE GEVEL	VRIJSTAAND
WOONGEBIEDEN	**ALGEMEEN**	**GEEN RECLAME**	**GEEN RECLAME**
	woningen met praktijkruimte	- maximaal 0.2 m^2; - alleen naam en aard van het bedrijf en/of vignet met eventuele openingstijden; - bevestiging tegen gevel t.p.v. bedrijfstoegang op begane grondniveau; - voorkeur voor aanlichting i.p.v. lichtbakken	- geen lichtreclame; - zorgvuldige vormgeving geïntegreerd in het tuinontwerp en logisch geplaatst m.b.t. de toegang van het bedrijf; - maximale hoogte 1.20 m; - maximale afmeting bord 0.2 m^2; - geen schreeuwerige kleuren, etc.
	bedrijfsbebouwing (met positieve bestemming)	- geen merkreclames (uitzondering bij verkoop van één product); - per 10 meter gevelbreedte 1 m^2 reclame; - per gebouw maximaal één reclame-uiting gelijktijdig zichtbaar (uitzondering:meerdere gevels gelegen aan de straat) - bij grotere gevelbreedte dan 15 m zijn 2 reclametekens mogelijk	- geen lichtreclame; - zorgvuldige vormgeving geïntegreerd in het bedrijf en logisch geplaatst m.b.t. de toegang van het bedrijf; - maximale hoogte 2.25 m; - maximale afmeting bord 0.5 m^2; - geen schreeuwerige kleuren etc.
		aanbrengen op begane grondniveau	

BEBOUWDE KOM

WINKELGEBIEDEN	TEGEN GEVEL	TEGEN LUIFEL
	- per 10 m straatgevel maximaal 2 m^2 reclametekens; - maximaal 60% van de winkelbreedte - per 6 m straatgevel 1 lichtbak van maximaal 0.75 m^2 loodrecht op de gevel aangebracht; - per gebouw van minder dan 10 m gevelbreedte slechts één reclameteken gelijktijdig zichtbaar per straatgevel	- hoogte afstemmen op die van de luifel met een maximum van 0.5 m^2; - bij plaatsing evenwijdig aan de luifel 60% van de winkelbreedte; - geen reclametekens loodrecht tegen de luifel, indien de hoogte dit toelaat eventueel onder de luifel reclames loodrecht op de gevel aanbrengen; - per gebouw van minder dan 10 m gevelbreedte slechts één reclameteken gelijktijdig zichtbaar per straatgevel

SPORTTERREINEN

VRIJSTAAND	OP OF TEGEN GEBOUWEN
- een uniform systeem voor bewegwijzering en naamsaanduiding; - reclame-uitingen richten op het complex zelf, achterzijde donker; - maximale hoogte 1.20 m; - geen lichtreclame	- lichtreclame maximaal 1 m^2, aangebracht tegen de gevel van het clubgebouw

7 RECLAMES AAN LICHTMASTEN

Reclames aan lichtmasten hebben vaak een dubbelfunctie; enerzijds de reclamefunctie, anderzijds een informatieve functie in de vorm van een verwijzing. Het medium lichtmastreclame is al enkele tientallen jaren in Valkenswaard operationeel. Uit belangstelling vanuit een brede doelgroep alsmede de exploitatie van de lichtmasten voor reclamebakken blijkt dat zeker wordt voorzien in een behoefte. Enerzijds genereren deze reclame-uitingen inkomsten voor de gemeente, maar anderzijds mag er ook geen hinder door ontstaan voor derden. De algemene beeldkwaliteit binnen de gemeente mag echter evenmin onevenredig worden geschaad.
Tot op heden werd het begrip "niet in woonstraten" gehanteerd. Dat leidt tot een vage begrenzing. In het belang van een heldere beeldkwaliteitsregie en rechtszekerheid wordt geopteerd voor het met name benoemen van straten en wegvakken. Op die wijze ontstaat een rustiger straatbeeld. (Kaart zie bijlage)
Deze vorm van reclame is uitsluitend passend in stedelijk gebied. De aangewezen wegvakken liggen daarom alle binnen de bebouwde kom van Valkenswaard en Dommelen. Voorzover er thans reclames aanwezig zijn die niet passen binnen dit beleid, wordt een overgangsregeling gehanteerd. Dat wil zeggen dat er geen nieuwe vergunningen worden verleend.

Procedure

Overeenkomstig art. 4.7.2., lid 4 van de Algemene plaatselijke verordening van de gemeente Valkenswaard voldoet een lichtmastreclame aan redelijke eisen van welstand als wordt voldaan aan onderstaande sneltoetscriteria.
Voldoet een lichtmastreclame niet aan onderstaande criteria, dan is de voorgestelde vormgeving niet acceptabel. De verzoeker wordt daarvan schriftelijk in kennis gesteld. De verzoeker krijgt daarbij drie mogelijkheden:

- Aanpassing van het verzoek;
- De verzoeker kan zijn aanvraag intrekken, hetgeen dan schriftelijk moet gebeuren;
- De verzoeker handhaaft zijn verzoek. Hij laat dit schriftelijk weten. In dat geval wordt het verzoek voorgelegd aan het college van burgemeester en wethouders.

Algemeen

- Uitsluitend op wegvakken die op kaart (zie volgende pagina) zijn aangewezen.
- De lichtreclames mogen niet knipperend worden uitgevoerd.

Locatie en aantal

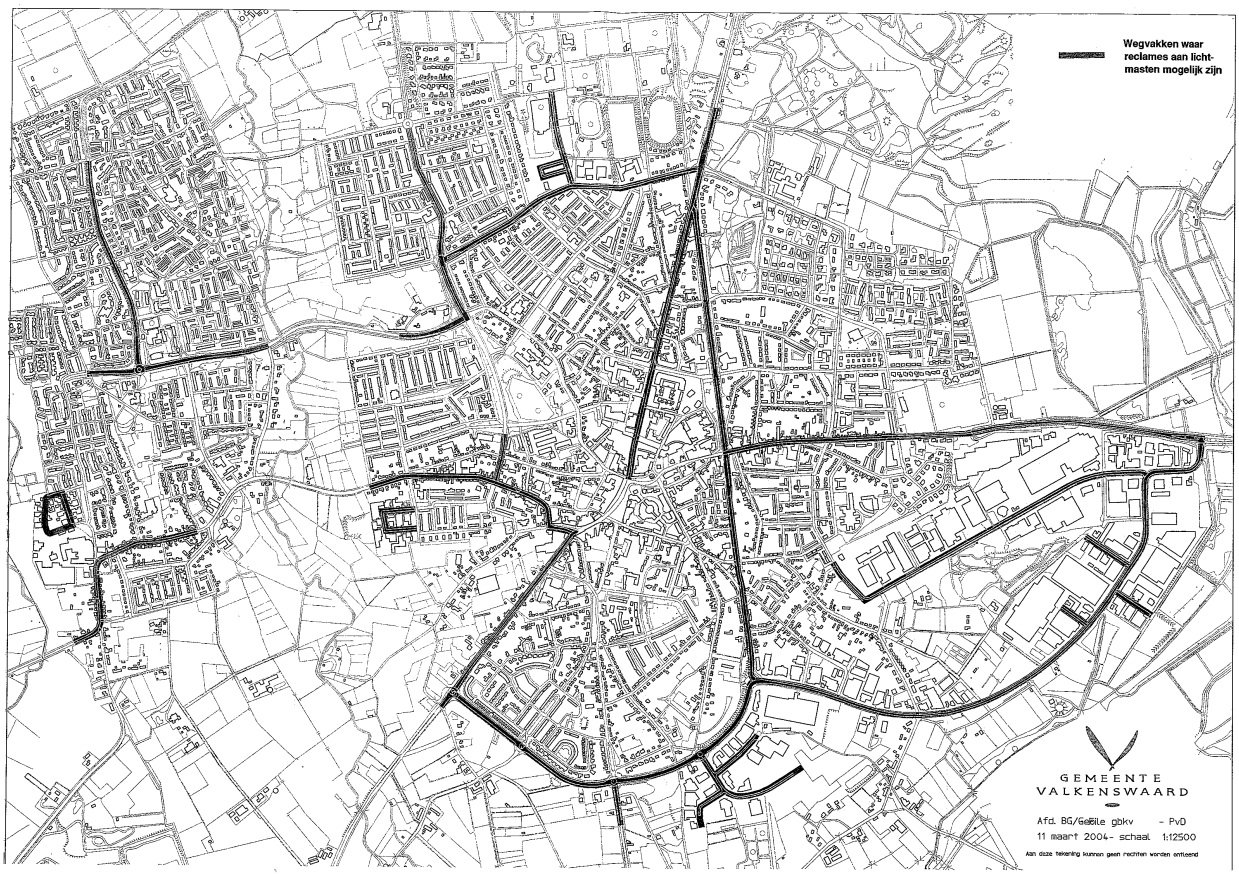
- Niet op die plaatsen waar op enigerlei wijze de verkeersveiligheid in het geding is;
- Niet binnen een afstand van 4m tot een raam van een woonruimte;
- Niet op lichtmasten in de directe nabijheid van kruisingen en splitsingen van wegen;
- Bij max. 50% van de masten in een straat mag een lichtmastreclame worden opgehangen

Maatvoering en vorm van de reclamebakken en –borden:

- De afmeting van (onverlichte) reclameborden en voor reclamebakken moet voldoen aan de maximale afmeting van 700 x 1050 mm. (B x H)
- De diepte (dikte) van de reclamebakken mag maximaal 250 mm bedragen.
- De hoeken van de reclamebakken c.q. –borden mogen haaks of afgerond worden uitgevoerd.
- Reclamebakken en –borden moeten aan twee zijden van een reclameafbeelding worden voorzien.
- Alle metalen delen moeten van roestvrij materiaal worden vervaardigd dan wel van een deugdelijke roestwerende behandeling zijn voorzien.
- Boven de wegen moet de minimale hoogte tot aan de onderzijde van de reclamebak c.q. –bord 4,5 m bedragen afgekeerd van de rijbaan.

Teksten en opschriften:

Teksten en opschriften mogen niet strijdig zijn met de reclame-code van de Reclame-code commissie.


Wegvakken waar reclames aan lichtmasten mogelijk zijn
GEMEENTE VALKENSWAARD
Afd. BG/Gebiede gbkv - PvO
11 maart 2004- schaal 1:12500
Aan deze tekening kunnen geen rechten worden ontleend

8 VLAGGEN EN BANIEREN

Vlaggen en banieren worden veelvuldig toegepast. Onderscheid kan worden gemaakt naar doel en naar plaats. Doelgericht kunnen we een onderverdeling maken in commerciële toepassingen en algemene, niet commerciële toepassingen.
Bij verdeling naar plaats kunnen we onderscheid maken in openbaar gebied en particulier terrein.

Op openbaar gebied

Vlaggemasten en banieren, al dan niet in combinatie met promotieborden, zijn op sommige plaatsen in het openbaar gebied uit een oogmerk van beeldkwaliteit denkbaar en acceptabel in combinatie met algemene, maatschappelijke functies en voor zover er geen sprake is van directe commerciële reclame. Te denken valt aan combinaties met openbare gebouwen, sportcomplexen en winkelcentra voor zover er sprake is van een functie voor het centrum als geheel. Bij het kernwinkelgebied levert dat een specifiek spanningsveld op. Dit centrum is zo divers van aard en functies dat het begrip "het centrum als geheel" voor velerlei uitleg vatbaar is. Om wildgroei te voorkomen wordt hier beleidsmatig voor één promotievorm gekozen. Daarbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan "time-sharing". Hier ligt voor de gemeente ook een coördinerende rol om in samenspraak met belangenorganisaties (winkeliersvereniging, gezamenlijke horeca, culturele instellingen e.d.) tot kwaliteit te komen. De plaats en de afmetingen dienen zorgvuldig te worden afgestemd op de omgeving.

In het kader van evenementen worden soms vlaggen en banieren toegepast tijdens en op het terrein van het evenement. Beeldkwaliteit speelt hier nauwelijks een rol en het stellen van voorwaarden is dan ook niet nodig.
Ook komt de plaatsing buiten het evenemententerrein en gedurende een langere periode voor. Daarbij kan worden gedacht aan de groepen banieren die jaarlijks bij de invalswegen worden geplaatst ter aankondiging van het bloemencorso. Dergelijke opstellingen vragen een zorgvuldige vormgeving.

Op privéterrein

Vlaggen en banieren op particulier terrein hebben meestal een commercieel doel en zijn permanent van karakter. Als zodanig zijn ze als reclame-objecten te definiëren. Hun aanvaardbaarheid is sterk locatieafhankelijk. Over het algemeen komen ze voor bij bedrijven op het industrieterrein, bij pompstations, bij tuincentra e.d.
Door het brede toepassingsgebied zijn algemene voorschriften hiervoor niet te geven. Aanvragen zullen daarom op hun eigen meritus worden beoordeeld tegen de achtergrond van de gebiedsomschrijvingen en

welstandsniveau's zoals geformuleerd in Bijlage A van de Nota.

Hinderaspect

Vlaggen en banieren kunnen ook geluidhinder veroorzaken door het klapperen van het doek en/of de koorden. Bij de beoordeling van een aanvraag wordt ook dit aspect meegewogen waar het gaat om mogelijke hinder voor derden.

9 BOUWPROJECTBORDEN

Het betreft hier bouwprojectborden gedurende de ontwikkelingsfase en de bouwperiode van onroerend goed of realisering van een project. De borden bevatten doorgaans in hoofdzaak informatie over het te realiseren project. Daarnaast bevatten de borden commerciële reclame van de bedrijven en instellingen die deelnemen aan het bouwproces.

Procedure

Voor bouwprojectborden op het bouwterrein zelf is doorgaans geen bouwvergunning nodig en geldt de vrijstelling op grond van artikel 4.7.2 lid 2 sub d van de APV. Voor borden niet op het bouwterrein is een bouwvergunning vereist. Doorgaans zal realisatie tot stand kunnen komen met een tijdelijke bouwvergunning voor een periode van maximaal 5 jaar.
Indien sprake is van gebruik van gemeentegrond is bovendien private toestemming van de gemeente vereist.

Locatie en aantal

- de locatie dient zo dicht mogelijk bij het bouwterrein te zijn;
- er moet in elk geval een visuele relatie zijn;
- er mag geen sprake zijn van visuele hinder voor derden;
- het aantal moet in verhouding staan tot de grootte van het project; voor gemiddelde projecten geldt als aantal 1; bij grote projecten echter nooit meer dan 3.
- verlichting anders dan via een indirecte verlichting is niet toegestaan.

Maatvoering, vorm en kleur

- maximale hoogte 5m,
- maximale breedte 5m,
- geen excessieve of extreem contrasterende kleuren.

10 BILLBOARDS/MEGABOARDS/DOUBLE BOARDS

Billboards zijn afficheborden van 3,32m breed en 2,36m hoog en bestemd voor het aanbrengen van groot formaat affiches. Deze billboards kunnen al dan niet verlicht zijn. Megaboards zijn zeer grote reclameborden, 4m hoog bij 12m lang, die geplaatst worden langs wegen met een hoge verkeersintensiteit.
Doubleboards zijn twee keer zo groot als de billboards en meten 4,72m bij 3,32m.
In Valkenswaard komt deze vorm van reclame nog niet voor. De introductie van vooral deze grootschalerige reclamevorm heeft nogal wat reacties opgeroepen en daarmee een negatieve weerklank ondervonden. De borden zijn vaak erg dominant aanwezig. Qua ruimtelijke inpassing zijn ze daarom vrijwel altijd problematisch.

Procedure

Deze objecten zijn op grond van de Woningwet bouwvergunningplichtig. Daarnaast worden ze meestal geplaatst op gemeentegrond waardoor ze ook privaatrechtelijke consequenties hebben voor de gemeente.

Beleid

Door hun dominante verschijningsvorm zijn ze van grote invloed op de ruimtelijke beeldkwaliteit. In grootstedelijke context zijn ze weliswaar inmiddels geaccepteerd, maar voor de Valkenswaardse maat worden ze als ongewenst gezien. Beleidsmatig wordt deze vorm van reclame dan ook afgewezen.

11 ROTERENDE DISPLAYS

Roterende displays zijn kasten waarin via een electronisch aangedreven displaysysteem met achtergrondverlichting een aantal affiches c.q. advertenties (14 stuks per zijde) in een bepaalde volgorde worden afgebeeld gedurende een van tevoren vastgestelde tijdsduur. Een courante maat is daarbij 2,05x1,00x0,40m.
Een roterend display is statisch en in die zin slechts geschikt voor locaties met een hoge publiek- en voetgangersconcentratie als bijvoorbeeld winkelcentra. Het medium komt in Valkenswaard nog niet voor. Binnen het kernwinkelgebied is het denkbaar, maar voorkomen moet worden dat het aantal te groot wordt. Omdat zowel solitaire plaatsing als clustering tot de mogelijkheden behoren gelden de volgende richtlijnen:
- bij clustering maximaal 3 stuks per cluster,
- onderlinge afstand per stuk resp. cluster 75 m,
- alleen in winkelstraten.

12 SPANDOEKEN

Inleiding

Spandoeken zijn qua informatie te onderscheiden in twee groepen: de commerciële en de ideële. Ook naar de plaats is er een onderscheid te maken: boven of aan de openbare weg en op of tegen particulier bezit. Boven de openbare weg of openbaar gebied heeft de gemeente twee regiemogelijkheden, namelijk langs privaatrechtelijke weg en op basis van de APV. Spandoeken op of tegen particulier bezit kunnen alleen via de APV aan het gemeentelijk beeldkwaliteitsbeleid worden gekoppeld. Voor spandoeken tegen de gevel is immers geen bouwvergunning vereist. Hierin schuilt een gevaar. Door twee verschillende wettelijke kaders mag niet het effect ontstaan dat de verschillende kaders elkaar als het ware gaan beconcurreren. In het kort samengevat mag het niet zo zijn dat een doek wordt gebruikt als alternatief voor een permanente reclame.
Spandoeken, zeker die boven de openbare weg, zijn erg nadrukkelijk aanwezig en hebben daardoor een forse impact op de beeldkwaliteit van de openbare ruimte.
Sinds vele jaren is het gebruikelijk spandoeken toe te staan voor landelijke acties van 3VO en voor goede doelen. Het betreft dan een beperkt aantal doeken gedurende een beperkte periode. Er is geen aanleiding van dit beleid af te gaan wijken.
Doeken voor commerciële doelen leiden snel tot ongewenste wildgroei. Daarom moet daar heel terughoudend mee worden omgegaan. In principe worden spandoeken voor commerciële doeleinden niet toegestaan.

Procedure

Voor het aanbrengen van spandoeken is op grond van de APV een vergunning vereist van burgemeester en wethouders.

Op, aan of bij gebouwen op particuliere grond

Ongeacht de instandhoudingstermijn en bevestiging worden spandoeken getoetst aan het beleid dat geldt voor bouwvergunningplichtige reclameobjecten.

Doelen

Spandoeken voor commerciële doelen worden op openbaar gebied niet toegestaan.
Bij evenementen kan hiervan worden afgeweken tot de duur van het evenement met een maximum van 7 achtereenvolgende dagen.
Spandoeken voor goede doelen en landelijke acties van 3VO komen voor vergunning in aanmerking.

Locatie en aantal

- Spandoeken mogen alleen op de aangewezen locaties hangen,
- Spandoeken moeten op een deugdelijke en op een zodanige wijze worden aangebracht, dat deze geen gevaar en/of hinder voor het verkeer kunnen opleveren,
- Maximaal 10 doeken per doel over de gehele gemeente,
- Maximale plaatsingsduur van 4 weken.

Afmetingen

Spandoeken voor ideële doeleinden mogen maximaal 8m bij 1,5m zijn (BxH)

13 KOOP, VERKOOP EN HUUR VAN ONROEREND GOED

Op woningniveau

Het is in Nederland overal gebruikelijk om op onroerend goed kenbaar te maken of het voor transacties in aanmerking komt. Er is daarbij niet alleen sprake van een vorm van reclame voor het object, maar meestal heeft het ook kenmerken van reclame voor de bemiddelaar. Bij particuliere woningen betreft het doorgaans het bekende bordje in de tuin en/of affiche op de gevel. Mede gezien het dynamische karakter worden deze reclamevormen in het algemeen als vergunningsvrij gezien. De APV regelt daartoe in artikel 4.7.2. lid 2 sub c een algehele vrijstelling tot een oppervlak van 0,5 m² en een maximale afmeting van 1,50 m. Nadere regels of voorschriften worden niet zinvol geacht. In het geval van excessen biedt de algemene regeling daarvoor voldoende basis tot handhaving.

Op projectniveau

Bij grotere projecten of objecten vinden aankondigingen van koop of huur plaats op grotere schaal. In het geval van nieuwbouw wordt vaak gekozen voor een combinatie met een bouwprojectbord. Bij bestaande bouw kan zowel plaatsing op de gevel als een zelfstandig bord voorkomen. Gezien het over het algemeen tijdelijke karakter hoeven de eisen en richtlijnen niet uitputtend te zijn. Zelfstandige borden kunnen worden getoetst met de eisen voor bouwprojectborden en voor de gevels kan een maximaal oppervlak van 5% van het gevelvlak worden gehanteerd.

14 ABRI'S

Het openbaar vervoer bestaat in de gemeente Valkenswaard uit busvervoer, zowel met reguliere lijnbussen als met buurtbussen. Het gebruik van het openbaar vervoer wordt van gemeentewege gestimuleerd. Tot het faciliteren behoort o.a. het plaatsen van abri's bij bushaltes. Deze abri's zijn eigendom van de firma Viacom die ook zorg draagt voor het beheer en onderhoud. De gemeente heeft daarvoor een contract met deze firma. Viacom betaalt daarvoor ook een vergoeding aan de gemeente. De exploitatie wordt gedekt door het voeren van reclame in speciaal daarvoor bestemde geïntegreerde vitrines. Deze wijze van reclamevoering ziet er altijd verzorgd uit.
Naast de standaard abri's is er ook het uitgebreide ov-steunpunt op de Markt.

15 GELEGENHEIDSVERSIERINGEN

Carnaval, jaarwisseling e.d.

Tijdens de jaarlijkse carnavalsviering vinden spontaan allerlei versieringen plaats die soms ook een reclame-achtige boodschap kunnen bevatten. Dergelijke volksfeesten duren maar enkele dagen. Van gemeentewege hieraan voorschriften te verbinden wordt overbodig geacht. De praktijk leert dat zulks niet nodig is en bovendien zou het een inbreuk betekenen op het karakter en de spontaniteit van de feesten.
Mochten zich desalniettemin excessen voordoen, dan kan van gemeentewege repressief worden opgetreden.

Feestverlichting e.d.

Feestverlichting hoort strikt genomen niet tot de reclame-uitingen voor zover zij geen directe reclames bevatten. Daarbij kan worden gedacht aan de verlichting bij de jaarlijkse viering van de bevrijding, maar ook aan de feestverlichting in december en januari rond de kerstdagen en de jaarwisseling. Het stellen van voorschriften vooraf met betrekking tot de beeldkwaliteit wordt overbodig geacht.

16 SANDWICHPANELEN, ENKELVOUDIGE BORDEN EN DRIEHOEKSBORDEN

Inleiding

Sandwichpanelen, enkelvoudige borden en driehoeksborden zijn vormen van reclame die tijdelijk worden geplaatst rond of tegen lichtmasten of ander straatmeubilair om doorgaans gedurende enkele weken de aandacht te vestigen op met name evenementen. Deze vorm van reclame is relatief goedkoop. De consument die dagelijks op een of andere wijze aan het verkeer deelneemt wordt op indringende wijze geconfronteerd met de reclameboodschap. Daarin ligt zowel de kracht als het bezwaar.
Door hun nadrukkelijke aanwezigheid hebben ze een relatief grote impact op de beeldkwaliteit.
Meestal is ook de uitvoering en de opstelling rommelig en slordig, soms zelfs gedeeltelijk op of boven de rijbaan waardoor zelfs de verkeersveiligheid kan worden geschaad. Door hun bevestiging kunnen ze bovendien schade toebrengen aan de masten.
Van de drie genoemde vormen zijn de driehoeksborden door hun doorgaans betere kwaliteit het minst bezwaarlijk.
De nieuwste ontwikkeling op het gebied van driehoeksborden zijn de kwalitatief hoogwaardige vaste driehoeksframes met wisselbare panelen (formaat A0-staand). Daarbij worden door de gemeente concessie(s) uitgegeven voor het permanent monteren van frames aan bijvoorbeeld lichtmasten waarop wisselende reclames worden aangebracht. Door hun permanent gemonteerde frame staan de borden er altijd strak bij. De plaats van de borden wordt in overleg met de gemeente vooraf bepaald en is blijvend gedurende de looptijd van de concessie. Bij onvoldoende onderhoud kan de concessiehouder worden aangesproken.

Beleid

Uit een oogmerk van beeldkwaliteit en zorg voor de openbare ruimte worden de niet-permanente panelen en borden niet aanvaardbaar geacht.
De permanente borden zijn denkbaar. Om wildgroei te voorkomen wordt 30 stuks als maximum gesteld te verdelen over de bebouwde kommen van Valkenswaard en Dommelen. Omdat deze borden niet alleen reclame maar ook een zekere informatieve waarde hebben wordt één bord op of nabij het Mgr. Kuijpersplein in Borkel mogelijk geacht.

17 PUBLEX BORDEN

Aan de invalswegen van Valkenswaard staan de zogenaamde 'Publexborden': ronde zuilen met daarop een drievlaks bovenstuk waarop kan worden aangeplakt. Deze borden zijn bedoeld om het vrije plakken te faciliteren. De borden voldoen nog altijd aan een behoefte en hebben door hun beperkte aantal en omvang geen noemenswaardige invloed op de algehele beeldkwaliteit. Uitgangspunt is conservering van de bestaande situatie. Het stellen van nadere voorschriften wordt daarom overbodig geacht.

18 UITSTALLINGEN EN LOSSE RECLAMEBORDEN

Inleiding

Met name in winkelcentra en horecaconcentratiegebieden worden steeds meer reclameborden voor de winkels en horecagelegenheden geplaatst. Ook wordt met name in winkelgebieden steeds meer gebruik gemaakt van uitstallingen. De winkeliers proberen door middel van uitstalling op de openbare weg potentiële klanten naar binnen te lokken. Het aantal uitstallingen neemt toe en veroorzaakt daarmee hinder en soms gevaar voor voetgangers, voor mensen met kinderwagens en voor mindervaliden.

Het "doorgangvernauwend effect" dat van uitstalborden en goederen en waren op het trottoir uitgaat mag niet worden onderschat. Naast de verantwoordelijkheid van de gemeente voor onbelemmerd en doelmatig gebruik, onderhoud en beheer van de openbare ruimte is het plaatsen van uitstalborden e.d. op de voetgangersroute ook een zaak van discipline en van individuele verantwoordelijkheid van de winkeliers. Ook de afmetingen van de uitstalborden dienen aan bepaalde formaten te voldoen om te voorkomen dat door gebruikers en hun onderlinge concurrentiekracht mogelijk wildgroei ontstaat.

Beleid

Ten aanzien van de vrije doorloopruimte op trottoirs en dergelijke wordt het recht voorbehouden om een gedifferentieerd beleid te voeren voor de verschillende winkel- en voetgangersgebieden door de fysiek-ruimtelijke mogelijkheden ter plaatse. Hierbij kunnen eventueel zones voor plaatsing worden aangewezen. Kortom een flexibele reguleringsmethodiek, eventueel afhankelijk gesteld van de specifieke situatie en onderscheiden naar aard en type van het gebied. Dit houdt in dat voor de verschillende winkelcentra de vrije doorloopruimte en de uitstalzone bepaald dienen te worden. Voor het kernwinkelgebied is hiervoor recent een regeling vastgesteld. Nadere regulering van het gebruik van uitstalborden betekent hier geen algemeen gebruiksverbod, maar een beperking van het gebruik op het voorkomen van excessen enerzijds en de afweging tussen het reclamegebruik voor de economische belangen van de middenstanders als belangrijkste gebruikersgroep anderzijds.

Basiseisen

Als algemeen geldend worden hierbij als basiseisen geformuleerd:

- maximaal één uitstalling per bedrijfspand tijdens (winkel)openingstijden en in directe relatie met het pand.
- ten opzichte van het bestratingsniveau niet hoger dan

120 cm en niet breder dan 75 cm.

- aan de voet een maximaal grondoppervlak niet groter dan 75 cm x 75 cm

19 GEMEENTEPLATTEGRONDEN

Inleiding

In Valkenswaard zijn langs de invalswegen en in de wijken verlichte gemeenteplattegronden geplaatst die er verzorgd uitzien en waaraan een grote behoefte blijkt te bestaan. Om de kosten van aanschaf en plaatsing te drukken is met de leverancier (Suurland Falkplan BV) een doorlopend contract afgesloten.

Voorwaarden

- de reclame in of op de plattegrondkast mag niet de boventoon gaan voeren.
- de plattegrond staat altijd gekeerd naar de rijrichting van het verkeer.

20 VERKIEZINGEN VOOR HET OPENBAAR BESTUUR

Inleiding

Ons democratisch stelsel is gebaseerd op vrije verkiezingen. In de aanloop naar een verkiezing dingen de deelnemende partijen naar de gunst van de kiezer en voeren hun campagne. Tot het campagne-voeren behoort ook het gebruik van aanplakbiljetten en dergelijke.

Regeling

In Valkenswaard worden sinds jaar en dag in de perioden voor de verkiezingen speciaal voor dit doel tijdelijke borden opgesteld. Daarnaast zijn er de kleine affiches die met name aan lantaarnpalen worden opgehangen. Deze aanpak blijkt te voldoen en er is geen aanleiding om nadere regels te stellen.

21 AANKONDIGINGSBORDEN MET WISSELBARE TEKSTEN

Nabij de invalswegen staan sinds jaren de bekende gele aankondigingsborden met wisselbare teksten. Deze borden worden beheerd door de plaatselijke VVV en bieden de mogelijkheid aankondigingen te doen van met name evenementen. Het systeem blijkt goed te functioneren. Het beleid is gericht op conservering/continuering van de bestaande situatie. Nadere eisen en/of voorschriften worden daarom overbodig geacht.