

Reclamenota 2013

Reclamebeleid voor de gemeente Drimmelen

Versie : 1.0
Datum : 25 september 2013
Samengesteld door : M.A. van der Graaf

Inhoudsopgave

1	Algemeen	3
1.1	Inleiding	3
1.2	Doelstellingen en uitgangspunten	3
1.3	Provinciale Landschapsverordening.....	3
1.4	Juridische aspecten.....	3
1.5	Vergunningplicht of algemene regels	6
1.6	Omgevingsvergunning.....	7
2	Algemene voorzieningen buitenreclame	7
3	Vrijgestelde reclame (o.a. algemene regels)	8
3.1	Vrije beroepen.....	8
3.2	Algemene regels	8
4	Vergunningplichtige reclame	8
5	Plakken en kladden	9
6	Verschil handelsreclame en overige reclame	9
7	Verkiezingen	9
7.1	Vrijheid van meningsuiting.....	10
7.2	Neutraliteit openbaar gebied en openbare gebouwen.....	10
7.3	Reclame op eigen terrein.....	10
7.4	Omgeving stemlokaal	11
8	Handhaving	11
8.1	Tijdelijke reclame in het openbaar gebied	11
8.2	Tijdelijke reclame op eigen terrein	12
8.3	Verkiezingen	12
9	Overgangsrecht	12
10	Begrippenlijst & afkortingen	13
11	Evaluatie	13

1 Algemeen

1.1 Inleiding

Reclame is niet meer weg te denken uit het hedendaagse straatbeeld. Het manifesteert zich in een veelheid aan vormen en via alle denkbare media. Met het maken van reclame is op zich niks verkeerd, het is een geaccepteerd deel van onze leefomgeving geworden. Echter niet alle reclame is wenselijk. Overdaad schaadt en bepaalde vormen van reclame worden als storend ervaren.

Voor het behoud van een goede kwaliteit van onze leefomgeving is het wenselijk om e.e.a. in goed banen te leiden. Dit kunnen we doen met een reclamebeleid waarin kaders worden gesteld wat wel en wat niet acceptabel is.

1.2 Doelstellingen en uitgangspunten

Bij het opstellen van deze nota is uitgegaan van een aantal doelstellingen en uitgangspunten. Samenvattend komen deze er op neer dat een reclamebeleid enerzijds voldoende ruimte biedt voor het maken van reclame, maar anderzijds ook voldoende de kwaliteit van onze leefomgeving beschermt. Om dat effectief te kunnen doen is het van belang om vooraf zoveel mogelijk duidelijkheid te verschaffen over wat toelaatbaar is. Zo weet men beter waar men aan toe is, is het beleid beter uit te leggen, beter te handhaven en is de acceptatie van het beleid groter.

Een ander belangrijke doelstelling is het terugdringen van de ervaren regeldruk. Dit is te bewerkstelligen door het vergunningvrij maken van vele gebruikelijke en algemeen geaccepteerde vormen van reclame. Vergunningvrij betekent dan wel niet helemaal regel vrij, maar het maakt het voor ondernemers wel eenvoudiger om reclame te maken, zonder eerst toestemming te moeten vragen aan de gemeente.

1.3 Provinciale Landschapsverordening

Eind 2012 heeft de Provincie Noord-Brabant besloten om de Landschapsverordening Noord-Brabant (LSV) in te trekken per juni 2013. In deze LSV was vooral geregeld wat men aan reclamevoorwerpen mocht plaatsen in het buitengebied. Waar de gemeenten vroeger alleen reclamebeleid mochten maken voor de bebouwde kom, zijn zij nu bevoegd om reclamebeleid te maken voor het gehele grondgebied van de gemeente, zonder bemoeienis van de Provincie.

Door het terugleggen van deze bevoegdheid naar de gemeenten kan een beter op de lokale situatie toegespitst beleid worden gevoerd. Tevens is er een betere afstemming mogelijk van de mogelijkheden binnen en buiten de bebouwde kom. Dit komt ten goede aan de eenheid binnen de gemeente en de wijze waarop een gemeente zich wil profileren.

De provincie zal 2 jaar na het afschaffen van de LSV evalueren wat het resultaat is. Afhankelijk daarvan zou de Provincie eventueel kunnen besluiten om de LSV opnieuw in te voeren. Als gemeenten echter actief beleid gaan voeren voor reclame in het buitengebied en dit koppelen aan een goede handhaving, zal dit waarschijnlijk niet nodig zijn.

1.4 Juridische aspecten

1.4.1 Verhouding tot andere wetten en regelingen

Op het maken van reclame zijn diverse wetten en regels van toepassing. Om goed beleid te kunnen maken is het belangrijk om de verhoudingen tussen deze wetten en regelingen goed in beeld te hebben. Hiervoor gelden 2 belangrijke uitgangspunten:

1. Regelingen van een hogere orde gaan voor op regelingen van een lagere orde. Zo gaat de Grondwet voor op een gewone wet als de Algemene wet bestuursrecht (Awb), welke op zijn beurt weer voor gaat op een provinciale of gemeentelijke verordening, etc.
2. Bij regelingen van gelijke orde gaat de specifieke regeling voor op de algemene regeling. Een voorbeeld hiervan is de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) welke voor gaat op de Algemene wet bestuursrecht (Awb). De Wabo regelt heel specifiek een aantal zaken waarvoor een omgevingsvergunning nodig is. Terwijl de Awb algemene procedures en bevoegdheden omschrijft.

Los van de specifieke wetten en regelingen, zijn 3 verschillende stromingen binnen het Nederlandse recht van bijzonder belang. Dit zijn: publiekrecht, privaatrecht en strafrecht.

Publiekrecht

De wetten en regels in deze stroming regelen onder meer de bevoegdheid voor de overheid om ergens regels aan te stellen, en deze regels te handhaven. Dit beleid is met name gebaseerd op deze vorm van recht.

Privaatrecht

Privaatrecht regelt de verhoudingen tussen partijen wanneer in deze in het bijzonder de gemeente eigenaar is van de grond waar de reclame uiting zich bevindt. De gemeente kan privaatrechtelijke overeenkomsten afsluiten als de gemeente eigenaar is van de grond of het bouwwerk. Reclameobjecten kunnen verwijderd worden van eigen grond op basis van het eigendomsrecht (met in acht neming van de beginselen van behoorlijk bestuur).

Strafrecht

Deze stroming behelst het bestraffen van overtredingen. Voor de handhaving van het reclamebeleid kan gebruik worden gemaakt van zowel de publiekrechtelijke als de strafrechtelijke handhavingbevoegdheden. Waar het bij het publiekrecht altijd gaat om het herstellen van een illegale situatie naar legale situatie, gaat het bij het strafrecht alleen om het bestraffen van een illegale situatie.

In veel gevallen zal de handhaving van dit beleid plaatsvinden op basis van het publiekrecht. Echter in bepaalde situaties kan die vorm van handhaving te weinig effect hebben en kan het strafrecht juist uitkomst bieden. Dat is met name het geval bij herhaaldelijke overtredingen met een tijdelijk karakter.

1.4.2 Relevante wetten en regelingen

Grondwet

Bij het maken van beleid voor reclame in de openbare ruimte moet rekening worden gehouden met het grondrecht om gedachten en gevoelens te openbaren op grond van artikel 7 van de Grondwet. Dit artikel ziet toe op de vrijheid van meningsuiting. In artikel 7, 4e lid van de Grondwet wordt het maken van handelsreclame uitgezonderd van deze bescherming van recht op meningsuiting. Onder handelsreclame verstaat men reclame voor commerciële doeleinden in ruime zin. Hiervoor kunnen dus door de gemeente regels worden opgesteld die handelsreclame verbieden of deze binden aan voorschriften.

APV

De Algemene Plaatselijke Verordening is een door de gemeente uitgevaardigde regeling die voor alle burgers geldt. De gemeente heeft op basis van de gemeentewet de bevoegdheid dit soort regelingen uit te vaardigen. In de APV worden o.a. regels gesteld m.b.t. de openbare orde en veiligheid en bescherming van het milieu, natuurschoon en uiterlijk aanzien van de gemeente. Zo worden ook regels gesteld aan het maken van

reclame (art 4:15); het gebruik van het openbaar gebied (art 2:10); het parkeren van reclame voertuigen (art 5:7); en plakken en kladden (art 2:42).

Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo)

De Wabo regelt de omgevingsvergunning. De omgevingsvergunning is één geïntegreerde vergunning voor o.a. bouwen, wonen, sloop, monumenten, ruimte, natuur, milieu en handels reclame.

Overlap APV & Wabo

Als het gaat om reclame en/of het gebruik van openbaar gebied, is er sprake van een overlap tussen de APV en de Wabo. De Wabo regelt als wet dat er een omgevingsvergunning nodig is. Maar de APV bepaalt in welke gevallen een vergunning nodig is en aan welke voorwaarden moet worden voldaan om een vergunning te krijgen. Deze regelingen vullen elkaar dus aan.

1.4.3 Nadere duiding juridische begrippen

Bouwwerk in de zin van de Wabo

Het begrip bouwwerk is niet in de wet gedefinieerd. Daarom wordt de definitie gebruikt die door de Raad van State wordt gehanteerd en zijn oorsprong vindt in de model bouwverordening van de VNG:

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

Het geven van een goede uitleg aan deze definitie kan soms best lastig zijn. Met name als het gaat over de zinsnede: *“bedoeld om ter plaatse te functioneren”*. De uitleg die hieraan wordt gegeven, o.a. door de Raad van State, gaat er vanuit dat de constructie alleen bedoeld kan zijn om ter plaatse te functioneren, als deze ook lang genoeg aanwezig is. Hoe lang dat moet zijn is niet exact bepaald.

Er is echter wel jurisprudentie waaruit blijkt dat 31 dagen te kort is om te kunnen spreken van een bouwwerk in de zin van de wet. Uit andere jurisprudentie blijkt weer dat vanaf 9 weken zeker wel kan worden gesproken van een bouwwerk. Waar de grens ligt tussen die 31 dagen en de 9 weken is niet bepaald.

Omdat er toch grote behoefte is aan een duidelijke grens, wordt door de gemeente Drimmelen een norm van 7 weken gehanteerd. Voor zover een object voldoet aan de hier boven omschreven definitie:

- Wanneer een constructie bedoeld is om niet meer dan 7 aaneengesloten weken geplaatst te zijn, is het niet bedoeld om ter plaatse te functioneren en is er geén sprake van een bouwwerk in de zin van de Wabo;
- Wanneer een constructie bedoeld is om meer dan 7 aaneengesloten weken geplaatst te zijn, is het wel bedoeld om ter plaatse te functioneren en is er wel sprake van een bouwwerk in de zin van de Wabo.

Verschil tussen reclame en het object waarop het geplaatst wordt

Voor het antwoord op de vraag of reclame al dan niet vergunningplichtig is en waarvoor precies vergunning nodig is, moet onderscheid worden gemaakt tussen de reclame als ‘inhoud’ en het ‘object’ waarop het wordt aangebracht.

Waar in dit beleid regels worden gesteld aan reclame, gaat het primair over de inhoud. Als die reclame wordt aangebracht aan een object, dan kunnen voor dat object andere regels gelden dan in dit beleid worden gesteld.

Daarbij moet vooral worden gedacht aan het aanbrengen van reclame op een bouwwerk of een monument. Er zijn vele constructies denkbaar welke kunnen worden aangemerkt als bouwwerk. Zo kan een simpel reclamebord op een paal al worden aangemerkt als bouwwerk, mits deze bedoeld is om langer te blijven staan dan 7 aaneengesloten weken. Ook een uithangbord aan een gevel met daarop reclame moet doorgaans worden aangemerkt als een bouwwerk.

Voor het realiseren van een reclame-uiting is het daarom zeer belangrijk om altijd te controleren of er naast de in dit beleid verwoorde regels, ook andere regels van toepassing kunnen zijn. Het gaat er dan met name om of er vanuit de Wabo regels worden gesteld voor de activiteiten 'bouwen' en 'het wijzigen van een monument'.

Er zal altijd aan alle regels moeten worden voldaan voordat de reclame-uiting kan worden gerealiseerd. Dit kan ondermeer inhouden dat voor één of meerdere onderdelen een omgevingsvergunning nodig kan zijn. Om te bepalen voor welke onderdelen vergunning nodig is, kan op www.omgevingsloket.nl een vergunningencheck worden gedaan.

Straatmeubilair

Voor het maken van reclame in de openbare ruimte wordt vaak gebruik gemaakt van reeds aanwezige voorzieningen, zoalsabri's of lichtmasten. Het is duidelijk dat deze voorzieningen behoren tot de normale inrichting van de openbare ruimte en vallen onder de noemer straatmeubilair.

In het Besluit omgevingsrecht (BOR) is bepaald dat straatmeubilair zonder omgevingsvergunning mag worden opgericht. In dat besluit is echter niet nader omschreven wat daar nu precies onder valt. Door de gemeente Drimmelen worden in ieder geval de volgende zaken in de openbare ruimte aangemerkt als straatmeubilair:

- Abri's;
- A0-reclamedisplays;
- Plattegrondinformatiekasten;
- Lichtmastreclame;
- Reclameborden op rotondes;
- Vrije plakplaatsen;

1.5 Vergunningplicht of algemene regels

Om reclame in de openbare ruimte te reguleren bestaan er verschillende mogelijkheden. Van oudsher was een groot deel van de reclame-uitingen vergunningplichtig en waren slechts een beperkt aantal vormen van reclame vergunningvrij. De toetsingscriteria voor die vergunningen waren vaak erg subjectief, waardoor het vaak moeilijk was om vooraf in te schatten of iets daadwerkelijk vergund kon worden.

Deze manier past niet meer bij de huidige samenleving, waar enerzijds veel behoefte is aan duidelijkheid en anderzijds minder bemoeienis van de overheid gewenst is. Dat wil overigens niet zeggen dat men wil dat de gemeente alles los laat en er helemaal geen regels meer gelden. Om daar goed op in te spelen moet worden gekeken naar andere manieren van reguleren.

Het stellen van algemene regels wordt gezien als een hele effectieve manier van reguleren. Je beschrijft vooraf wat vergunningvrij is toegestaan en onder welke

voorwaarden. Zo lang men zich aan die regels houdt is er geen bemoeienis van de gemeente nodig en hoeft men ook niet onnodig te wachten op vergunningen. Een zeer heldere manier van werken die heel goed past in deze tijd. Het is daarom bij het opstellen van dit beleid één van de uitgangspunten geweest om zoveel mogelijk deze werkwijze aan te houden.

Dit is echter niet voor alle situaties mogelijk omdat in sommige gevallen gebieden te kwetsbaar zijn, of omdat adequate handhaving anders te moeilijk zou worden. In gebieden als de beschermde dorpsgezichten moet altijd per situatie worden gekeken wat redelijk en haalbaar is. Er is dan altijd sprake van maatwerk. Voor dit soort situaties is het niet mogelijk om vooraf heel zwart wit regels te stellen. Daarom is er voor gekozen om voor een beperkt deel wel de vergunningplicht in stand te houden.

1.6 Omgevingsvergunning

Voor een vergunningplichtige reclame-voorziening diende men vroeger een aanvraag Reclamevergunning in op papier. Met de komst van de Wabo is het onderwerp reclame echter volledig geïntegreerd in de integrale en meer gebruiksvriendelijke procedure van de omgevingsvergunning. Men is daarmee niet meer verplicht om een apart vergunning aan te vragen voor reclame maar kan dit in een keer aanvragen met alle andere onderwerpen die samenkomen in de omgevingsvergunning. Voorbeelden daarvan kunnen zijn bouwen, het wijzigen van een monument of afwijken van het bestemmingsplan.

Een ander voordeel van de omgevingsvergunning is dat een aanvraag ook digitaal kan worden ingediend. Deze vorm van indienen heeft vaak de voorkeur, omdat het makkelijk van achter de eigen pc te regelen is. Daarbij is het sneller dan indienen op papier en scheelt het in de afdruk kosten.

2 Algemene voorzieningen buitenreclame

Voor het maken van reclame in het openbaar gebied, kiest de gemeente er voor om zoveel mogelijk te werken met een vast netwerk van reclame exploitanten. Deze exploitanten beheren al deze reclamevoorzieningen zonder verdere tussenkomst van de gemeente. Iedereen kan van deze reclamevoorzieningen gebruik maken en regelt dit verder met de exploitant.

Het betreft hier de volgende voorzieningen:

- *Abri's*. Deze voorzieningen, in de volksmond 'bushokjes' genoemd, kunnen worden voorzien van reclame posters op 2m² formaat;
- *A0-reclamedisplays*. Dit zijn vaste om lichtmasten aangebrachte frames, waarin affiches op A0-formaat kunnen worden aangebracht en veelal gebruikt voor het aankondigen van evenementen;
- *Plattegrondinformatiekasten*. Dit zijn op strategisch plaatsen in de gemeente gesitueerde vitrinekasten voorzien van een plattegrond van de omgeving waarbij reclame mogelijk is;
- *Lichtmastreclame*. Dit betreft reclame op lichtbakken aan lichtmasten die voor bewegwijzering en voor algemene handelsreclame gebruikt worden;
- *Rotondes*. Dit betreft het plaatsen van reclameborden op rotondes;
- *Grootschalige reclamemast*. Dit betreft een zeer grote reclamemast, met een hoogte van 15 meter of meer, waarop reclame wordt aangebracht dat veelal een formaat heeft van meer dan 100m².

Voor bovengenoemde voorzieningen zal middels aanbestedingsprocedures worden gezocht naar geschikte exploitanten. Met de exploitanten zullen contracten worden

afgesloten voor lange periodes van meerdere jaren, en de exploitanten zullen het alleenrecht krijgen om deze vormen van reclame in het openbaar gebied te exploiteren.

Deze voorzieningen vallen buiten de vergunningplicht voor handelsreclame, zoals bedoeld in de APV. De regels waaraan deze vormen van reclame moeten voldoen zullen worden opgenomen in de aanbestedingsprocedures en de af te sluiten contracten. Met het oog op voldoende flexibiliteit en een goede onderhandelingspositie zullen die regels niet in dit beleid worden opgenomen. Wel kan worden gezegd dat bij de aanbestedingen, nadrukkelijk aandacht zal zijn voor de volgende onderwerpen:

- Lokale aanpak;
- Gunstige tarieven voor lokale charitatieve en culturele evenementen zonder winst oogmerk en voor lokale verenigingen;
- Maatschappelijk verantwoord ondernemen;
- Duurzaamheid;
- Géén reclame voor alcohol.

3 Vrijgestelde reclame (o.a. algemene regels)

3.1 Vrije beroepen

Los van de hieronder bedoelde algemene regels is het voor de beoefenaars van 'vrije beroepen' altijd toegestaan om gevelreclame aan te brengen, mits deze voldoet aan de volgende criteria:

- De reclame heeft direct betrekking op het uitgeoefende vrije beroep;
- De reclame wordt plat op de gevel aangebracht nabij de publiekstoegang van de praktijk, het kantoor of het atelier;
- De reclame is niet groter dan 0,3 m² en niet langer dan 0,7 m.

3.2 Algemene regels

In Bijlage I bij deze nota (Aansturingstabel reclame-uitingen), is bepaald in welke gevallen het is toegestaan om reclame te maken. In Bijlage II (Algemene regels reclame-uitingen) is opgenomen aan welke voorwaarden moet worden voldaan om reclame te mogen maken zonder een omgevingsvergunning voor handelsreclame.

Alle vormen van reclame waarvoor niet is bepaald dat deze zijn toegestaan met algemene regels, zijn niet vergunningvrij uit te voeren.

Alle vormen van reclame waarvoor wel is bepaald dat deze zijn toegestaan met algemene regels, zijn alleen vergunningvrij uit te voeren voor zover aan alle daarop van toepassing zijnde criteria wordt voldaan. Indien de algemene regels wel van toepassing zijn, maar de reclame niet aan alle criteria voldoet, is deze niet toegestaan. In veel gevallen is het dan ook niet mogelijk om middels een vergunning alsnog toestemming te krijgen.

4 Vergunningplichtige reclame

Waar in dit beleid wordt gesproken van vergunningplicht voor reclame, wordt bedoeld dat er een omgevingsvergunning nodig is voor het maken van handelsreclame. Naast deze vergunningplicht, kan er ook sprake van zijn dat er een omgevingsvergunning nodig is voor de activiteit bouwen of het wijzigen van een monument. (zie ook § 1.4.3, kopje Verschil tussen reclame en het object waarop het geplaatst wordt)

In Bijlage I bij deze nota (Aansturingstabel reclame uitingen), is bepaald in welke gevallen het is toegestaan om reclame te maken. In Bijlage III (Criteria vergunningplichtige reclame uitingen) is opgenomen aan welke criteria vergunningplichtige reclame moet worden

getoetst. Als uit de toetsing blijkt dat aan alle criteria wordt voldaan, wordt vergunning verleend. Indien aan één of meerdere criteria niet wordt voldaan, wordt vergunning geweigerd.

5 Plakken en kladden

Het is in zijn algemeenheid niet toegestaan om te plakken of te kladden (in brede zin) in de openbare ruimte voor welk doel dan ook. Daar waar mogelijk kan men gebruik maken van de legale mogelijkheden voor het maken van reclame die in deze nota zijn opgenomen. Deze regels hebben ook betrekking op zaken welke vallen onder de vrijheid van meningsuiting. Het gaat in deze gevallen niet om de inhoud van de mening die wordt geuit, maar vooral op de plaats en de manier waarop dit gebeurt. Het is nu eenmaal niet gepast om op elke willekeurige plek in de openbare ruimte een mening op te dringen aan anderen.

Vrije plakplaatsen

Ter voorkoming van wildplak en om toch een gelegenheid te bieden tot vrije meningsuiting, zullen in de gemeente 'vrije plakplaatsen' worden gecreëerd. Op deze locaties zal het toegestaan zijn om affiches e.d. aan te plakken voor het maken van reclame of zaken die vallen onder de vrije meningsuiting.

6 Verschil handelsreclame en overige reclame

Wanneer er wordt gesproken over reclame kan een onderscheid worden gemaakt tussen: 1) Handelsreclame, en 2) overige reclame.

Handelsreclame

In de APV wordt handelsreclame als volgt gedefinieerd: iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen. In de toepassing van dit begrip is er in de praktijk al snel sprake van een commercieel belang bij reclame. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn bij een muziekfestival, waarvan de toegang gratis is, maar wel op commerciële wijze dranken worden verkocht.

Overige reclame

Dit betreft reclame-uitingen waarbij duidelijk is dat géén commercieel belang wordt gediend met het maken van die reclame. Voorbeelden hiervan zijn o.a.:

- verkeersveiligheid campagnes ('Bob', 'Daar kun je mee thuis komen', etc.);
- ideële reclames (Sire, bond tegen het vloeken, etc.);
- opendagen van niet commerciële instellingen (open kerkdagen, open monumentendag, opendag scholen, etc.).

Verschil in toepassing regels

Als het gaat om de toepassing van de in dit beleid omschreven regels is er een duidelijk verschil. Als het gaat om 'handelsreclame' zijn alle in dit beleid genoemde regels van toepassing.

Waar het gaat om 'overige reclame' zijn de in dit beleid genoemde regels alleen van toepassing voor zover het de bedoeling is reclame op of boven het openbare gebied aan te brengen. Het gaat daarbij om alle straten, voetpaden, groenstroken, parken, etc. in eigendom van de gemeente, provincie of het rijk. Als men deze categorie van reclame plaatst op het eigen terrein (privaat eigendom) dan zijn er geen regels aan verbonden vanuit dit beleid.

7 Verkiezingen

Het is gebruikelijk dat grootschalig campagne wordt gevoerd voorafgaand aan de verkiezing van volksvertegenwoordigers. De in dit hoofdstuk bedoelde verkiezingen

hebben betrekking op de Tweede Kamer, Provinciale Staten, Gemeenteraad, Europees Parlement en het Waterschap.

Normaal gesproken wordt vanaf 6 weken voorafgaand aan de verkiezingsdag, campagne gevoerd door politieke partijen. Een belangrijk onderdeel van deze campagnes is het maken van reclame voor de eigen partij middels affiches, reclame borden, spandoeken en vlaggen. Elke verkiezingsronde zou er een discussie kunnen ontstaan over wat er is toegestaan m.b.t. tot deze reclame. Daarom wordt in dit hoofdstuk extra aandacht besteed aan de spelregels die gelden voor het maken van verkiezingspropaganda.

7.1 Vrijheid van meningsuiting

Alle vormen van propaganda voor politieke partijen vallen, voor wat de inhoud betreft, onder de vrijheid van meningsuiting en is geborgd in de Grondwet. Aan die inhoud kunnen door de gemeente geen nadere regels worden gesteld. Als het gaat over de plaats of het object waarop deze wordt aangebracht zijn er wel degelijk beperkingen.

7.2 Neutraliteit openbaar gebied en openbare gebouwen.

In het kader van de verkiezingsstrijd zullen het openbaar gebied en de openbare gebouwen altijd als neutraal gebied gelden. Voorzover daar mogelijkheden zijn voor politieke propaganda, zal altijd worden gewaarborgd dat alle partijen gelijke mogelijkheden worden geboden. Effectief betekent dit dat gebruik kan worden gemaakt van:

- de algemene aanplakborden die door de gemeente voor dat doel worden geplaatst;
- vrije plakplaatsen, hiervoor geldt wel het fair-use principe, dat anderen ook op een goede manier van deze voorziening gebruik moeten kunnen maken.
- A0-reclamedisplays, e.d.;

Het is politieke partijen niet toegestaan om zelf objecten op het openbaar gebied te plaatsen of te hangen, in wat voor vorm dan ook, anders dan de hierboven bedoelde mogelijkheden.

7.3 Reclame op eigen terrein

Als het gaat om het maken van propaganda op eigen of private terreinen wordt alleen als regel gesteld dat het object waarop of waaraan het wordt aangebracht legaal moet zijn. Dit is doorgaans geen probleem als een bord, affiche of vlag wordt aangebracht op een bestaand gebouw, een erfafscheiding, een speeltoestel, vlaggenmast, een boom, etc.

Echter wanneer er een constructie wordt opgericht met als enkel doel om verkiezingspropaganda te maken, dan is extra oplettendheid geboden. Want zodra zo'n constructie moet worden aangemerkt als bouwwerk in de zin van de Wabo, dan is deze in beginsel niet toegestaan. Echter wanneer duidelijk is dat die constructie niet bedoeld is om langer geplaatst te zijn dan 7 aaneengesloten weken, dan zal er geen sprake zijn van een formeel bouwwerk. (zie ook § 1.4.3, kopje Bouwwerk in de zin van de Wabo).

Als gemeente gaan wij er vanuit dat constructies voorzien van verkiezingspropaganda die geplaatst worden binnen 6 weken voor de verkiezingsdatum, uiterlijk 1 week na de verkiezingsdatum worden verwijderd. Die constructies zijn dan in geen geval aan te merken als bouwwerk in de zin van de Wabo.

Als een dergelijke constructie eerder wordt geplaatst dan 6 weken voor de verkiezingsdatum, wordt er vanuit gegaan dat deze bedoeld is om langer geplaatst te zijn dan 7 weken. Die constructies zijn dan wel aan te merken als bouwwerk in de zin van de Wabo. Voor deze bouwwerken zal dan moeten worden bezien of zij legaal kunnen worden

geplaatst. Indien dat niet het geval blijkt te zijn moet de constructie inclusief de propaganda worden verwijderd.

7.4 Omgeving stemlokaal

De Kieswet geeft geen regels omtrent de propaganda in de omgeving van het stemlokaal, maar regelt alleen dat kiezers niet beïnvloed mogen worden in het stemlokaal (artikel J 36 Kieswet). Het aanplakken van posters in de buurt van een stembureau is derhalve toegestaan, voor zover niet strijdig met wet en regelgeving. De media benaderen soms mensen die een stembureau verlaten. Op de openbare weg is dit in principe vrij. Indien dit gebeurt op een niet openbaar terrein (bijvoorbeeld een schoolplein) kan de rechthebbende van dit terrein op grond van zijn eigenaarbevoegdheid de personen vragen zich te verwijderen. Daarnaast kan, als activiteiten de behoorlijke voortgang in het stembureau beïnvloeden, de voorzitter van het stembureau maatregelen nemen (artikel J 38 Kieswet).

8 Handhaving

Zonder handhaving is het introduceren van een nieuw reclamebeleid weinig zinvol. Het te voeren beleid valt of staat met de controle op de uitvoering ervan en daar waar nodig handhavend op te treden. Om te voorkomen dat het nieuwe reclamebeleid niet goed wordt opgevolgd, zal na de vaststelling ervan een programmatisch handhavingstraject worden ingezet. De primaire taak hiervoor ligt bij het cluster Handhaving.

Indien een reclame in strijd is met deze nota, dient handhavend te worden opgetreden en de reclame-uiting te worden vervangen, verwijderd of gewijzigd. Voor reclame-uitingen waarbij een exclusief contract is afgesloten met een exploitant, zal handhaving niet of nauwelijks aan de orde zijn. De exploitant dient zich immers te houden aan het gesloten contract.

Bij handhaving van dit beleid wordt een onderscheid gemaakt tussen reclamevormen met een tijdelijk karakter en die met een meer permanent karakter. Zolang het gaat om reclame met een permanent karakter zal de algemene handhavingstrategie worden toegepast, zoals opgenomen in het Integraal VTH beleid van de Gemeente Drimmelen. Als het gaat om reclame met een tijdelijk karakter, is de algemene handhavingstrategie vaak onvoldoende toereikend om werkelijk resultaat te behalen. Voor deze categorie is een andere aanpak benodigd.

8.1 Tijdelijke reclame in het openbaar gebied

Hierbij moet met name worden gedacht aan tijdelijke reclameborden, sandwichborden, vlaggen, etc. welke vaak ten behoeve van een evenement of tijdelijke actie worden geplaatst langs wegen of in groenstroken.

Omdat het achterhalen van de werkelijke overtreder bij deze categorie vaak lastig en tijdrovend is, duurt het vaak te lang om via de reguliere aanpak resultaat te bereiken. Mede omdat in die tijd de reclame lang genoeg zijn werk heeft kunnen doen om effectief te zijn.

De reguliere aanpak van aanschrijvingen met een begunstigingstermijn zijn niet doeltreffend in het terugdringen van deze vorm van illegale reclame-uitingen. Er is een vast type overtreder dat handhaving door de gemeente ziet als het risico van het vak. Dit type is vaak al tevreden als hij met zijn illegale borden 2 weken lang het publiek heeft kunnen bereiken.

Om deze zeer ongewenste illegale vormen van reclame werkelijk terug te kunnen dringen is een aanpak nodig welke niet alleen de overtreding beëindigt, maar ook het type bewuste overtredders ontmoedigt.

Een gepaste aanpak voor deze categorie is het toepassen van spoedeisende bestuursdwang. Daarbij wordt eerst de bestuursdwang uitgevoerd en volgt daarna pas de bestuursdwang beschikking. Feitelijk komt het er dan op neer dat eerst de illegale borden etc. worden verwijderd en daarna pas de brief wordt geschreven waarin de overtreder wordt aangesproken op zijn onrechtmatig handelen.

Het spoedeisende belang van handhaving is het tijdig kunnen bewerkstelligen van enig resultaat. Zonder snel handelen en het verwijderen van deze tijdelijke illegale reclame-uitingen is handhaving niet effectief en weinig zinvol.

Alle kosten welke worden gemaakt voor het uitvoeren van bestuursdwang en het opslaan van verwijderde voorwerpen, zullen voor zover mogelijk worden verhaald op de overtreder.

Alle voorwerpen welke worden verwijderd, worden (zoals wettelijk is voorgeschreven) gedurende minimaal 13 weken bewaard. Binnen die periode kan een overtreder zijn spullen terug krijgen, op voorwaarde dat hij alle in rekening gebrachte kosten voor bestuursdwang heeft betaald. Indien de voorwerpen niet binnen 13 weken zijn opgehaald, zullen deze worden afgevoerd of vernietigd.

8.2 Tijdelijke reclame op eigen terrein

Voor illegale reclame met een tijdelijk karakter op eigen terrein, kan met een minder stringente aanpak worden volstaan. In deze situaties is er altijd een grondeigenaar welke verantwoordelijk kan worden gehouden.

In deze situaties is het uitgangspunt dat de eigenaar verantwoordelijk is voor het plaatsen van de illegale reclame. Ook in die situaties waarin de reclame betrekking heeft op een ander dan de eigenaar. Er moet dan vanuit worden gegaan dat de reclame in ieder geval mede door of namens de eigenaar tot stand is gekomen. Het verwijzen naar een derde als verantwoordelijke voor het aanbrengen van de reclame, ontslaat te eigenaar niet van zijn eigen verantwoordelijkheden.

Wat betreft de werkwijze van handhavend optreden wordt de reguliere handhavingstrategie als uitgangspunt genomen. Echter de begunstigingstermijn waarbinnen de overtreding moet zijn opgeheven zal zeer kort worden gehouden. Daarbij zal er altijd wel rekening mee worden gehouden dat het binnen die termijn reëel gezien mogelijk is om de overtreding op te lossen. Alleen in bijzondere situaties waarbij er sprake is van een bijzonder spoedeisende belang, zal spoedeisende bestuursdwang worden toegepast.

8.3 Verkiezingen

Om de verkiezingsstrijd open, eerlijk en transparant te houden, zal er sprake zijn van actieve handhaving op ontoelaatbare vormen van propaganda. Daarbij wordt altijd eerst getracht om mondeling en in goed overleg de illegale situatie snel te laten beëindigen. Indien dat niet tot het gewenste resultaat leidt, zal formeel bestuursdwang worden toegepast. Daarbij krijgt de betreffende politieke partij een zeer korte, maar redelijke termijn om de overtreding te beëindigen. Doet zij dat niet binnen de gestelde termijn, dan past de gemeente bestuursdwang toe op kosten van de partij. Dit laatste scenario wordt gezien als een uiterst scenario wat zomogelijk moet worden vermeden.

9 Overgangsrecht

Gekozen wordt om alle bestaande reclame-uitingen die zijn gerealiseerd op basis van een vergunning onder het overgangsrecht te laten vallen. Voor deze reclame-uitingen geldt een zogeheten "uitsterfconstructie". Dat wil zeggen zolang de reclame-uiting ongewijzigd blijft

wat betreft omvang, kleur en plaats op het gebouw of ondergrond, mag deze blijven bestaan en zal er niet handhavend tegen worden opgetreden.
Zodra er sprake is van wijziging, vervanging of verplaatsing van de reclame-uiting dient de reclame uiting te worden geconformeerd aan dit beleid.

Alle reclame-uitingen welke niet zijn gerealiseerd op basis van een vergunning vallen niet onder het overgangsrecht en dienen direct na inwerkingtreding van dit beleid te worden geconformeerd aan dit beleid of indien nodig te worden verwijderd.

10 Begrippenlijst & afkortingen

<u>APV</u>	Algemene Plaatselijke Verordening (zie § 1.4.2)
<u>Bestuursdwang</u>	Feitelijk optreden van een bestuursorgaan tegen hetgeen in strijd is met een wettelijk voorschrift.
<u>Bouwwerk</u>	Een bouwwerk als bedoeld in de zin van de Wabo (zie § 1.4.3)
<u>LSV</u>	Landschapsverordening van de Provincie Noord-Brabant.
<u>Omgevingsvergunning</u>	Vergunning op basis van de Wabo. Deze kan o.a. betrekking hebben op bouwen, slopen, milieu, het wijzigen van een monument of het maken van handelsreclame (en andere aanverwante zaken).
<u>Vrij beroep</u>	Een vrij beroep is een beroep waarvan iedere uitoefenaar zich vrij kan vestigen, ofwel waarvan de uitoefenaar een algemeen geldende aanstelling krijgt op basis van uitgebreide studies en een formele, vaak wettelijk geregelde toelating tot een beroepsgroep, los van een opdracht of werkkring. (voorbeelden zijn o.a.: accountants, advocaten, artsen, belastingadviseurs, ingenieurs, kunstenaars, muzikanten, paramedici, etc)
<u>Wabo</u>	Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (zie § 1.4.2)

11 Evaluatie

Met de keuze voor het vaststellen van dit nieuwe beleid wordt op een andere manier omgegaan met reclame dan in het verleden. Het is dus mogelijk dat niet alle in dit beleid opgenomen maatregelen de verwachte uitwerking zullen hebben op de praktijk. Anderzijds kunnen zich ontwikkelingen voordoen welke met dit beleid niet zijn voorzien. Daarom zal 2 jaar na de inwerkingtreding van dit beleid de werking ervan worden geëvalueerd. De bevindingen uit die evaluatie zullen worden aangeboden aan de gemeenteraad, welke vervolgens kan besluiten om het beleid al dan niet te wijzigen.

Bijlagen:

- Bijlage I Aansturingstabel reclame-uitingen;
- Bijlage II Algemene regels reclame-uitingen;
- Bijlage III Criteria vergunningplichtige reclame-uitingen.

Bijlage I Aansturingstabel reclame-uitingen

1 Algemeen

	Bedrijven terreinen Winkel concentraties Havens	Bedrijven & winkels in woonwijken / aan huis gebonden beroepen	Woonwijken	Buitengebied: openbaar gebied	Buitengebied: eigen terrein	Sportterreinen	Beschermde monumenten & dorpsgezichten	Nationaal park De Biesbosch	Overige gebieden
Gevel- & dakreclame	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	Toegestaan: -Vergunningplichtig	Toegestaan: -Vergunningplichtig	<u>Niet</u> toegestaan
Reclameborden en spandoeken op eigen terrein	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	<u>Niet</u> toegestaan	n.v.t.	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	Toegestaan: -Vergunningplichtig	Toegestaan: -Vergunningplichtig	<u>Niet</u> toegestaan
Reclamezuil	Toegestaan: -Algemene regels	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan
Vlaggen & banners	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Vergunningplichtig	Toegestaan: -Vergunningplichtig	<u>Niet</u> toegestaan
Uitstallingen op openbaar gebied	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan
Terras afscheidingen	Toegestaan: -Algemene regels	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Vergunningplichtig	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan
Weekmarkten, standplaatsen & evenementen	Toegestaan: -Algemene regels -Vergunningplichtig	Toegestaan: -Algemene regels -Vergunningplichtig	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels -Vergunningplichtig	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels -Vergunningplichtig
Sponsoring (maatschappelijke voorzieningen)	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels
Steigerdoeken, bouwhekken & bouwborde	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels
Bewegwijzering	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels, aanvullende criteria	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan
Verkeersveiligheid campagnes	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels
Open monumentendag	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels
Verkoop / verhuur onroerend goed	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels
Windturbines	Toegestaan: -Algemene regels	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	Toegestaan: -Algemene regels	<u>Niet</u> toegestaan	<u>Niet</u> toegestaan	Toegestaan: -Algemene regels

Legenda:

Toegestaan: De reclamevorm (linker kolom) is toegestaan in het betreffende gebied (bovenste rij). Daarbij is vermeld of er sprake is van een vergunningplicht en/of algemene regels met eventuele aanvullende criteria.
Algemene regels: Als een reclamevorm is toegestaan met toepassing van algemene regels, dan kan de reclame-uiting zonder vergunning worden aangebracht, mits er wordt voldaan aan de in bijlage II omschreven algemene regels en de voor die specifieke reclamevorm omschreven criteria.
Aanvullende criteria: Indien een reclamevorm is toegestaan met toepassing van algemene regels, kan voor specifieke gebieden worden bepaald dat aanvullende criteria van toepassing zijn, deze zijn eveneens opgenomen in bijlage II. De aanvullende criteria kunnen zowel aanvullend als afwijkend zijn t.o.v. de voor die specifieke reclamevorm omschreven criteria. De aanvullende criteria hebben voorrang op de meer algemene voor die specifieke reclamevorm omschreven criteria.
Vergunningplichtig: Als een reclamevorm is toegestaan met op basis van een vergunningplicht, dat kan een reclame-uiting worden toegestaan op basis van een vergunning. Een vergunning zal worden getoetst aan de in bijlage III omschreven criteria. Indien er reden is om een vergunning te weigeren, zal deze worden geweigerd. Als er geen redenen aanwezig zijn om de vergunning te weigeren, zal de vergunning worden verleend.
Niet toegestaan: Indien voor een reclamevorm in een bepaald gebied is bepaald dat deze niet is toegestaan, dan is deze in het geheel niet toegestaan. Er kan dan geen gebruik worden gemaakt van de algemene regels. Er bestaat geen mogelijkheid om vergunning te verlenen voor die betreffende reclamevorm.

Bijlage II Algemene regels reclame-uitingen

Om reclame in de openbare ruimte te kunnen reguleren, zijn in de APV regels opgenomen. Daartoe zijn in de APV 2 verbodsbepalingen opgenomen:

1. Het verbod op het maken van handelsreclame, voor zover deze zichtbaar is vanaf de openbare weg;
2. Het verbod op het plaatsen van voorwerpen op of aan een openbare plaats.

Deze in de APV opgenomen verbodsbepalingen gelden niet voor reclame-uitingen in de aangewezen gebieden, mits deze voldoen aan de in deze bijlage opgenomen algemene regels. Voor deze reclame-uitingen hoeft géén vergunning te worden aangevraagd.

In 'Bijlage I Aansturingstabel reclame-uitingen' is bepaald in welke gevallen reclame-uitingen in een bepaald gebied zijn toegestaan overeenkomstig de in deze bijlage opgenomen algemene regels en eventuele aanvullende criteria. Indien niet aan de gestelde algemene regels wordt voldaan, is de reclame uiting niet toegestaan.

Wanneer in 'Bijlage I Aansturingstabel reclame-uitingen' is bepaald dat een reclame uiting in een bepaald gebied niet is toegestaan, vergunningplichtig of n.v.t., dan zijn de in deze bijlage opgenomen algemene regels niet van toepassing.

Bouwwerken

Het kan zijn dat een reclame-uiting tevens als bouwwerk moet worden aangemerkt. Daarbij kan o.a. worden gedacht aan reclamezuilen, vrijstaande reclameborden, uitstekende gevelreclame, dakreclame, vlaggenmast, etc. Voor deze objecten kan het zijn dat een omgevingsvergunning nodig is voor de activiteit bouwen. Om te bepalen of voor een object een omgevingsvergunning nodig is, kan op www.omgevingsloket.nl een vergunningencheck worden gedaan.

Alleen reclame t.b.v. legale activiteit

De in deze bijlage opgenomen algemene regels zijn alleen van toepassing voor zover de reclame wordt gemaakt t.b.v. een legale activiteit. Dat zal in de regel betekenen dat een activiteit moet zijn toegestaan op basis van een speciaal daarvoor verleende vergunning of het bestemmingsplan.

Gericht op openbare ruimte

Deze algemene regels hebben enkel betrekking op reclame welke is bedoeld om zichtbaar te zijn vanaf de openbare ruimte. Als reclame niet bedoeld is om zichtbaar te zijn vanaf de openbare ruimte, valt het buiten dit beleid en hoeft niet aan de hier gestelde algemene regels te worden voldaan.

Vrije beroepen

Voor vrije beroepen is een algemene vrijstelling van de vergunningplicht opgenomen in hoofdstuk 3 van de Reclamenota. Voor zover aan de daarbij genoemde voorwaarden wordt voldaan is deze reclame altijd vrij van vergunning en nadere regels zoals bedoeld in deze bijlage.

Algemene criteria

Alle in deze bijlage opgenomen reclame-uitingen dienen te voldoen aan de volgende algemene criteria:

1. Reclame mag niet leiden tot gevaarlijke en/of onoverzichtelijke verkeerssituaties;
2. Indien een reclame object (gedeeltelijk) overhangt boven het trottoir, wordt het object aangebracht op een hoogte van minimaal 2,3 meter boven het trottoir.
3. Indien een reclame object (gedeeltelijk) overhangt boven de weg, wordt het object aangebracht op een hoogte van minimaal 4,5 meter boven de weg.
4. Geen mechanisch bewegende reclame;
5. Geen lichtreclame met veranderend of knipperend licht, met uitzondering van lcd-schermen (of vergelijkbaar) en lichtkranten in etalages;
6. Geen lichtstrengen;
7. Bij reclame grenzend aan een bestaande woonomgeving dient de verlichting in of op dit object tussen 22.00 uur en 7.00 uur uitgeschakeld te zijn;
8. Reclame mag niet in sterke mate daglicht reflecteren;
9. Verlichting bij, op of in reclame mag niet leiden tot verblinding;
10. Reclame dient te voldoen aan 'De Nederlandse Reclame Code' (NRC) (www.reclamecode.nl).
11. Het is niet toegestaan reclame te maken voor activiteiten welke in strijd zijn met de wet.

Gevel- & dakreclame

Definitie: Op of aan de gevel of het dak bevestigde reclame, in de vorm van reclameborden, uithangborden, spandoeken, beschilderingen, bestickering, lichtbakken, zonwering en daarmee vergelijkbare reclamevoorzieningen.

Voorgevel: Elk pand heeft één voorgevel. Het is niet mogelijk om meerdere gevels als voorgevel aan te merken. Welke gevel moet worden aangemerkt als voorgevel wordt bepaald aan de hand van de situering van de voorgevelrooilijn in het bestemmingsplan. Indien het bestemmingsplan geen uitsluitel biedt, is de feitelijke situatie bepalend. Uitgangspunt daarbij is dat de meest belangrijke naar de weg gekeerde gevel wordt aangemerkt als voorgevel.

Gevelvlak: Een gevelvlak is een samenhangend gedeelte van een gevel, gelegen in een 2-dimensionaal vlak, dat in ieder geval wordt begrensd door de harten van de inwendige scheidingsmuren.

Het is toegestaan gevel- en dakreclame aan te brengen, mits deze voldoet aan de volgende criteria:

- 1 Reclame heeft alleen betrekking op het eigen bedrijf / de eigen activiteit (locatie gebonden);
- 2 Indien het een gebouw betreft waarin ook woningen zijn gevestigd: De reclame is alleen toegestaan op de verdiepingen waar het bedrijf is gevestigd, tot een hoogte van maximaal 1 meter boven de vloer van de laagste daarboven gelegen woning.
- 3 Voorgevel: maximaal 30% van de voorgevel wordt gebruikt voor reclame. Het maximum percentage wordt berekend over het gedeelte van de gevel waar reclame is toegestaan;
- 4 Overige gevels: maximaal 15% van de overige gevels wordt gebruikt voor reclame. Het maximum percentage wordt berekend per gevel en over het gedeelte van die gevel waar reclame is toegestaan;
- 5 Reclame borden haaks op de gevel zijn toegestaan, mits:

- a. maximaal 2 per bedrijf of instelling aangebracht aan de voorgevel;
 - b. maximaal 1 per bedrijf of instelling aangebracht aan een andere gevel;
 - c. niet groter dan 0,8 x 0,8 m.
 - d. Niet hoger aangebracht dan tot en met de 1^e verdieping
- 6 Lantaarns met reclame zijn toegestaan;
- 7 Reclame op het dak, of uitstekend boven de gevel is toegestaan, mits:
- a. niet hoger dan 1m boven de dakgoot (hellend dak) of de dakrand (plat dak);
 - b. indien het gevelvlak minder dan 12 m lang is: niet breder dan 4m
 - c. indien het gevelvlak meer dan 12 m lang is: niet breder dan 1/3 van de lengte van het gevelvlak;
 - d. geplaatst aan de voorgevel zijde;
 - e. niet aangebracht boven een woonverdieping.

Aanvullende criteria:

Deelgebied	Bedrijven & winkels in woonwijken / aan huis gebonden beroepen
Criteria	<p>1 Toegestaan bij bedrijven en winkels, mits:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Voorgevel: maximaal 15% van de gevel wordt gebruikt voor reclame, met uitzondering van de woonverdiepingen vanaf 1 m boven vloer van de laagste woning. Het maximale percentage wordt berekend over dat gedeelte van de gevel waar reclame is toegestaan; b. Overige gevels: in totaal maximaal 1 reclame uiting, niet groter dan 1,5 m² en niet langer dan 1,5 m; <p>2 Toegestaan bij aan huis gebonden beroepen, mits:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Ter plaatse van de ingang naar de ruimte(n) waar het beroep wordt uitgeoefend: maximaal 1 reclame uiting op beganegrond niveau, niet groter dan 0,7 m² en niet langer dan 1 m; b. Overige gevels: geen reclame toegestaan. <p>3 Dakreclame is niet toegestaan.</p>

Deelgebied	Sportterreinen
Criteria	<p>1 Niet locatie gebonden reclame op of aan de gevel is toegestaan, mits:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. niet meer dan 2 borden; b. elk bord niet groter dan 1,5 m² en niet langer dan 1,5 m (per bord); <p>2 Alcoholreclame is uitsluitend toegestaan bij een horeca voorziening;</p>

Reclameborden & spandoeken op eigen terrein

Definitie: reclameborden en spandoeken op eigen terrein, met uitzondering van gevel- en dakreclame.

Het is toegestaan reclameborden en spandoeken op eigen terrein te plaatsen, mits deze voldoen aan de volgende criteria:

1. Reclame heeft alleen betrekking op het eigen bedrijf / de eigen activiteit (locatie gebonden);
2. Geplaatst op eigen terrein;
3. Indien geplaatst op het bouwblok/bouwvlak¹ gelden geen nadere beperkingen;
4. Indien geplaatst buiten het bouwblok:
 - a. maximaal 2 borden of spandoeken per bedrijf;
 - b. niet groter dan 1,5 m² en niet langer dan 1,5 m (per bord/spandoekdoek);
 - c. niet hoger dan 1,8 m;
 - d. geplaatst op gronden welke in gebruik zijn ten behoeven van het bedrijf.

¹ de begrenzing van het bouwblok/bouwvlak is vastgelegd in het bestemmingsplan.

Aanvullende criteria:

Deelgebied	Bedrijven & winkels in woonwijken / aan huis gebonden beroepen
Criteria	<ol style="list-style-type: none"> 1 Alleen geplaatst op het bouwvlak; 2 Niet groter dan 0,7 m² en niet langer dan 1 m (per bord/spandoekdoek); 3 Niet hoger dan 1,1 m;

Deelgebied	Buitengebied: eigen terrein
Criteria	<ol style="list-style-type: none"> 1 In afwijking van bovenstaande criteria 1 en 4 is het toegestaan informatie/reclame bordjes te plaatsen bij gewassen op akkers, mits: <ol style="list-style-type: none"> a. niet meer dan 1 bordje per ras indien er sprake is van een proefveld; b. niet meer dan 1 bordje per gewas indien er sprake is van een normaal veld; c. de bordjes niet groter zijn dan 15 x 30 cm; d. de bordjes niet hoger zijn dan 50 cm boven het volgroeide gewas, met een maximale hoogte van 1,8 m.

Deelgebied	Sportterreinen
Criteria	<ol style="list-style-type: none"> 2 In afwijking van bovenstaande criteria is niet locatie gebonden reclame toegestaan, mits: <ol style="list-style-type: none"> a. niet meer dan 10 borden zijn gericht op het openbaar gebied²; b. niet groter dan 3 m² en niet langer dan 2,5 m (per bord); c. niet hoger aangebracht dan 2,5 m.

Reclamezuil

Definitie: Een vrijstaand vast reclame object met een overwegend verticale vormgeving.

Het is toegestaan een reclamezuil te plaatsen, mits deze voldoet aan de volgende criteria:

1. Reclame heeft alleen betrekking op het eigen bedrijf / de eigen activiteit (locatie gebonden);
2. Maximaal 1 per bedrijf of inrichting;
3. Maximale hoogte conform de voorschriften van het bestemmingsplan voor bouwwerken geen gebouw zijnde;
4. Geplaatst op eigen terrein;
5. Geplaatst op niet meer dan 3 meter achter de voorgevel-rooijlijn.

Vlaggen & banners

Definitie: Vlaggen en banners, uitgezonderd vlaggen en banners die behoren tot de uitstallingen op het openbaar gebied.

Banner: Een banner ofwel banier, is vervaardigd van textiel of vergelijkbaar materiaal en is strek vergelijkbaar met een vlag. Banners hebben vaak een staande verhouding en worden aan één of meerdere zijden bevestigd aan een vlaggenmast, vlaggenstok of gevel.

Het is toegestaan vlaggen en banners aan te brengen, mits deze voldoen aan de volgende criteria:

² borden welke zijn gericht op het sportterrein en niet op het openbaar gebied, vallen niet onder dit beleid.

1. Reclame heeft alleen betrekking op het eigen bedrijf / de eigen activiteit (locatie gebonden);
2. Maximaal 4 vlaggen per bedrijf of instelling;
3. geplaatst aan:
 - a. een vlaggenmast;
 - b. de gevel, niet hoger aangebracht dan de 1^e verdieping;
4. Voor zover geplaatst aan de gevel en binnen de bebouwde kom, voldoet aan de volgende afmetingen:
 - a. vlag maximaal 0,8 x 1,2 m;
 - b. vlaggenstok maximaal 1,5m;
 - c. banners maximaal 0,75 x 2,5 m;

Aanvullende criteria:

Deelgebied	Bedrijven & winkels in woonwijken / aan huis gebonden beroepen
Criteria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maximaal 1 vlag of banner per bedrijf of instelling; 2. De maximale afmeting voor de vlag of banner bedraagt 0,6 x 1,8 m.

Uitstallingen op openbaar gebied

Definitie: Objecten welke zijn uitgesteld om artikelen te koop aan te bieden, te verkopen of te verstrekken aan het publiek. Danwel losstaande objecten voorzien van opschriften, aankondigingen en/of afbeeldingen bedoeld voor het maken van reclame.

Het is toegestaan uitstallingen te plaatsen op het openbaar gebied, mits deze voldoen aan de volgende criteria:

1. Alleen bij bedrijven of instellingen welke behoren tot de categorieën:
 - a. detailhandel en dienstverlening;
 - b. horeca;
 - c. cultuur en ontspanning;
 - d. maarschappelijke voorziening;
 - e. dagrecreatie.
2. De uitstallingen en reclame hebben alleen betrekking op het eigen bedrijf / de eigen activiteit (locatie gebonden);
3. Maximaal 2 reclameborden of los staande banners per bedrijf of instelling;
4. Borden zijn niet hoger dan 1,1 m;
5. Overige objecten zijn niet hoger dan 1,8 m;
6. De uitstallingen en reclame worden geplaatst:
 - a. op een afstand van minimaal 0,5 m vanaf de weg en het fietspad;
 - b. in de directe nabijheid van de publieksingang;
 - c. voor het eigen bedrijf of instelling;
7. De vrije doorgangbreedte op het trottoir mag niet minder zijn dan 0,9 m;
8. De uitstallingen en reclame worden alleen tijdens openingstijden geplaatst;

Aanvullende criteria:

Deelgebied	Bedrijven & winkels in woonwijken / aan huis gebonden beroepen
Criteria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maximaal 1 reclamebord of los staande banner per bedrijf of instelling; 2. Uitstallingen worden geplaatst op eigen terrein; 3. Indien op eigen terrein geen ruimte is voor het plaatsen van uitstallingen, is plaatsing op het openbaar gebied toegestaan, mits: <ol style="list-style-type: none"> a. geplaatst binnen een afstand van 2 m van de publieksingang; b. geplaatst binnen een afstand van 0,7 m vanaf de voorgevel; c. niet geplaatst bij een aan huis gebonden beroep;

Deelgebied	Beschermde monumenten & dorpsgezichten
Criteria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maximaal 1 reclamebord of los staande banner per bedrijf of instelling; 2. Uitstallingen worden geplaatst op eigen terrein; 3. Indien op eigen terrein geen ruimte is voor het plaatsen van uitstallingen, is plaatsing op het openbaar gebied toegestaan, mits: <ol style="list-style-type: none"> a. geplaatst binnen een afstand van 2 m van de publieksingang; b. geplaatst binnen een afstand van 0,7 m vanaf de voorgevel;

Terras afscheidingen

Het is toegestaan reclame op terras afscheidingen aan te brengen, mits deze voldoet aan de volgende criteria:

1. Reclame heeft alleen betrekking op de horeca gelegenheid waartoe het terras behoort (locatie gebonden);
2. Indien aangebracht op de onderzijde van de afscheiding, tot een hoogte van maximaal 0,9 m, gelden geen nadere beperkingen;
3. Indien geheel of gedeeltelijk aangebracht op een hoogte van meer dan 0,9 m:
 - a. alle reclame-uitingen op dit deel hebben 1 kleur;
 - b. reclame-uitingen op dit deel beslaan niet meer dan 20% van het oppervlak van de afscheiding boven de 0,9 m.

Weekmarkten, standplaatsen & evenementen

Het is toegestaan reclame te maken t.b.v. weekmarkten en evenementen, mits deze voldoen aan de volgende criteria:

1. Voor zover reclame betrekking heeft op weekmarkten:
 - a. op het terrein waar de markt wordt gehouden;
 - b. op het moment dat de markt gehouden wordt;
 - c. reclame heeft alleen betrekking op de daar aangeboden goederen en diensten.
2. Voor zover reclame betrekking heeft op standplaatsen:
 - a. geplaatst binnen een afstand van 10 m tot de standplaats;
 - b. maximaal 2 losstaande reclameborden of banners per standplaats;
 - c. borden zijn niet hoger dan 1,1 m;
 - d. overige objecten zijn niet hoger dan 1,8 m;
 - e. op een afstand van minimaal 0,5 m vanaf de weg en het fietspad;
 - f. op een afstand van minimaal 5 m vanaf de ingang van ander bedrijf of instelling;
 - g. op het moment dat de standplaats wordt geëxploiteerd;
 - h. reclame heeft alleen betrekking op de daar aangeboden goederen en diensten.
3. Voor zover reclame betrekking heeft op evenementen:
 - a. op het terrein waar het evenement wordt gehouden;
 - b. niet eerder geplaatst dan 3 weken voor aanvang van het evenement;
 - c. niet langer geplaatst dan 1 week na afloop van het evenement;
 - d. reclame heeft alleen betrekking op het evenement en de daar aangeboden goederen en diensten.
4. Het gestelde onder punt 3 is niet van toepassing op reclame voor evenementen middels raamposters. Raamposters t.b.v. evenementen zijn zondermeer toegestaan.

Sponsoring (maatschappelijke voorzieningen)

Definitie: Het met (financiële of materiële) middelen ondersteunen van een project, activiteit of voorziening in ruil voor bescheiden reclame-uitingen.

Het is toegestaan in het kader van sponsoring reclame te maken, mits deze voldoet aan de volgende criteria:

1. Het te sponsoren project, activiteit of voorziening draagt bij aan een goede leefbaarheid van een gebied en/of kwaliteit van de leefomgeving;
2. Voor zover het sponsoring van een voorziening betreft:
 - a. de voorziening is tot stand gekomen of wordt onderhouden met steun van de sponsor;
 - b. Indien het oppervlak van de voorziening zich wel leent voor het aanbrengen van reclame:
 1. maximaal 40% van de voorziening mag zijn bedekt met reclame
 2. reclame mag niet uitsteken buiten de voorziening;
 - c. Indien het oppervlak van de voorziening zich niet leent voor het aanbrengen van reclame:
 1. reclame wordt aangebracht in de vorm van een losstaand bordje met een maximale afmeting van 35 x 50 cm;
 2. maximaal 2 reclamebordjes per voorziening;
 3. losstaande bordjes zijn niet hoger dan 0,7 m;
3. Voor zover het sponsoring van een project of activiteit betreft:
 - a. het project of de activiteit is tot stand gekomen met steun van de sponsor;
 - b. reclame wordt aangebracht in de vorm van een bordje met een maximale afmeting van 35 x 50 cm;
 - c. maximaal 2 reclamebordjes per afzonderlijk onderdeel van het project of de activiteit;
 - d. losstaande bordjes zijn niet hoger dan 0,7 m;
 - e. geplaatst zolang het project of de activiteit duurt, of het resultaat daarvan duidelijk zichtbaar is;
 - f. niet langer geplaatst dan 1 jaar nadat de sponsor het project of activiteit voor het laatst heeft ondersteund.

Aanvullende criteria:

Deelgebied	Beschermde monumenten & dorpsgezichten
Criteria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reclame wordt aangebracht in de vorm van een plaquette van metaal of steen, voorzien van een gravure en/of bedrukt met zwarte inkt. 2. Voor zover het sponsoring van een voorziening betreft: maximaal 20% van de voorziening mag zijn bedekt met reclame;

Steigerdoeken, bouwhekken & bouwboarden

Het is toegestaan op steigerdoeken, bouwhekken en bouwboarden reclame aan te brengen, mits deze alleen wordt aangebracht zolang deze voorzieningen van een functionele betekenis zijn voor de bouwactiviteit.

Bewegwijzering

Definitie: Het stelsel van informatieboarden dat langs de wegen is aangebracht om de weggebruiker de routegegevens voor een bestemming te verstrekken. Met uitzondering van de door of namens gemeente, provincie of rijk geplaatste bewegwijzering.

Het is toegestaan bewegwijzering te plaatsen, mits deze voldoet aan de volgende criteria:

1. De primaire functie is bewegwijzering, handelsreclame heeft een sterk ondergeschikt karakter;
2. niet groter dan voor een goede leesbaarheid nodig is;
3. Geplaatst op eigen terrein.

Aanvullende criteria:

Deelgebied	Bedrijven terreinen, Winkel concentraties, Havens
Criteria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Toegestaan op bedrijven terreinen en havens, mits: <ol style="list-style-type: none"> a. geplaatst door of in opdracht van de Gemeente Drimmelen; b. gezamenlijk karakter met eenduidige uitstraling voor het hele gebied; c. voldoet aan de 'Beleidsrichtlijn bewegwijzering van objecten'.

Deelgebied	Buitengebied: eigen terrein
Criteria	<ol style="list-style-type: none"> 2. Bewegwijzering heeft alleen betrekking op het eigen bedrijf en de eventuele nevenfuncties (locatie gebonden); 3. Indien geplaatst op het bouwblok³ gelden geen nadere beperkingen; 4. Indien geplaatst buiten het bouwblok: <ol style="list-style-type: none"> a. maximaal 2 borden per bedrijf (incl. nevenfuncties); b. nabij de toegangsweg naar het bedrijf.

Verkeersveiligheid campagnes

Definitie: Campagnes ter bevordering van de verkeersveiligheid zonder enig commercieel belang.

Het is toegestaan spandoeken op te hangen t.b.v. verkeersveiligheid campagnes, mits deze voldoen aan de volgende criteria:

1. Aangebracht op de daartoe door het college aan te wijzen plaatsen;
2. Alleen aangebracht gedurende de looptijd van de campagne;
3. De campagne heeft een regio overstijgend karakter.

Open monumentendag

Het is toegestaan raamposters en spandoeken op te hangen t.b.v. de landelijke open monumentendag, mits deze voldoen aan de volgende criteria:

1. Maximimaal 10% van het oppervlak van de raamposter of het spandoek mag worden gebruikt t.b.v. handelsreclame voor de sponsor van de open monumentendag;
2. Voor zover aangebracht op eigen terrein gelden geen nadere beperkingen;
3. Voor zover aangebracht boven openbaar gebied:
 - a. Aangebracht binnen een afstand van maximaal 3 meter tot het perceel waarop het monument is gelegen;
 - b. niet eerder aangebracht dan 3 weken voor aanvang van de open monumentendag;
 - c. niet langer aangebracht dan 1 week na afloop van de open monumentendag.

³ de begrenzing van het bouwblok is vastgelegd in het bestemmingsplan.

Verkoop / verhuur onroerend goed

Het is toegestaan reclame te maken t.b.v. het verkopen of verhuren van onroerend goed, mits deze voldoet aan de volgende criteria:

1. Voor zover reclame voor verkoop en verhuur van onroerend goed wordt gemaakt op of bij het makelaarskantoor, vindt dit plaats in:
 - a. de etalage van het makelaarskantoor;
 - b. een vitrinekast op het terrein van het makelaarskantoor.
2. Voor zover reclame voor verkoop en verhuur van onroerend goed wordt gemaakt op of bij de te verkopen of verhuren locatie:
 - a. heeft de reclame alleen betrekking op die specifieke locatie;
 - b. afstand van overhangende of vrijstaande reclame objecten tot de weg bedraagt minimaal 0,5 m;
3. Geplaatst op eigen terrein.

Windturbines

Definitie: Moderne hoge windmolens om elektriciteit op te wekken.

Gondel: De gondel is het bovenste gedeelte van de windturbine waaraan de wieken zijn bevestigd en waarin zich de generator bevindt.

Het is toegestaan reclame te maken op windturbines, mits deze wordt aangebracht op de gondel van de windturbine.

Bijlage III Criteria vergunningplichtige reclame-uitingen

Om reclame in de openbare ruimte te kunnen reguleren, zijn in de APV regels opgenomen. Daartoe zijn in de APV 2 verbodsbepalingen opgenomen:

1. Het verbod op het maken van handelsreclame, voor zover deze zichtbaar is vanaf de openbare weg;
2. Het verbod op het plaatsen van voorwerpen op of aan een openbare plaats.

Deze in de APV opgenomen verbodsbepalingen gelden niet voor reclame-uitingen in de aangewezen gebieden waarvoor een vergunning is verleend.

In 'Bijlage I Aansturingstabel reclame-uitingen' is bepaald in welke gevallen reclame-uitingen in een bepaald gebied met een vergunning kunnen worden toegestaan. In de overige gevallen is het niet mogelijk om voor een reclame-uiting een vergunning te verkrijgen.

In deze bijlage zijn criteria opgenomen waaraan vergunningplichtige reclame-uitingen dienen te worden getoetst. Indien aan alle criteria wordt voldaan, wordt vergunning verleend. Indien aan één of meerdere criteria niet wordt voldaan, wordt vergunning geweigerd.

Bouwwerken

Het kan zijn dat een reclame-uiting tevens als bouwwerk moet worden aangemerkt. Daarbij kan o.a. worden gedacht aan reclamezuilen, vrijstaande reclameborden, uitstekende gevelreclame, dakreclame, vlaggenmast, etc. Voor deze objecten kan het zijn dat een omgevingsvergunning nodig is voor de activiteit bouwen. Om te bepalen of voor een object een omgevingsvergunning nodig is, kan op www.omgevingsloket.nl een vergunningencheck worden gedaan.

Gericht op openbare ruimte

De in deze bijlage opgenomen criteria hebben enkel betrekking op reclame welke is bedoeld om zichtbaar te zijn vanaf de openbare ruimte. Als reclame niet bedoeld is om zichtbaar te zijn vanaf de openbare ruimte, valt het buiten dit beleid en is er geen vergunning nodig.

Permanent vs tijdelijk

De overeenkomstig Bijlage I als vergunningplichtig aangemerkte reclame-uitingen, kunnen worden verdeeld in 2 categorieën:

1. Reclame met een permanent karakter: Gevel- & dakreclame; Reclameborden en spandoeken op eigen terrein; Vlaggen & banners; Terrasafscheidingsen.
2. Reclame met een zeer tijdelijk karakter: Reclame t.b.v. evenementen.

Deze categorieën vragen elk om een eigen aanpak. Bij categorie 1 ligt de focus op de kwaliteit van de omgeving. Bij categorie 2 ligt de focus op het beperken van de impact op de omgeving.

Vrije beroepen

Voor vrije beroepen is een algemene vrijstelling van de vergunningplicht opgenomen in hoofdstuk 3 van de Reclamenota. Voor zover aan de daarbij genoemde voorwaarden wordt voldaan is de reclame altijd vrij van vergunning en nadere regels zoals bedoeld in deze bijlage.

Toetsingscriteria vergunningplichtige reclame-uitingen

Algemene criteria

Alle in deze bijlage opgenomen reclame-uitingen dienen te voldoen aan de volgende algemene criteria:

1. Reclame mag niet leiden tot gevaarlijke en/of onoverzichtelijke verkeerssituaties;
2. Indien een reclame object (gedeeltelijk) overhangt boven het trottoir, wordt het object aangebracht op het hoogte van minimaal 2,3 meter boven het trottoir.
3. Indien een reclame object (gedeeltelijk) overhangt boven de weg, wordt het object aangebracht op het hoogte van minimaal 4,5 meter boven de weg.
4. Geen mechanisch bewegende reclame;
5. Geen lichtreclame met veranderend of knipperend licht;
6. Geen lichtstrengen of neon reclame;
7. Bij reclame grenzend aan een bestaande woonomgeving dient de verlichting in of op dit object tussen 22.00 uur en 7.00 uur uitgeschakeld te zijn;
8. Reclame mag niet in sterke mate daglicht reflecteren;
9. Verlichting bij, op of in reclame mag niet leiden tot verblinding;
10. Reclame dient te voldoen aan 'De Nederlandse Reclame Code' (NRC) (www.reclamecode.nl).
11. Het is niet toegestaan reclame te maken voor activiteiten welke in strijd zijn met de wet.

Criteria voor reclame met een permanent karakter:

(Gevel- & dakreclame; Reclameborden en spandoeken op eigen terrein; Vlaggen & banners; Terrasafscheidings)

Reclame dient te worden getoetst aan de redelijke eisen van welstand, zoals omschreven in de welstandsnota, aangevuld met de volgende criteria:

1. Verband tussen de activiteit en de reclameboodschap: Alleen reclame aanbrengen daar waar de activiteit wordt uitgeoefend: Bij of boven de entree, bij of boven étalage(s);
2. Verband tussen de tekstpositie en leesbaarheid van de reclame-uiting: De reclame dient op een zichtbare en leesbare wijze aangebracht te worden. Niet te groot en niet te klein, niet te uitvoerig;
3. Verband tussen reclame en het straatbeeld: De reclame dient het straatbeeld niet onevenredig te verstoren. Met name uitsteekreclame kan een onevenredig deel van het gevelbeeld afdekken;
4. Verband tussen de architectuur en de reclame-uiting: De reclame dient de architectuur van het gebouw of gevel(wand) te ondersteunen en niet te verstoren. Reclames dus aanbrengen in de reclame-zone: d.w.z. aan de voorgevel (op de hoek voorgevel/zijgevel) boven de begane grond deuren en ramen en onder de onderdorpels van de ramen op de eerste verdieping of onder het dak c.q. lijst;
5. Verband tussen de plaats van de reclame en de structuur van het gebouw: De reclame dient bij voorkeur bij of boven de entree of etalage aangebracht te worden;
6. Uitvoering van de reclame-uitingen: Geen permanente reclames uitvoeren met een tijdelijke uitstraling. Indien geplaatst op een markies of zonnenscherm: uitsluitend geplaatst op het onderste segment van de markies of op de volant;
7. Vormgeving:
 - a. Streven naar vormgeving in losse letters in plaats van een bedrukt reclamebord;

- b. Materialisatie en kleurstelling moeten in harmonie zijn met de gevelkarakteristiek van de betreffende gevel, huisstijlen van bedrijven zijn daarbij ondergeschikt;
 - c. Niet uitgevoerd in felle en/of contrastrijke kleuren;
8. Reclames in historische omgeving bij voorkeur aanlichten i.p.v. van binnenuit verlichten.

Criteria voor reclame met een zeer tijdelijk karakter:

(Reclame t.b.v. evenementen)

Voor het plaatsen van evenementenborden buiten het terrein waar het evenement wordt gehouden moet aan de volgende criteria worden voldaan:

1. Het evenement vindt plaats in de gemeente Drimmelen;
2. Indien er sprake is van een evenement met een verwacht aantal bezoekers van minimaal 500, mogen maximaal 2 evenementenborden worden geplaatst;
3. Indien er sprake is van een evenement met een verwacht aantal bezoekers van minimaal 1000, mogen maximaal 6 evenementenborden worden geplaatst;
4. Indien er sprake is van een evenement met een verwacht aantal bezoekers van minder dan 500, mogen géén evenementenborden worden geplaatst;
5. De vergunning wordt gelijktijdig aangevraagd met de evenementenvergunning;
6. De vergunning kan alleen worden verleend als de evenementenvergunning is verleend;
7. De evenementenborden worden geplaatst op eigen terrein of terrein van derden, plaatsing op het openbaar gebied is niet toegestaan;
8. Niet eerder geplaatst dan 3 weken voor aanvang van het evenement;
9. Niet langer geplaatst dan 1 week na afloop van het evenement;
10. Reclame heeft alleen betrekking op het evenement en de eventuele sponsors.
11. De afstand van een evenementenbord tot het openbaar gebied bedraagt minimaal 1 m;
12. Niet geplaatst in de nabijheid van een ander evenementenbord in het zelfde zichtveld.
13. Indien geplaatst binnen de bebouwde kom:
 - a. het evenementenbord is niet groter dan 3 m², niet hoger dan 2,5 m en niet breder dan 2 m;
 - b. De afstand tot een kruispunt bedraagt minimaal 5m;
14. Indien geplaatst buiten de bebouwde kom:
 - a. het evenementenbord is niet groter dan 8 m², niet hoger dan 4 m en niet breder dan 3,5 m;
 - b. De afstand tot een kruispunt bedraagt minimaal 20m;

Overige reclame

Overige vormen van reclame welke niet zijn genoemd in deze bijlage, of waarvoor geen vergunningplicht is opgenomen in bijlage I, kunnen niet middels een vergunning worden toegestaan. Voor die overige vormen van reclame kan wordt verwezen naar de algemene regels voor reclame-uitingen (bijlage II), voor zover deze van toepassing zijn verklaard (bijlage I). Reclame-uitingen welke ook niet kunnen worden gerealiseerd op basis van de algemene regels, zijn niet toegestaan.