

'Hallo...! Ben ik in beeld?'

Beleidsnota reclame en uitstallingen in Noordwijk | concept mei 2013



Colofon

Gemeente Noordwijk, mei 2013
in samenwerking met SCHOUT rv&b

Inhoud en vormgeving

SCHOUT rv&b, Breda

Werkgroep gemeente

Demet Voute-Sert
Anouk Distelbrink
Kitty Warmerdam
Jack van der Niet

Fotografie

Gemeente Noordwijk en M.E. Stuurp

Op de inhoud van deze nota berusten copyrights.

Het digitale exemplaar van deze beleidsnota is een interactieve Adobe Reader versie, waarmee u relatief eenvoudig kunt 'bladeren' binnen het document. Door in de inhoudsopgave met de muiscursor op een onderdeel te klikken komt u gelijk uit bij het gekozen hoofdstuk of paragraaf.

Naast de inhoudsopgave zijn ook in de teksten koppelingen aangebracht, zodat u met één muisklik de bijbehorende informatie kunt vinden. Deze koppelingen zijn onderstreept. Verwijzingen naar een externe website zijn tevens [blauw gekleurd](#).

Inhoud

Voorwoord

1	Inleiding	5
2	Reclame in Noordwijk	7
2.1	Verschillende vormen	7
2.2	Ervaringen en knelpunten	11
2.3	Doel en uitgangspunten	12
3	Wet- en regelgeving	13
4	Uitvoering beleid	16
4.1	Vergunningverlening	16
4.2	Afwijken	18
4.3	Handhaving en excessen	19
5	Algemene richtlijnen	20
5.1	Algemene richtlijnen	20
5.2	Tijdelijke reclame	23
5.3	Specifieke situaties	24
6	Gebiedsgerichte richtlijnen	25
6.1	Algemeen	25
6.2	Gebiedsindeling	25
6.3	Beschermd dorpsgezicht	27
6.4	Winkelgebied	30
6.5	Woongebieden	33
6.6	Bedrijventerreinen	35
6.7	Uitgaansgebied	37
6.8	Koningin Wilhelmina Boulevard	38
6.9	Strand	41
6.10	Buitengebied	42
6.11	Openbare ruimte en hoofdroutes	46

Bijlagen

1	Lichtreclames <i>Technische voorschriften</i>
2	Reclamebak aan lichtmasten <i>Technische voorschriften</i>



NOORDWIJK

Voorwoord

De invloed die commerciële uitingen hebben op de kwaliteit van de openbare ruimte is groot. Daarom is er een rol weggelegd voor de gemeentelijke overheid. Een regierol, want over de inhoud gaat de gemeente natuurlijk niet. Wel moeten wij zorgen voor gelijke regels en kansen voor iedereen. Bovendien moet de gemeente waken voor uitwassen, zoals overdaad en schreeuwerigheid. Want als een beeld van verrommeling dreigt te ontstaan, is daarmee het imago van Noordwijk in het geding. Terwijl reclame ook juist positief kan bijdragen aan het imago. Het aanzicht op straat is gebaat bij een goede dosering, zowel in de hoeveelheid uitingen als in de maatvoering. Kaders zijn dus belangrijk en nuttig voor alle belanghebbenden en daarin voorziet deze nota.

Daarom ben ik blij dat deze nota tot stand kwam in overleg met winkeliersverenigingen, de ondernemersvereniging, gebruikersgroepen en de welstandscommissie. Die samenwerking wekt bij alle partijen het vertrouwen dat het gebruik van deze nota eenduidig zal zijn. Een andere grote verbetering van deze reclamenota is de eenheid in het beleid. Voorheen waren de richtlijnen versnipperd over meerdere documenten en verordeningen. Nu is alles ordelijk en digitaal beschikbaar.

Al met al is deze nota de volgende stap voor onze inzet om Noordwijk fraai te maken en houden,



Martijn Vroom
Wethouder Openbare Ruimte

1. Inleiding

Reclame en uitstallingen in de openbare ruimte bepalen in grote mate het aanzien en beleving van een gebied. Reclames - maar ook uitstallingen - hebben de neiging, onder de druk van de concurrentie, steeds groter en opzichtiger te worden. Zeker kwetsbare gebieden, zoals Noordwijk Binnen, zijn daarvoor gevoelig.

Voor de ondernemer heeft reclame een belangrijke betekenis: hij wil een groot en vooral het juiste publiek bereiken. Ondernemers onderkennen tegelijkertijd steeds meer het belang van een aangename verblijfskwaliteit en beseffen dat het reguleren van reclame-uitingen en uitstallingen daarop van positieve invloed kan zijn. Het kan zelfs een uitdaging zijn om iets extra's toe te voegen, dat werkelijk een meerwaarde is; dat bewijst dat reclame mooi en tegelijk functioneel kan zijn.

Het is de taak van de gemeente om de gebruiksvriendelijkheid en hoogwaardige uitstraling van het straatbeeld te bewaken. Een goed beleid draagt bij aan het evenwicht tussen de gewenste beeldkwaliteit van de gemeente, de verkeersveiligheid en de belangen van de ondernemers en omwonenden.

Doel van deze nota

Doelstelling van deze nota is het bieden van een integraal beleid ten aanzien van reclame-uitingen en uitstallingen met duidelijke kaders voor toepassing en toetsing. Deze nota draagt daarmee bij aan de kwaliteit van de openbare ruimte en het voorkomen van overlast en gevaarlijke situaties.

Bestaand beleid

Deze beleidsnota vervangt de Reclamenota uit juni 2005 en het Uitstallingenbeleid van september 2005. Deze beleidsnota's zijn sindsdien aangevuld met onder andere de Beleidsregel strandreclame (6 juni 2010), het interim-beleid art. 3.23 (26 augustus 2008) en de Welstandsnota met criteria voor reclame uitingen (27 april 2011). Deze aanvullingen worden waar nodig integraal verwerkt in dit beleidsdocument.

Overkoepelend geldt de Algemene Plaatselijke Verordening (tot en met 5e wijziging d.d. 29 februari 2012) waarin met artikel 2.1.5.1. en artikel 4.4.2. een vergunningplicht voor uitstallingen respectievelijk handelsreclame is opgenomen.

Door aanpassingen en aanvullingen in 'losse' beleidsnota's moesten meerdere documenten geraadpleegd worden om een overzicht van het gemeentelijke reclamebeleid te krijgen. Daarnaast leidt ook het onderscheid tussen een reclame-uiting of uitstalling regelmatig voor verwarring.

Deze actualisatie betreft dan ook voornamelijk een samenhangend beleidsdocument waarin de hiervoor genoemde nota's zijn vereenvoudigd en aangevuld tot een compleet en toegankelijk beleidsinstrument. Het beleid is tevens aangepast op de actuele wensen en eisen van gemeente en ondernemers.

Klankbordgroep

Deze nota is tot stand gekomen met een klankbordgroep met vertegenwoordiging van gemeente, Noordwijkse ondernemersvereniging, Koninklijke Horeca Nederland, Noordwijk Marketing en de welstandscommissie.

Gemeente Noordwijk

Wethouder Martijn Vroom
Demet Voute-Sert
Anouk Distelbrink

Noordwijk Marketing

Evelien Feijen
Arjan Slobbe

Koninklijke Horeca Nederland

Arnold Geerlings

Noordwijkse Ondernemers Vereniging

Ton van Schie
Sandra Duivenvoorde
Krijn van den Bent
Willy Fenstra
Joost van der Hulst

Welstandscommissie

Egbert Töns

Afbakening

Deze nota richt zich op handelsreclame en uitstallingen op, aan of boven het publiek terrein waarvoor een vergunning nodig is in het kader van Wet algemene bepalingen omgevingsrecht artikel 2.1 en 2.2 en in APV artikel 2.1.5.1. en 4.4.2. Ideële reclame is beschermd door artikel 7 van de Grondwet (vrijheid van meningsuiting). Zogenaamde ideële reclame valt daarom buiten het kader van deze nota. Ook terrasinrichting - behoudens de reclame op terrassen - valt buiten de reikwijdte van deze nota. Ten behoeve van een duidelijke afbakening voor toepassing van deze nota zijn de volgende definities van belang.

Handelsreclame

Onder 'handelsreclame' wordt verstaan iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen (art. 1.1. sub. k APV).

Het gaat in deze nota om handelsreclame in welke vorm dan ook die vanaf het publiek terrein zichtbaar is en ook de inpandige uitingen die kennelijk gericht zijn op zichtbaarheid vanaf het publiek terrein, zoals bijvoorbeeld posters aan de binnenzijde van etalages. In deze nota wordt gesproken over reclame als het handelsreclame betreft. Een reclameobject is het voorwerp of drager van een reclame. Als er gesproken wordt over een bedrijf dan gaat het veelal om de inrichting waarin activiteiten plaatsvinden en betreft het alle ondernemingen, instellingen en andere organisaties - zowel met als zonder winst-oogmerk.

Uitstalling

Van een 'uitstalling' is sprake wanneer op het trottoir goederen worden aangeboden; dan wel bloembakken of sandwichborden worden geplaatst voor het eigen bedrijf. Het verschil tussen een reclame of uitstalling is soms niet erg scherp. Voor een goed begrip wordt als uitgangspunt genomen dat alle uitingen die door middel van een logo of tekst direct verwijzen naar een bedrijf, vereniging of product, aangemerkt worden als reclame.

Met dit integrale beleid is het onderscheid voor toetsing van vergunningaanvragen van ondergeschikt belang. Maar wel de te volgen procedure; een omgevingsvergunning voor een handelsreclame (op of aan een onroerende zaak) of een APV-vergunning bij een losse uitstalling met of zonder een reclame-uiting.

Publiek terrein

Onder 'publiek terrein' wordt verstaan de weg, de pleinen, de stranden, de overdekte passages en ook voor het publiek toegankelijke gebouwen en erven waaronder horecabedrijven en de daarbij behorende terrassen (artikel 1.1 sub. a APV).

Deze nota gaat niet over de terrassen zelf, maar wel over de reclame-uitingen op terrassen. Daarnaast hebben de richtlijnen geen betrekking op reclame binnen de voor het publiek toegankelijke gebouwen, tenzij de reclame zichtbaar is vanaf de openbare ruimte.

Bouwwerk

Of en zo ja welke procedure doorlopen moet worden is mede afhankelijk of de reclame-uiting of uitstalling een bouwwerk betreft. Een bouwwerk is elke constructie van enige omvang van hout, steen, metaal of ander materiaal, die op de plaats van bestemming hetzij direct hetzij indirect met de grond verbonden is, hetzij direct of indirect steun vindt in of op de grond, bedoeld om ter plaatse te functioneren (artikel 1.1 bouwverordening).

Ideële reclame

Bij ideële reclame staat niet een handelsbelang, maar een ideëel, maatschappelijk of politiek belang voorop. Ideële reclame wordt beschermd door artikel 7 van de Grondwet (vrijheid van meningsuiting). Te denken valt aan reclame van stichtingen of verenigingen die maatschappelijke thema's op de publieke agenda zetten. Op landelijk niveau kan gedacht worden aan campagnes van SIRE, Verenigde Verkeers Veiligheids Organisatie (3VO), Postbus 51, Politieke Partijen, etc. De statuten van een organisatie geven uitsluitel over het doel van de instelling en of de activiteiten dienen te worden aangemerkt als ideële dan wel commerciële reclame.

Status

Deze nota is vastgesteld als beleidsregel zoals bedoeld in artikel 4.81 van de Algemene Wet Bestuursrecht en vastgesteld als onderdeel van de Welstandsnota conform artikel 12 van de Woningwet. Op deze manier is in ieder geval ook de toetsing van het uiterlijk (redelijke eisen van welstand) voor alle reclamevormen (bouwwerk of niet) juridisch vastgelegd. Dit reclamebeleid vervangt daarmee het reclamebeleid juni 2005, het Uitstallingenbeleid van september 2005 en de aanvullende losse beleidsstukken betreffende uitstallingen in Noordwijk aan Zee, strandreclame en welstandscriteria voor reclameuitingen in de welstandsnota.

Leeswijzer

Deze nota omvat in hoofdlijn twee onderdelen. De eerste hoofdstukken betreffen vooral een beschrijving van de huidige situatie, de ambities en het juridische kader. Het tweede deel vormt het praktische onderdeel met de richtlijnen op basis waarvan een vergunning voor een reclame verleend kan worden.





Gevelreclame in meerdere vormen en in één huisstijl.

2. Reclame in Noordwijk

2.1 Verschillende vormen

In Noordwijk zijn er in verschillende vormen van reclames en uitstallingen. Er kan een onderscheid aangebracht worden tussen gevelreclame, vrijstaande reclame en uitstallingen en overige reclamevormen in de openbare ruimte.

Gevelreclame

Hier gaat het om reclames aangebracht op of aan het gebouw. Deze kunnen bestaan uit borden, losse belettering, lichtbakken, doeken en andere uitingen die loodrecht, evenwijdig of schuin aan de gevel of op het dak zijn bevestigd. Vaak maakt de beeldtaal, het lettertype, de kleur en de vorm deel uit van een herkenbaar bedrijfs- of productlogo.

Borden en losse letters

Een gevelbord of de (aaneengeschreven) losse letters worden meestal geplaatst boven de pui, op of aan de luifel of op dakranden. Daarbij is onderscheid in evenwijdig geplaatste borden of dubbelzijdige (uithang)borden die loodrecht op de gevel wordt bevestigd.

Lichtreclames

Er is een breed scala aan lichtreclames; verlichte reclamebakken, verlichte losse letters, beeldschermen, lichtkranten, geprojecteerde reclameteksten en/of -beelden op trottoirs of gevels et cetera. Deze vorm van reclame trekt sterk de aandacht en is vooral in de avond- en nachturen zeer beeldbepalend.

Vlaggen, vaandels, wimpels en banieren

Stofachtige materialen loodrecht of langs de gevel opgehangen. Banieren zijn vlaggen waarvan de hoogte groter is dan de lengte. Deze worden evenwijdig (enkelzijdig) of haaks (dubbelzijdig) aan de gevel opgehangen.

Zonweringen en markiezen met reclame

Reclame op de boven- of onderkant of op de volant van een zonwering of markies.

Raamplakaten, plakletters of raamfolie

Het beplakken met stickers of folie aan de binnenzijde van ramen. De folie kan op maat en zelfs met het logo van het betreffende bedrijf gemaakt worden.

Gevelbeschilderingen

Beschilderen op gevels en rolluiken met een reclameboodschap.

Spandoeken in frame

Dit zijn frames met een reclamedoek. Het reclamedoek wordt opgespannen in het metalen frame en kan verwisseld worden.

Steigerdoeken

Grote reclamedoeken die aan de gevel of op het steigerwerk waar een verbouwing wordt uitgevoerd, zijn bevestigd. Steigerdoeken zijn altijd tijdelijk van aard en hebben meestal primair een veiligheidsfunctie of dienen ter bescherming van bouwvakkers tegen weer en wind.

Vrijstaande reclameobjecten en uitstallingen

Naast de gevelreclames zijn er vele vormen die zich in de openbare ruimte bevinden of op eigen terrein zijn geplaatst. Het gaat dus om vrijstaande reclameobjecten en uitstallingen.

Reclameobjecten op erven en in tuinen

Borden of andere constructies met een reclame-uiting die geplaatst wordt op eigen erf of in een tuin, maar niet aan de gevels van gebouwen zijn gevestigd. Hieronder vallen bijvoorbeeld reclameborden, vrijstaande frames met een reclaimedoek.

Permanente reclamezuilen

Permanent aan de grond bevestigde panelen en zuilen in verschillende vormen en maten, veelal gesitueerd op eigen terrein van een bedrijf of bij de entree van een bedrijventerrein, een overdekte winkelpromenade of bij een benzinepomp. De constructie bestaat veelal uit twee zijden met informatie/reclame over het bedrijf, meerdere bedrijven en/of producten en prijzen in geval van benzinepomp.

Vlaggenmasten

Vlaggenmasten met één of meerdere vlaggen. Net als reclamezuilen worden vlaggen veelal op eigen terrein bij de entree gesitueerd, vaak met meerdere gegroepeerd. Vlaggen zijn er in verschillende formaten, waarbij de laatste decennium steeds meer gekozen wordt voor banieren. Voor de mast zelf is een omgevingsvergunning nodig voor de activiteit 'bouwen'.

Strandvlaggen

Net als banieren zijn ook de strandvlaggen in lengte groter dan de breedte. Deze worden dan wel aan vlaggenstokken bevestigd die los kunnen staan door een verzwaarde voet. Qua vorm zit er aan de bovenkant vaak een ronding. Deze vlaggen komen voor op het strand, maar ook op de boulevard en bij benzinepompen.

Reclame op terrassen (schermen en parasols)

Op terrassen bij horecagelegenheden wordt vaak gebruik gemaakt van parasols en terraschermen. De reclame heeft vaak betrekking op het horecabedrijf zelf of de leverancier. En kan soms ook betrekking hebben op de naam van een sponsor of evenement.

Naast reclame op schermen en parasols kunnen op terrassen ook objecten staan met reclame of informatie over het menu, de openingstijden of anders.

Losse stoepborden en 3D objecten

Naast het etaleren van waren wordt ook veel gebruik gemaakt van uitklap- en/of sandwichborden met prijs- of productinformatie. In sommige gevallen zelfs een 3D-object met merkreclame zoals een grote ijSCO.

Tijdelijke bouw- en projectborden

Bouw- en makelaarsborden die feitelijk betrekking hebben op de bouw, verkoop of verhuur van het betreffende onroerend goed.

Buitenetalage en/of aankleding

Ondernemers maken vaak gebruik van de ruimte voor hun winkel/bedrijf voor het etaleren van hun waren bedoeld als buitenetalage. Sommige uitstallingen zijn verkoopgericht (bijvoorbeeld bloemen) en andere meer aankleding voor een aantrekkelijke entree van de winkel/bedrijf. Deze objecten worden tijdens openingsuren voor de zaak op het trottoir geplaatst.

Verwijsreclame

Verwijsreclame is een verwijzing aan het begin van de straat, een steeg of passage, waarbij een verderop gelegen winkel of activiteit wordt aangegeven. Vaak in de vorm van een uitstalling zoals een stoepbord. Bij individuele uitingen heeft het tot doel om een minder op de looproute gelegen individuele onderneming aan te wijzen. Soms gebeurt het gecombineerd, bijvoorbeeld bij winkelpassages.

Kleinere reclame-uitingen op openbare voorzieningen

Kleinere reclame-uitingen op stads klokken, prullenbakken, straatmeubilair, schakelkasten, haltepalen bij bushaltes.

Mobiele reclameobjecten

Voertuigen met reclames op de auto geplakt of met voorwerpen op het dak. Ook wordt reclame op de aanhangwagen gezet en tijdelijk ergens neergezet. Het gaat in deze nota specifiek om geparkeerde voertuigen met het kennelijk doel handelsreclame te maken.

Overige reclame in openbare ruimte

Er zijn ook reclamevormen in de openbare ruimte, die door hiertoe gespecialiseerde bedrijven wordt geëxploiteerd en die hiervoor een overeenkomst met de gemeente zijn aangegaan.

Lichtmastreclame

Verlichte of onverlichte reclamebakken bevestigd aan een lichtmast. De lichtmasten bevinden zich meestal langs de belangrijkste doorgaande wegen. De reclames verwijzen soms naar bedrijven in de omgeving maar vaak zijn het gewoon algemene reclame-uitingen.

Gemeentelijke informatiedisplays/Led schermen

Ten behoeve van de informatievoorziening voor bezoekers van Noordwijk, recreanten en bewoners, heeft de gemeente meerdere digitale informatiepanelen in de openbare ruimte gerealiseerd. Daar worden ook reclames op getoond (tekst en onderrol met uitingen).

A0-signs

Vandalismebestendig kwalitatief hoogwaardige A0-signs in 2- en 3-zijdige uitvoering, met metalen frame, bevestigd aan lichtmasten. Voor aanduiding van culturele evenementen en tijdelijke publieksevenementen, na goedkeuring gemeente (zie ook pagina 47 onder 'A0 signs').

Abri's en mupi's

Een abri is een bushaltehokje met maximaal 1 verlichte vitrine met dubbelzijdig reclameposters. Mupi staat voor 'Mobilier Urbain pour Plan et Information' en wordt inmiddels als verzamelnaam voor verlichte dubbelzijdige reclamevitruines gehanteerd. Vaak wordt één zijde gebruikt voor commerciële doeleinden en één zijde voor publicaties van informatieve aard, zoals een stadsplattegrond.

2.2 Ervaringen en knelpunten

Het opstellen van het reclamebeleid heeft plaatsgevonden na een inventarisatie en analyse van knelpunten met medewerkers van de gemeente en de klankbordgroep bestaande uit vertegenwoordigers van ondernemers en andere belanghebbenden.

Uitstraling

Na een korte inventarisatie van bestaande reclames en andere uitingen in de openbare ruimte zijn weinig echte excessen waarneembaar. Ook uit een sessie met de klankbordgroep waar ondernemers gevraagd zijn zelf voorbeelden aan te dragen, is gebleken dat over het algemeen weinig echte excessen aanwezig zijn. Wel is gewezen op voorbeelden waar de uitingen de overhand kregen en dat de verhouding met de gewenste uitstraling daardoor aangetast wordt.

Uitstraling

De leden van de klankbordgroep zijn het er over eens dat overdaad (hoeveelheid), schreeuwerigheid (kleur en grootte) en verrommeling (diversiteit) voorkomen moet worden. Daarbij het gezamenlijk belang boven het individuele belang stellend.

Ook de doelmatigheid van reclame en uitstallingen vindt de klankbordgroep belangrijk. Hiermee vooral denkend aan reclames die geen betrekking hebben op wat er in een pand gebeurt of de functie van herkenbaarheid voorbij schiet door onleesbaarheid of overmaat.

Gebiedsgericht beleid

De ruimtelijke kwaliteit is afhankelijk van de beleving en aanwezige uitstraling per gebied. Daarbij speelt het gebruik en het bestaande straatbeeld een belangrijke rol. De klankbordgroep vindt het daarom wenselijk om per deelgebied beleid op te stellen. Dit betekent dat voor een winkelstraat andere regels gelden dan bijvoorbeeld voor een bedrijventerrein.

Imago Noordwijk

Ondernemers geven zelf aan dat de laatste jaren reclames en uitstallingen in belangrijke mate 'luxer' zijn geworden in Noordwijk. Dit komt overeen met hetgeen in Noordwijk aan Zee wordt aangeduid met 'de Noordwijkse stijl' wat staat voor een verzorgde en exclusieve uitstraling. Daarbij wordt ook het belang van een bepaalde mate aan eenduidigheid in reclames en uitstallingen onderschreven.

Procedures

Een aandachtspunt was de onduidelijkheid van het oude beleid door de verschillende beleidsstukken en aanverwant beleid. Daardoor was het lastig vergunningaanvragen voldoende te beoordelen.

Heldere kaders

Ook ondernemers zijn onvoldoende op de hoogte van het beleid en wensen duidelijkheid en eenduidigheid. In de klankbordgroep is het belang van heldere kaders aangegeven. Geen betutteling, maar zo duidelijk mogelijk aangegeven wat wel wenselijk is en dit handhaven.

Toepassing en handhaving

Het is onwenselijk ondernemers direct te confronteren met nieuw beleid en richtlijnen voor reclames en uitstallingen. Daarom is het belangrijk een overgangsbepaling op te nemen. De klankbordgroep heeft er begrip voor dat nieuwe situaties wel getoetst worden op het nieuwe beleid.

Toegankelijk beleid

De ervaring is dat beleid naast toepasbaar ook vooral toegankelijkheid moet zijn. Via gemeentelijke communicatie zou daaraan aandacht besteed kunnen worden. Daarnaast zou een juiste digitale voorziening snel duidelijkheid kunnen bieden wat wel of niet mag aangaande reclames en uitstallingen.

2.3 Doel en uitgangspunten

Ten behoeve van een gezonde economische ontwikkeling van de gemeente is het belangrijk dat bedrijven zichzelf en hun producten binnen redelijke grenzen voldoende kunnen presenteren. Hierbij is de opgave om een zo groot mogelijke attentiewaarde voor de adverteerder te combineren met de algemene belangen van de gemeente.

Zoals aangegeven ligt - zowel bij gemeente als ondernemers - de prioriteit bij een verzorgd straatbeeld. Daarbij in bepaalde mate het collectieve belang boven het individuele belang stellend. Dat betekent dat in een bepaalde maat een eigen uiting gegeven kan worden aan reclames en uitstallingen zolang dat het straatbeeld niet aantast. Voorkomen moet worden dat er een visuele chaos ontstaat: overdaad schaadt.

Daarnaast is de gebruikskwaliteit en een veilige situatie in de openbare ruimte belangrijk. Reclames en uitstallingen mogen het gebruik van de openbare ruimte niet verhinderen en geen overlast of onveiligheid veroorzaken.

Economisch

Ter versterking van het Noordwijkse bedrijfsleven en in het kader van de economische promotie, wordt gewerkt aan de beeldvorming van Noordwijk. Reclameobjecten, met name langs de invalswegen kunnen een waardevolle bijdrage leveren aan het imago van het dorp. Bedrijven moeten zich binnen redelijke grenzen voldoende kunnen presenteren. Zo dient aan de gebruikers van bedrijf- en kantoorgebouwen ruimte te worden gelaten om hun naam op, aan of bij de vestigingsplaats te presenteren.

Welzijn

Het welzijnsbeleid is erop gericht de diverse verenigingen en clubs te stimuleren zoveel mogelijk inkomsten te verwerven, waardoor contributies en eigen bijdragen laag gehouden kunnen worden en de gemeentelijke bijdrage beperkt. Voor (mede)financiering van diverse evenementen en ter ondersteuning van de exploitatie van verenigingen wordt vaak een beroep gedaan op sponsors.

Sponsoring vindt doorgaans plaats met als voorwaarde dat reclame mag worden gevoerd in het openbaar. Het gemeentelijke standpunt daarbij is dat buitenreclame op het binnengedeelte van de accommodatie (onder andere sportvelden/terreinen) moet zijn gericht. Dat betekent dat de reclame niet zichtbaar is buiten het complex. Hier moet strikt de hand aan worden gehouden.

Wijk- en buurtbeheer

Binnen het beheer van de openbare ruimte wordt hoe langer hoe meer gebruik gemaakt van de diensten van reclamemakers bij het in standhouden van algemene voorzieningen. Abri's voor het openbaar vervoer, digitale (evenementen)borden en plattegrondkasten zijn voorbeelden van voorzieningen die op kosten van reclamemakers worden verzorgd. Daaruit blijkt bereidheid tot behoorlijke uitgaven voor buitenreclame. De meetbaarheid van de waarde van de tegenprestatie dient hier een punt van aandacht te zijn.

(Verkeers)veiligheid

Bij het aanbrengen en plaatsen van reclames en uitstallingen moeten, uit het oogpunt van openbare orde en veiligheid, de uitgangen en nooduitgangen van gebouwen en de doorgaande routes naar gebouwen te allen tijde worden vrijgehouden ten behoeve van de hulpverlenende diensten.

Als wegbeheerder heeft de gemeente de zorg voor de veiligheid en doorstroming van het verkeer. Vanuit die invalshoek kan het soms nodig zijn om aan de plaatsing van reclameobjecten bepaalde eisen te stellen.

Uitstraling

Voor alle reclames en uitstallingen geldt dat de maatvoering ondergeschikt is in relatie tot het pand en/of de directe omgeving. Ook dient de uiting op langere termijn kwalitatief hoogwaardig te zijn. Voor alle reclames en uitstallingen geldt dat zij op zichzelf en als onderdeel van het geheel van uitingen niet overmatig storend dienen te zijn in de omgeving. Concrete vorm- en kleureisen zouden echter afbreuk doen aan het primaire karakter van reclame, namelijk je onderscheiden van de rest. Bovendien worden veel reclames gekoppeld aan de eigen identiteit van een bedrijf. Zo kan van McDonalds nu eenmaal niet worden verwacht dat ze in Noordwijk een blauwe M voeren.

Ook is er een relatie met het gebied, c.q. de wijk waarin een reclame is gelegen. Hierbij zijn te onderscheiden gebieden zoals een uitgaansgebied of een bedrijvengebied. Het zal duidelijk zijn, dat in een winkelgebied meer reclame mogelijk is dan in een gebied met hoofdzakelijk wonen. Verder zal het gelegen zijn in een beschermd dorpsgezicht beperkingen kunnen inhouden voor de vormen van reclames en uitstallingen.

Van belang is, dat ook bij de beoordeling van de reclame of uitstalling op zich rekening wordt gehouden met de belangen van derden, zoals bewoners of gebruikers van naast- boven- of tegenover gelegen panden of vertrekken.

Geen overdaad

Dat overdaad aan reclames en uitstallingen schadelijk is voor de beleving en kwaliteit van de openbare ruimte is de belangrijkste constatering die gemaakt is. Overdaad ontstaat in beginsel door combinatie van hoeveelheid en diversiteit. En in mindere mate door een individuele uiting in de vorm van reclame of uitstalling. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om de ensemblewaarde van de totale uitstraling van een pand en/of van het gebied, waarbij de architectuur en respectievelijk de inrichting van de openbare ruimte een rol spelen. De ensemblewaarde wordt bepaald door de eenduidigheid en samenhang in uitingen.

Alcohol, tabak, drugs en seks

Om principiële redenen wordt het maken van reclame voor alcohol, tabak, drugs en seks door de gemeente zoveel mogelijk geweerd. De gemeente volgt daarbij de landelijke wetgeving ([Tabakswet](#)) en de betreffende reclamecodes. De Tabakswet verbiedt alle tabaksreclame, van de asbakken met tabaksreclame tot de reclame op billboards in de bushokjes en de sponsoring van evenementen. Het wettelijke reclameverbod voor tabak geldt niet voor de tabaksspecialzaken. Op het strand is het voeren van reclame voor alcohol, tabak, drugs en seks door de gemeente expliciet verboden (zie paragraaf 5.1 onder '[Inhoudelijke boodschap](#)').

3. Wet- en regelgeving

De Grondwet

Bij het maken van reclamebeleid 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 (ideële reclame). Bij ideële reclame staat niet het handelsbelang voorop maar een ideëel, maatschappelijk of politiek belang. Deze beleidsnota gaat niet over deze vorm van reclame.

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. Hier kunnen dus door de gemeente regels worden opgesteld die handelsreclame verbieden of binden aan voorschriften.

Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo)

Het juridische kader voor het toestaan of weren van reclame en uitstallingen wordt gevormd door de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) en de Algemene Plaatselijke Verordening (APV).

Omgevingsvergunning

De omgevingsvergunning is één geïntegreerde vergunning voor de deelaspecten: bouwen, wonen, monumenten, ruimte, natuur en milieu. De omgevingsvergunning kan nodig zijn als een burger of een bedrijf op een bepaalde plek iets wil gaan slopen, (ver)bouwen, oprichten of gaan gebruiken. Dit is in de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) vastgelegd. De Wabo is 1 oktober 2010 in werking getreden.

Activiteiten (artikel 2.1 en 2.2 van de Wabo)

In het kader van de Wabo kan er voor reclame sprake zijn van een drietal activiteiten.

1. Op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die zichtbaar is vanaf een voor het publiek toegankelijke plaats (voorheen reclamevergunning). In de Wabo worden geen expliciete weigeringsgronden genoemd voor een omgevingsvergunning voor reclameobjecten (artikel 2.18 Wabo), maar wordt verwezen naar de gemeentelijke verordening, in dit geval de APV.

Er is dus expliciet sprake van reclame op of aan een onroerende zaak, dat wil zeggen aard- of nagelvast verbonden met de grond.

2. Het bouwen van een bouwwerk (voorheen bouwvergunning). Zodra een reclame aan een gebouw wordt bevestigd of aan de grond worden genageld, is een omgevingsvergunning vereist voor de activiteit bouwen. Er is dan sprake van een bouwwerk.

Een bouwwerk is elke constructie van enige omvang van hout, steen, metaal of ander materiaal, die op de plaats van bestemming hetzij direct hetzij indirect met de grond verbonden is, hetzij direct of indirect steun vindt in of op de grond, bedoeld om ter plaatse te functioneren (artikel 1.1 Bouwverordening).

Voorbeelden zijn het plaatsen van reclamezuilen, permanente parasols en reclamebakken/-borden direct bevestigd aan de gevel of luifel. Ook als er sprake is van verschillende soorten reclameobjecten (gevelreclame en losstaande reclameobjecten) is de activiteit bouwen van een bouwwerk leidend.

3. Het slopen, verstoren, verplaatsen of in enig opzicht wijzigen van een beschermd monument of het herstellen, gebruiken of laten gebruiken van een beschermd monument op een wijze waardoor het wordt ontsierd of in gevaar wordt gebracht (voorheen monumentenvergunning)

Als sprake is van een monumentaal pand (Rijksmonument en gemeentelijk monument) is er een omgevingsvergunning nodig voor deze activiteit. De omgevingsvergunning wordt slechts verleend indien het belang van de monumentenzorg zich daartegen niet verzet. De aanvraag wordt daarom voorgelegd aan de monumentencommissie.

Niet alle activiteiten zijn geïntegreerd in de Wabo. Vergunningen voor uitstallingen, losse reclame die geen bouwwerk zijn en mobiele reclamevormen worden geregeld in APV.

Algemene plaatselijke verordening (APV)

De APV biedt de mogelijkheid om nadere regels en voorwaarden op te stellen voor reclame en uitstallingen. Vier artikelen uit de huidige APV zijn in dit opzicht van belang, namelijk:

- artikel 2.1.5.1. waarmee het verboden is zonder vergunning van het college voorwerpen of stoffen op, aan of boven het publiek terrein te plaatsen, waaronder reclameborden, vlaggen et cetera;
- artikel 2.4.2., waarmee het verboden is het publiek terrein of zichtbare delen van onroerend zaken te bekrassen of te bekladden;
- artikel 4.4.2., waarmee het verboden is zonder vergunning van het college op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die vanaf het publiek terrein zichtbaar is;
- artikel 5.1.6., waarmee het verboden is een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame, op de weg te parkeren met het kennelijk doel om daarmee handelsreclame te maken.

In de APV zijn uitzonderingen aangewezen waarvoor geen vergunning is vereist (artikel 2.1.5.1 lid 3 en artikel 4.4.2 lid 2) en in sommige gevallen wordt volstaan met een melding (artikel 4.4.2 lid 3), mits voldaan wordt aan de voorwaarden voor verkeershinder en overlast omgeving (artikel 4.4.2. lid 5 APV).

Provinciale verordening

Voor reclames buiten de bebouwde kom is een provinciale ontheffing nodig. De toetsingscriteria hiervoor staan beschreven in de Verordening Bescherming Landschap en Natuur van de provincie Zuid-Holland. De verordening moet het landschap beschermen tegen opschriften, aankondigingen, afbeeldingen en grotere reclameobjecten.

Belangrijke kanttekening is dat begin 2014 de Provinciale verordening wordt ingetrokken, zodat het reclamebeleid voor het buitengebied - waar dat nu nog onder verantwoordelijkheid van de provincie valt - voor rekening komt van de gemeente. In deze nota wordt geanticipeerd op de taak van de gemeente voor toezicht op reclameuitingen en uitstallingen in het buitengebied.

Er zijn daarom richtlijnen voor het buitengebied geformuleerd die aansluiten bij de huidige provinciale verordening. Tot dat deze verordening wordt ingetrokken prevaleert het provinciale beleid. Daarna zijn de richtlijnen zoals opgenomen in deze nota van toepassing.

Ook in de provinciale wegenverordening 2010 zijn regels opgenomen voor het plaatsen van reclames nabij provinciale wegen en op rotondes.

Privaatrecht

Het privaatrecht beschrijft hoe burgers en bedrijven met elkaar om moeten gaan. De gemeente kan privaatrechtelijke overeenkomsten afsluiten als zij eigenaar is van de grond of het bouwwerk. In dat geval is de gemeente een private partij.

Dit gebeurt binnen het eigendomsrecht (binnen de beginselen van behoorlijk bestuur). De gemeente heeft bijvoorbeeld voor de A0-signs/driehoeksborden afspraken met een private partij die deze borden plaatst en beheert.

Overige wetten en regelgeving

Er zijn ook andere wetten die bepaalde aspecten van reclames regelen, zoals de Woningwet (Ww), de Wet milieubeheer (Wm) en de Monumentenwet (MW). Deze wetten reguleren aspecten van reclames met betrekking tot ruimtelijke ordening, bouwkundige constructie, monumentale aspecten, redelijke eisen van welstand en milieuaspecten zoals hinder en energieverbruik. Deze regelingen vormen een raamwerk voor reclame-uitingen.

Voor enkele specifieke gebieden zijn beeldkwaliteitplannen opgesteld of kunnen in de toekomst dergelijke plannen opgesteld worden. Naast de algemene richtlijnen beschreven in hoofdstuk 5 dient men te voldoen aan deze beeldkwaliteitplannen, waarin richtlijnen en criteria beschreven staan. In een aantal beeldkwaliteitplannen worden ook criteria voor reclame genoemd. De richtlijnen moeten als aanvulling worden gelezen op de genoemde beleidsregels in deze nota (zowel in mogelijkheden als in beperkingen).

4. Uitvoering beleid

4.1 Vergunningen

Voor reclame is een omgevingsvergunning nodig als het een bouwwerk betreft maar ook als het gaat om een handelsreclame op of aan een onroerende zaak als het geen bouwwerk betreft. Er kan tevens sprake zijn van een APV-vergunning, zoals bij uitstallingen of tijdelijke reclame tijdens evenementen.

Voor de activiteit bouwen kan de omgevingsvergunning geweigerd worden als het bouwwerk niet voldoet aan het Bouwbesluit, de bouwverordening, het bestemmingsplan en/of redelijke eisen van welstand (artikel 2.10 Wabo). Het bestemmingsplan is leidend en de richtlijnen in deze nota vervullen in dat geval twee functies:

- beoordelingskader redelijke eisen van welstand;
- beoordelingskader voor afwijking van het bestemmingsplan (artikel 2.12 Wabo).

Een omgevingsvergunning voor de activiteit handelsreclame kan slechts worden verleend of geweigerd op de gronden die zijn aangegeven in de APV. De weigeringsgronden hebben betrekking op algemene hinder of overlast, verkeersveiligheid en uiterlijk (redelijke eisen van welstand). Het gestelde in de APV is leidend en de beleidsregels in deze reclamenota vervullen in dat geval de volgende functies:

- beoordelingskader functionele en technische eisen;
- beoordelingskader veiligheid en hinder;
- beoordelingskader redelijke eisen van welstand.

Reclame en uitstallingen				
Vast op of aan onroerende zaak of op, aan, boven of direct zichtbaar vanaf het publiek terrein			Los op, aan of boven het publiek terrein	
bouwwerk	bouwwerk en geen bouwwerk		geen bouwwerk	
activiteit bouwen (Wabo art. 2.1 lid 1a)	activiteit monument (Wabo art. 2.1 lid 1f)	activiteit reclame (Wabo art. 2.2 lid 1h/i) (APV art. 4.4.2 en 2.4.2. lid 1)	voorwerpen of stoffen op, aan of boven het publiek terrein (APV art. 2.1.5.1)	reclamevoertuigen (APV 5.1.6)
omgevingsvergunning	omgevingsvergunning	omgevingsvergunning	APV-vergunning en verbod	verbod met mogelijkheid tot ontheffing
Beoordeling: bouwbesluit, bouwverordening, bestemmingsplan en welstand.	Beoordeling: monumentenzorg	Beoordeling: verkeersveiligheid, overlast voor gebruikers en welstand.	Beoordeling: schade en/of gevaar, belemmering gebruik, beheer en onderhoud, overlast voor gebruikers en welstand.	
(Wabo artikel 2.10 lid 1)	(Wabo artikel 2.15)	(Wabo artikel 2.18 icm APV art. 4.4.2 lid 5)	(APV art. 2.1.5.1 lid 6)	
Reclamenota				
Als er geen andere gronden zijn om een vergunning te weigeren kan de aanvraag voor een vergunning beoordeeld worden aan de hand van de algemene en gebiedsgerichte richtlijnen voor reclames en uitstallingen. Deze richtlijnen zijn tevens toepasbaar om te bepalen of afwijking van het bestemmingsplan toelaatbaar is (art. 2.12 Wabo).				

Tabel 1. Overzicht vergunningen en bijbehorende wet- en regelgeving



Wanneer een reclameobject is aan te merken als een bouwwerk, dan kan in het kader van de beoordeling van de omgevingsvergunning voor handelsreclame zoals geregeld in APV niet óók op het welstandsaspect getoetst worden (artikel 4.4.2 lid 6b). De toetsing van een omgevingsvergunning voor handelsreclame beperkt zich dan tot de verkeersveiligheids- en overlastaspecten. Deze aspecten mogen niet getoetst worden bij een aanvraag omgevingsvergunning voor de activiteit bouwen. Vandaar dat het zinvol kan zijn om deze vergunningplichtige bouwwerken ook onder de omgevingsvergunning voor de activiteit handelsreclame te laten vallen, zodat een reclame geweerd kan worden als bijvoorbeeld de verkeersveiligheid in het geding is.

Indien er sprake is van een activiteit met betrekking tot een monument, dan moet er een omgevingsvergunning voor monumenten aangevraagd worden (artikel 2.1. lid 1f Wabo). De commissie kan bij haar beoordeling de richtlijnen volgen zoals opgenomen in deze reclamenota en heeft dan de functie van:

- beoordelingskader voor monumentenzorg.

Het is aan te bevelen om bij het voeren van reclame of plaatsen van een uitstalling altijd contact op te nemen met de gemeente of een vergunning nodig is.

Vergunningvrij

In [bijlage II van het Besluit omgevingsrecht](#) (Bor) is in de artikelen 2 en 3 een opsomming gegeven van welke bouwwerken vergunningvrij gebouwd mogen worden. Een reclame of uitstalling staat niet in de lijst en is dus vergunningplichtig voor de activiteit bouwen als het een bouwwerk betreft.

Wel is een vlaggenmast op een erf vergunningvrij, mits niet hoger dan 6.00 meter, en maximaal één mast per erf. Ook is een bouwbord vergunningvrij als het bord in de directe nabijheid staat.

In de praktijk is er regelmatig twijfel of reclame onder te brengen is in artikel 3 lid 8 bijlage II Bor. In dit artikel wordt gesproken van een 'verandering'. Het plaatsen van een reclame is echter geen verandering van een bouwwerk maar een toevoeging van een nieuw bouwwerk aan een bestaand bouwwerk.

Als het geen bouwwerk betreft dan is in de APV (artikel 4.4.2 lid 2 en lid 3) bepaald dat voor sommige gevallen geen vergunning nodig is. Het gaat dan bijvoorbeeld om een onverlichte reclame die kleiner is dan 0.50 m² of uitingen die binnen een zaak zijn aangebracht, die kennelijk niet gericht zijn op zichtbaarheid vanaf het publiek terrein.

Beoordeling

De beoordeling of een reclame of uitstalling aanvaardbaar is vindt plaatst door toepassing van de richtlijnen zoals opgenomen in deze nota. Ook ten aanzien van het uiterlijk. In beginsel zal de aanvraag in behandeling worden genomen. Als er geen gronden zijn om de vergunning te weigeren en als blijkt dat de aanvraag voldoet aan de algemene en gebiedsgerichte richtlijnen kan het college de vergunning verlenen. Als de aanvraag niet voldoet aan de richtlijnen ten aanzien van het uiterlijk of als er sprake is van twijfel over de toepasbaarheid van de richtlijnen kan het college de aanvraag voorleggen aan de welstandscommissie.

Hiermee volgt deze reclamenota de regeling zoals verwoord in de vigerende welstandsnota ten aanzien van kleine bouwplannen.

Leges en precario

Voor het verkrijgen van een omgevingsvergunning en/of APV-vergunning is de aanvrager leges verschuldigd. Deze kosten voor het in behandeling nemen van de aanvraag zijn opgenomen in de legesverordening van de gemeente.

Daarnaast kan er sprake zijn van reclame- of precario-rechten waarvoor belasting wordt geheven. Precariorechten zijn belastingen op het gebruik van gemeentegrond, bijvoorbeeld voor terrassen, uithangborden, kramen en dergelijke. Deze bedragen zijn opgenomen in de precarioverordening. Voor lichtmastreclame huurt men de lichtmast en betaald eventueel de stroom.

4.2 Afwijken

In uitzonderlijke gevallen kan het college afwijken van de richtlijnen in deze nota. Bijvoorbeeld als de reclame een positieve bijdrage levert aan de kwaliteit van de omgeving, maar toch niet voldoet aan de beleidsregels.

Om af te kunnen wijken van de richtlijnen moet het plan voorzien zijn van:

- a. een positief advies (schriftelijk gemotiveerd) van de welstandscommissie, en;
- b. een positief advies (schriftelijk gemotiveerd) van de gemeentelijke verkeersdeskundige, en;
- c. mag de reclame of uitstalling in geen geval overlast geven aan gebruikers/bewoners van de nabijgelegen gronden in samenspraak met belanghebbenden te beoordelen door het college van burgemeester en wethouders.

ad a:

In dat geval gelden naast de richtlijnen ook de algemene en gebiedgerichte welstandscriteria in de welstandsnota. Stelregel bij afwijken van de welstandscriteria is dat er hogere eisen worden gesteld, naarmate de reclame zich nadrukkelijker van haar omgeving onderscheidt. Alleen voldoen aan 'redelijke eisen van welstand' is dus niet genoeg. De welstandscommissie moet een positief advies altijd schriftelijk motiveren.

4.3 Handhaving en excessen

Het functioneren van reclamebeleid valt of staat met de handhaving ervan. Wanneer er onvoldoende draagvlak is om te handhaven, kan een reclamebeleid geen stand houden. Uitzonderingen op het beleid moeten, in verband met het gelijkheidsbeginsel, altijd goed worden gemotiveerd. Is dit niet mogelijk dan dient er een belangenafweging plaats te vinden. Dit geldt voor reclames waarvoor geen vergunning is aangevraagd, maar ook voor reclames die afwijken van de vergunning.

De overtreder wordt in de gelegenheid gesteld om (alsnog of opnieuw) een vergunning aan te vragen voor de gerealiseerde reclame, mits deze kan worden gelegaliseerd. Als niet voldaan wordt aan de regels die voor reclame gelden kan de vergunning worden geweigerd.

Bij niet naleving van de voorschriften kan een last onder bestuursdwang of een last onder dwangsom worden toegepast. Een last onder bestuursdwang houdt in dat de betreffende reclameobject of uitstalling wordt verwijderd op kosten van de overtreder. In het geval er een last onder dwangsom wordt opgelegd wordt een bepaald bedrag, met een bepaald maximum, verbeurd verklaard voor ineens, iedere keer of voor elk tijdvak, dat de opgelegde last wordt overtreden.

Reclame tekens op gemeentelijk eigendom kunnen zo nodig (na aanzegging) op privaatrechtelijke grond worden verwijderd. Maar wat bestuursrechtelijk bereikt kan worden mag niet via het privaatrecht worden aangepakt. Dus als er een reclamebord is vastgemaakt aan een gemeentelijke lichtmast en het is bestuursrechtelijk mogelijk om dat bord er af te laten halen, dan mag de gemeente dat niet via het privaatrecht aanpakken.

Opsporing van overtredingen op grond van de APV is een taak van de politie. Het toezicht en handhaving is een reguliere taak van de gemeente.

Excessen

Een bestaand reclameobject - zijnde een bouwwerk - mag niet in ernstige mate in strijd zijn met redelijke eisen van welstand. Ook reclame-uitingen waarvoor geen vergunningplicht geldt, moeten aan minimale welstandseisen voldoen (art 12 lid 1 Ww). De gemeente kan dan handhavend optreden en de eigenaar verplichten tot het treffen van maatregelen om de strijdigheid ongedaan te maken (artikel 13a Ww). Er moet duidelijk sprake zijn van een exces. Wanneer sprake is van een exces is nader geregeld in de excessenregeling zoals opgenomen in de welstandsnota.

Bovenstaande geldt overigens niet voor tijdelijke reclames waar de tijdelijkheid in de omgevingsvergunning is aangegeven.

Overgangsbepaling

De bestaande reclames en uitstallingen die geplaatst zijn met de benodigde vergunningen en afwijken van het beleid, worden gerespecteerd. Voor deze reclames en uitstallingen geldt een zogenaamde 'uitsterfconstructie'. Dat wil zeggen dat de rechten van de vergunninghouders worden gerespecteerd en dat bestaande vergunde reclame-uitingen kunnen blijven hangen of staan.

Dat geldt ook voor de door de provincie vergunde reclames in het buitengebied. Ook voor de seizoensgebonden paviljoens zijn vergunningen verleend. Dat is niet hetzelfde als een tijdelijke vergunning. Dus seizoensgebonden strandpaviljoens vallen ook onder de overgangsbepalingen.

Het nieuwe beleid is alleen van toepassing op nieuwe reclames of uitstallingen. De uitsterfconstructie geldt met name niet voor reclames en uitstallingen, welke zich in de gemeente bevinden zonder dat daarvoor vergunning is verleend.



5. Algemene richtlijnen

5.1 Algemene richtlijnen

In de richtlijnen is onderscheid gemaakt in algemene richtlijnen en gebiedsgerichte richtlijnen. Alle reclames en uitstallingen moeten voldoen aan de algemene richtlijnen, tenzij anders bepaald in de gebiedsgerichte uitwerkingen. De algemene richtlijnen bestaan uit functioneel/technische aspecten, verkeersveiligheidsaspecten en aspecten eisen ten aanzien van de beeldkwaliteit (welstandsaspecten).

Functioneel en technisch

Reclames en uitstallingen dienen altijd functioneel te zijn en daarbij ook een relatie met de plek te hebben. Zo is een reclame voor een automerk niet gepast op de gevel van een bakker. Uitzondering daarop zijn de geëxploiteerde reclameobjecten zoals de A0- signs/driehoeksborden, abri's en dergelijke. Daarnaast is ook logisch dat een losse reclame of uitstalling alleen ingezet wordt tijdens openingstijden en dat alle objecten voldoen aan deugdelijke technische en constructieve eisen.

Functioneel

- De reclame of uitstalling moet een rechtstreeks verband hebben met de activiteiten die in het pand of op het perceel plaatsvinden. Uitzondering daarop zijn tijdelijke reclames, sponsorreclame bij sportvelden, A0-signs, lichtmastreclames, informatieborden, reclame op abri's en mupi's.
- Losse reclames en uitstallingen alleen tijdens openingstijden.
- Geen verkoop vanuit een uitstalling.

Plaatsing

- Het reclameobject moet perceelsgebonden zijn én niet op onbebouwde percelen geplaatst worden, met uitzondering van tijdelijke reclameobjecten;
- Geen reclame op verkeerslichtinstallaties, nutsvoorzieningen, papier- en glasbakken en dergelijke.
- De uitstalling niet verankeren in de openbare ruimte.

Technisch

- Alleen reclames en uitstallingen die voldoen aan deugdelijke technisch en constructieve eisen. Voor technische eisen voor lichtreclames en reclame aan lichtmasten zie bijlagen 1 en 2.
- Reclameobjecten dienen duurzaam te zijn en duurzaam te worden onderhouden. Doordat ze langer meegaan hoeven ze minder snel te worden vervangen, waardoor minder afval ontstaat. Objecten dienen zoveel mogelijk te zijn gemaakt van duurzame materialen (kwalitatief hoogwaardige materialen, ook voor langere termijn). Voorbeelden:
 - indien hout wordt gebruikt is dit FSC-gecertificeerd;
 - duurzame verf;
 - geen uitlogende metalen;
 - duurzame verlichting;
 - onderdelen recyclebaar/cradle-to-cradle;
 - onderhoudsmiddelen milieuvriendelijk.

Veiligheid en hinder

Een reclame of uitstalling mag geen (fysiek of visueel) overlast of hinder veroorzaken voor derden en de verkeersveiligheid niet in het geding brengen. Zo kan een reclame met intermitterende verlichting hinderlijk zijn voor omwonenden en een voor een winkel geplaatst sandwichbord kan in de weg staan voor passerende voetgangers. De plaatsing van objecten mag dan ook niet zodanig zijn dat burgers, ondernemers of bezoekers daar overmatige of onnodige overlast van ondervinden.

Er is sprake van verkeersonveiligheid als de zichtbaarheid van de openbare ruimte, de verkeerslichten of -borden en andere -aanduidingen wordt aangetast en als uitstallingen op de weg een belemmering vormen voor doorgaand verkeer en hulpverlenende diensten.

Beweging, licht en geluid

- Lichtreclame is mogelijk als deze niet verblindend is, hinder veroorzaakt of knippert door veranderlijk of intermitterend licht en zolang wordt voldaan aan eisen op grond van de Wet milieubeheer.
- Lichtcourant of dotterbord alleen toegestaan als dat voor een bepaald gebied expliciet wordt aangegeven.
- Geen daglichtreflecterende reclame of uitstalling.
- De reclame of uitstalling mag niet bestaan uit mechanisch bewegende en/of geluidsproducerende onderdelen tenzij nadrukkelijk wordt toegestaan in de gebiedsgerichte richtlijnen.

Doorgang

- Er dient voor voetgangers een vrije doorloop van minimaal 1.80 meter breed te blijven en minimaal 3.50 meter vrije doorgang ten behoeve van het verkeer en hulpverlenende diensten. Per geval wordt bekeken of dit afdoende is.
- Door werkzaamheden of andere oorzaken kan de vrije doorgang kleiner worden.
- Uitstekende objecten aan de gevel mogen niet lager dan 2.50 meter boven de weg worden geplaatst, gemeten vanaf de onderzijde van het reclameobject of -drager (in verband met doorloophoogte). Bij gevels waarbij deze dicht bij de rijbaan komen een hoogte van 5.00 meter aanhouden.

Verkeersveiligheid

- Reclames en uitstallingen op of boven de weg mogen de zichtbaarheid van de kleuren van verkeerslichten of andere verkeersaanduidingen niet aantasten.
- Reclameobjecten en uitstallingen mogen niet op een rijbaan, fietspad of parkeervak geplaatst worden.
- Bij plaatsing binnen 10 meter vanaf straathoeken, uitritten, kruisingen, rotondes en oversteekplaatsen vindt altijd een specifieke afweging plaats ten aanzien van verkeersveiligheid.
- Reclame uitingen mogen geen verkeerstekens bevatten. Dus bijvoorbeeld geen blauwe vlakken met witte pijl.

Beeldkwaliteit (welstand)

In algemene zin dient een reclame of een uitstalling een verrijking te zijn van de gevel of openbare ruimte, of tenminste qua plaatsing, kleurstelling, materiaalgebruik en/of detaillering niet ontsierend te zijn voor het gevelbeeld en geen afbreuk doen aan de kwaliteit van de openbare ruimte.

Met het oog op de aard, gewenste uitstraling en schaal van Noordwijk zijn de volgende reclamevormen storend voor de beeldkwaliteit en daarom in beginsel niet toegestaan:

- Reclame op rolluiken.
- Reclame aan kabelballons en zeppelins.
- Steigerdoeken met reclame.
- Blow-ups of andere megareclame aan de gevel. Exacte maten, wanneer er sprake is van een blow-up of megareclame zijn niet te geven, maar het gaat in ieder geval om formaten van 10 m² of groter.
- Grootschalige reclame zoals affichezuilen, reclamemasten en billboards.

Plaatsing

- Bij nieuwbouw de reclame integreren in het ontwerp/architectuur.
- Bij bestaande bebouwing de reclame voegen in de samenhang en ritmiek van de gevel en straatwand, waarbij de samenhang en structuur van de gevel behouden blijft (geen scheiding winkelpui en verdieping).
- Als de architectuur van bestaande bebouwing reeds voorziet in specifieke mogelijkheden, zoals koofboorden of velden tussen raamkozijnen en -bogen, zijn dat de aangewezen plaatsen voor reclame.
- Reclames en uitstallingen aan, voor en/of op korte afstand van monumenten mogen de monumentale en architectonische waarde van het pand en de directe omgeving niet aantasten.
- Reclames en uitstallingen mogen niet het uitzicht op de openbare ruimte of het open landschap ernstig belemmeren.

Vormgeving

- Reclames en uitstallingen dienen, in hun maat, vorm, kleur en sfeer rekening te houden met de stedenbouwkundige en architectonische situatie en het karakter, de functie en gebruik van de openbare ruimte.
- Vormgeving moet in relatie zijn met uitstraling van de activiteit van een bedrijf/winkel en de overige reclames.
- Een uiting mag niet groter zijn dan voor een goede leesbaarheid noodzakelijk is, gerelateerd aan de functie/gebruik van de openbare ruimte.

Kleur en materiaal

- Geen reflecterende en/of fluorescerende kleuren.
- Kokers, uitsluitend bestemd voor het opbergen van elektrische leidingen en andere hulpconstructies dienen geschilderd te worden in dezelfde kleur als het gevelvlak. Ook mogelijk zijn RVS kokers, met name voor het beschermen van elektrakabels.
- Duurzaam materiaalgebruik (zie 'technische eisen').

Inhoudelijke boodschap

Naast de uiterlijke verschijningsvorm van een reclame of uitstalling, kan ook de inhoud een groot effect op de omgeving en voorbijgangers hebben. De boodschap kan als intimiderend, beledigend of discriminerend ervaren worden of aanstootgevend zijn. Dit is niet toegestaan. Daarnaast wil de gemeente seksgetinte, tabaks- en alcoholreclame binnen de volgende context weren:

- Reclame-uitingen mogen geen aanstootgevende, intimiderende, beledigende en/of discriminerende teksten en/of afbeeldingen bevatten. Bijvoorbeeld seksgetinte of opruiende reclame-uitingen.
- Reclame-uitingen gericht op het gebruik van drugs is niet toegestaan.
- Tabaksreclame mag alleen geplaatst worden bij tabaksspeciaalzaken en tabaksverkooppunten en mag niet in strijd zijn met de "[Regeling tabaksreclame in of aan tabaksspeciaalzaken en tabaksverkooppunten](#)".
- Op het strand (waaronder de paviljoens en activiteiten) wordt alcohol- en tabaksreclame geheel niet toegestaan.
- Voor alcoholreclame is de [Reclamecode voor alcoholhoudende dranken](#) (RVA) van toepassing.

5.2 Tijdelijke reclame

Onder tijdelijke reclame worden onder andere de borden of spandoeken verstaan waarop reclame wordt gemaakt voor een bepaald (commercieel) evenement, opening van een bedrijf, verhuur of verkoop van onroerend goed of een bouwproject, gedurende de tijd dat de betreffende activiteit plaatsvindt en eventueel een bepaalde tijd voor en/of na het plaatsvinden van de activiteit. Uitstallingborden en andere uitstallingen, die dagelijks geplaatst worden, vallen hier niet onder.

In algemene zin geldt dat voor de betreffende situatie gedurende minimaal 10 weken geen tijdelijke reclame gevoerd is. Tevens mogen tijdelijke reclames niet lichtgevend zijn of worden aangelicht.

Bouw- en projectborden

- Per situatie en locatie zal beoordeeld worden hoe lang voor aanvang van de bouwwerkzaamheden het plaatsen van een bord mogelijk is. De termijn wordt beperkt tot twee weken na de laatste opleverdatum.
- Maximaal twee borden per bouwproject.
- Alleen geplaatst op het bouwterrein zelf.
- Rechthoekig en met een maximale oppervlakte van 10 m².
- Maximaal 6.00 meter hoog.

Makelaarsborden

- Alleen voor een redelijke periode zolang een bord een feitelijke betekenis heeft.
- Aan gevel maximaal één bord van maximaal 0.50 m² met aan de langste zijde maximaal 1.00 meter.
- In de tuin maximaal één bord van maximaal 0.50 m² op een standaard met een totale hoogte van maximaal 2.00 meter.
- Op een bedrijventerrein is ook een tijdelijk spandoek geplaatst in een daarvoor bestemde vaste frameconstructie mogelijk conform de gestelde richtlijnen voor dergelijke frames.

Losse borden aan lichtmasten

- Losse, van karton, board, triplex of vergelijkbare materialen vervaardigde borden zijn niet toegestaan. Voor aankondiging van een evenement kan gebruik worden gemaakt van de A0-signs beheerd door een private partij (zie paragraaf 6.11 'Openbare ruimte en hoofdroutes').

(Span)doeken

- Maximaal 30 aaneengesloten dagen.
- Niet aan lichtmasten.
- Alleen voor aankondiging van plaatselijke evenementen, maatschappelijke, culturele, ideële en AMBI geregistreerde doeleinden en landelijke campagnes zoals collecteweken
- Afhankelijk van locatie geen spandoeken bij een windkracht van 5 of hoger. Aan te geven bij vergunningverlening!

Sponsorreclames bij evenement

- Alleen tijdens het evenement.
- Op of in de nabijheid van het evenementterrein.

Steigerdoeken

- Commerciële uitingen op steigerdoeken zijn niet toegestaan.



5.3 Specifieke situaties

Citymarketing

In Noordwijk gebeurt veel. Naast de toeristische attractie zijn er veel evenementen en activiteiten in de vorm van meetings en congressen. Noordwijk profileert zich dan ook als dé congreslocatie van Nederland vanwege de locatie en de hoeveelheid faciliteiten.

Het is zowel voor gemeente als ondernemers van belang dat evenementen in een bepaalde mate zichtbaar zijn en iets toevoegen aan het imago van Noordwijk. Zo organiseert Noordwijk Marketing regelmatig activiteiten met kleinere en ook grotere organisaties en bedrijven. Tijdens deze evenementen is de behoefte om op verschillende manieren aandacht aan het evenement te geven.

Het zogenaamde citymarketing richt zich op reclame in het hele dorp met welkomstborden, driehoeksborden, banieren, spandoeken en andere middelen zoals ludieke plaatsen en uitingvormen.

Elk evenement is anders en vraagt een andere marketingbenadering. Desondanks wil de gemeente voorkomen dat citymarketing en evenementen veranderen in overdaad en aanhoudende manifestaties.

Bij hoge uitzondering en alleen na toestemming van het college van B&W wordt een evenement geplaatst onder de gemeente-brede promotie van Noordwijk. De mogelijkheden voor citymarketing zullen per evenement beoordeeld worden, waarbij enkele basisuitgangspunten van toepassing zijn:

- Uitsluitend evenementen die nationale allure bezitten en van grote betekenis zijn voor Noordwijk in Nederland en buitenland.
- Uitsluitend met positief advies op schrift van Noordwijk Marketing.
- Eenheid in uitstraling (één en ander conform Noordwijkse stijl en imago; exclusief en verzorgd)
- Beperking in locaties (alleen op locatie en langs de hoofdinvalswegen).
- Beperking in diversiteit aan middelen.

Mogelijke reclamevormen zijn:

- Bestaande reclameobjecten in openbare ruimte (abri's, mupi's, lichtmasten, A0-signs).
- Spandoeken.
- Vlaggen en banieren.
- Projectie-/laserreclame.

Mogelijkheden voor reclame tijdens evenementen worden per evenement beoordeeld.

6. Gebiedsgerichte richtlijnen

6.1 Algemeen

De gebiedsgerichte richtlijnen vormen de basis en worden door de gemeente toegepast bij beoordeling van een vergunningaanvraag. Deze richtlijnen komen voort uit het beginsel dat reclames en uitstallingen moeten passen in het karakter en uitstraling van de omgeving. Hoe kwetsbaarder een gebied hoe groter de invloed van reclame op het straatbeeld. Uitgangspunt is dat deze richtlijnen functioneren als vangnet om overdaad door hoeveelheid en diversiteit te voorkomen.

De richtlijnen zullen niet voor elke specifieke situatie bruikbaar zijn en in een enkel geval zelfs te beperkend zijn. Daarbij kan ook gesteld worden dat meer reclame best mogelijk is als de samenhang van het totale gevelbeeld of het publieke terrein groter is. In die gevallen kan bij een positief advies van de welstandscommissie afgeweken worden van de richtlijnen (zie paragraaf 4.2 '[Afwijken](#)').

Voor alle richtlijnen met betrekking tot functie en maatvoering van de reclameconstructie (drager en uiting) geldt dat het bestemmingsplan leidend is als deze specifiek voorziet in regels daarvoor.

6.2 Gebiedsindeling

Voor de gemeente Noordwijk is een zonering gemaakt in gebieden. De indeling van het vorige reclamebeleid uit 2005 is als uitgangspunt genomen en aangevuld. Per gebied is aangegeven welke vormen en onder welke richtlijnen reclames en uitstallingen mogelijk zijn.

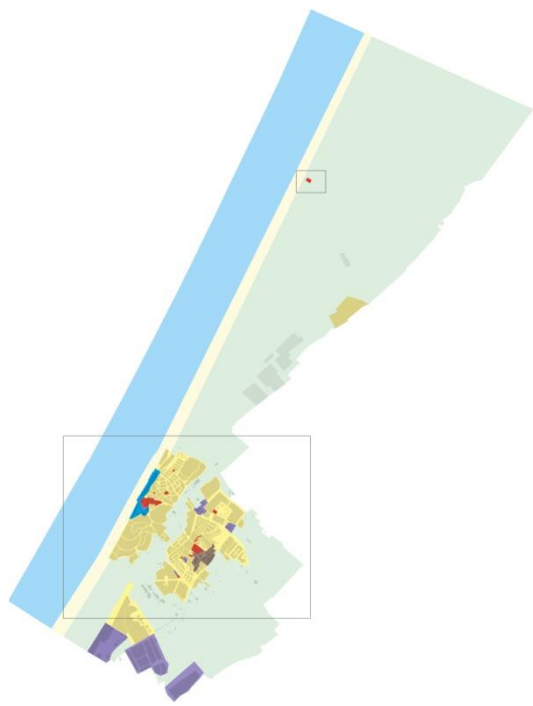
De grenzen van de gebieden zijn niet hard, omdat vanuit het ene gebied letterlijk zicht is op het andere. De verschillende gebieden hebben dus in het grensgebied invloed op de beleving van elkaar en dat is niet altijd wenselijk. Om die reden wordt algemeen gesteld dat: "In grensgebieden gelden in beginsel de regels van het regime dat het strengst is. Dat betekent bij deze situaties altijd een zorgvuldige afweging op basis van de uitgangspunten en richtlijnen."

De mate waarin het object invloed heeft (zichtbaar is) op het strengste regime is daarbij bepalend. Een sandwichbord heeft minder snel invloed op het aangrenzende gebied dan bijvoorbeeld een dakreclame.

Zie de gebiedsindeling op de volgende pagina.

Gebiedsindeling

-  A. Beschermd dorpsgezicht
-  B. Winkelgebieden
-  C. Woongebieden
-  D. Bedrijventerreinen
-  E. Uitgaansgebied (De Grent)
-  F. Koningin Wilhelmina Boulevard
-  G. Strand
-  H. Buitengebied
-  I. Hoofdroutes



Gemeente Noordwijk



Noordwijk aan Zee en Noordwijk Binnen

6.3 Beschermd dorpsgezicht

Voor het beschermde dorpsgezicht in Noordwijk Binnen (sinds 1992) is extra aandacht nodig omdat de historisch monumentale omgeving snel verstoord kan worden. Het gebied bestaat uit de Voorstraat en omgeving. De grenzen lopen via de Heilige Geestweg/Van Limburg Stirumstraat, de Lindenhofstraat, de Douzastraat, de Zwanensteeg/Lijsterpad en de Nieuwe Offemweg.

Uitgangspunt voor het beoordelen van vergunningaanvragen is het behoud van het karakteristieke historische straatbeeld.

Gevelreclame

Gevelreclame alleen **aan de voorgevel**. Bij een hoekpand met twee bedrijfspuien is er sprake van twee voorgevels.

Per gevel **maximaal 2 gevelreclames** tot 6 meter gevelbreedte. Bij bredere gevels zijn evenredig meer reclames mogelijk (tot 9 meter 3 reclames, tot 12 meter 4 reclames, et cetera).

Borden of losse letters plat op de gevel

- Boven de entree, gecentreerd in de gevel, op de luifel of passend in de structuur van de gevel/pui.
- Bij meerdere verdiepingen onder de kozijnen op de eerste verdieping.
- Bij plaatsing op een luifel binnen de contouren van het boeiboord.
- Niet bovenop de luifel, op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Maximaal 0.30 meter hoog en maximaal 40% breed ten opzichte van de totale gevel-/luifelbreedte met een maximum van 2.00 meter (groter is mogelijk mits passend in structuur van gevel/pui).
- Plat bevestigd aan de gevel.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - losse letters in één enkele regel;
 - een passend in de architectuur van het pand vormgegeven bord.

Borden of objecten haaks op de gevel

- Passend in de structuur van de gevel of hangend onder de luifel.
- Bij meerdere verdiepingen onder de kozijnen op de eerste verdieping.
- Niet boven op de luifel, op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Maximaal 0.50 m² (0.70 meter x 0.70 meter) en 0.15 meter dik.

- Uitgevoerd in de vorm van:
 - een uithangbord/plaat (gestanst);
 - een lichtbak (maximaal 1 per bedrijf/winkel);
 - ambachtelijke elementen zoals bijvoorbeeld een 'gaper' bij een apotheker of een zogenaamde 'bloedpaal' bij een kapper.

Een prijs-/aanprijzing-/menubord

- Aan de gevel naast de entree met of zonder vitrine.
- Maximaal 0.50 m² en maximaal 5 centimeter dik.
- Vitrine met transparante voorvlak.

Vlaggen, vaandels, wimpels of banieren

- Vlaggenstok bevestigd onder de vloer van de eerste verdieping of op/aan de luifel.
- Banier plat of loodrecht bevestigd onder de bovendorpel van de kozijn op de eerste verdieping.
- Minimaal 0.50 meter van zijmuur, naburige pand of perceelsgrens bevestigd.
- Banier maximaal 1.80 meter hoog, 0.40 meter breed en bij loodrechte plaatsing maximaal 0.60 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Bij meerdere exemplaren identiek uitgevoerd (geen verschillende vlaggen).



Ingetogen reclame-uiting passend in de historische context.

Zonwering en markiezen met reclame

- Geplaatst op de volant of op onderste segment van de markies.
- Maximaal 1 reclameopdruk per zonwering/markies.
- Bestaande uit losse letters of het beeldmerk/ logo van het bedrijf of product dat in een bedrijf wordt verkocht.

Raamplakaten, plakletters of raamfolie

- Geplaatst aan de binnenkant van de ramen op de begane grond.
- Tot maximaal 20% van de ramen is bedekt.
- Uitgevoerd met losse plakbelettering van maximaal 0.20 meter hoog en/of semi-transparante plakfolie.

Gevelbeschilderingen of betegeling

- Gevelbeschilderingen of betegeling is alleen mogelijk als er sprake is oorspronkelijk in het metsel- of stucwerk van de gevel verwerkte belettering of als er sprake is van herstel van een historisch geschilderde of betegelde gevelreclame.

Vrijstaande reclameobjecten en uitstallingen

Reclames en uitstallingen alleen **voor de voorgevel of op eigen terrein (terras)**. Bij een hoekpand met twee bedrijfspuien is er sprake van twee voorgevels.

Het aantal buitenetalages of uitstallingen bedoeld als aankleding of etaleren van verkoopwaren van de entree van een winkel is onbeperkt toegestaan binnen de gestelde richtlijnen.

Reclameobjecten op erven en in tuinen

- Maximaal 1 object geplaatst op het voorerf.
- Maximaal 1.00 meter hoog.
- Oppervlakte maximaal 0.30 m².

Terrasschermen en parasols

- Op terrasscherm uitsluitend bedrijfsnaam, maximaal 0.30 meter hoog geplaatst op het niet transparante gedeelte van het terrasschot.
- Op parasol maximaal 1 reclameopdruk van maximaal 0.30 bij 0.30 meter.
- Bestaande uit losse letters of het beeldmerk/ logo van het bedrijf of product dat in een bedrijf wordt verkocht. Op volant uitsluitend met losse letters.

Losse stoepborden en 3D-objecten

- Maximaal 1 stoepbord of 3D-object per voorgevel van een bedrijf.
- Minimaal 0.80 meter vanaf ingang naastgelegen pand.
- Maximaal 0.80 meter vanaf de gevel. Bij overeenstemming onder ondernemers kan een uitstalling zich buiten de luifel bevinden zodat een droogloop voor passanten ontstaat.
- Maximaal 1.50 meter hoog (uitgeklapt) en 0.70 meter breed.

Overige uitstallingen

- Voor de gehele breedte van de voorgevel.
- Aantal buitenetalages en aankleding is onbeperkt maar passend in stijl en functie van het bedrijf/de winkel.
- Minimaal 0.80 meter vanaf ingang naastgelegen pand.
- Maximaal 0.80 meter vanaf de gevel. Bij overeenstemming onder ondernemers kan een uitstalling zich buiten de luifel bevinden zodat een droogloop voor passanten ontstaat.
- Maximaal 1.50 meter hoog.
- Verwijsreclames op straathoeken ten behoeve van een in betreffende zijstraat of -steeg (niet zijnde een winkelpromenade) gelegen bedrijf, mits het bedrijf tot op maximaal 25 meter van de straathoek gelegen is en er geen opeenhoping van uitstallingen ontstaat.

6.4 Winkelgebieden

Winkelgebieden hebben een uitgesproken winkelkarakter en vormen de binnenstad of wijkcentra. In Noordwijk zijn de Hoofdstraat en de Kerkstraat de belangrijkste winkel-promenades. Daarnaast zijn nog enkele kleinere winkel-straten en -centra in de woonwijken. Voor deze gebieden zijn vanwege de diversiteit aan aanwezige functies en de gewenste attractieve uitstraling meer mogelijkheden voor reclamevoering dan in andere gebieden.

Uitgangspunt voor het beoordelen van vergunningaan-vragen is het behoud van de architectonische en steden-bouwkundige samenhang van het winkelgebied en het voorkomen van overdaad aan reclames en uitstallingen per bedrijf/winkel. In het algemeen dient reclame bij winkels alleen op de begane grond geplaatst te worden. Daardoor ontstaat een logische relatie tussen de reclame en het bedrijf/winkel.

Gevelreclame

Gevelreclame alleen **aan de voorgevel**. Bij een hoek-pand met twee bedrijfspuien is er sprake van twee voor-gevels.

Per gevel **maximaal 3 gevelreclames** tot 6 meter ge-velbreedte. Bij bredere gevels zijn evenredig meer re-clames mogelijk (tot 8 meter 4 reclames, tot 10 meter 5 reclames, et cetera).

Borden of losse letters plat op de gevel

- Boven de entree, gecentreerd in de gevel, op de luifel of passend in de structuur van de gevel/pui.
- Bij meerdere verdiepingen onder de kozijnen op de eerste verdieping.
- Niet bovenop de luifel, op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Maximaal 0.50 meter hoog en maximaal 60% breed ten opzichte van de totale gevel-/luifelbreedte met een maximum van 4.00 meter (groter is mogelijk mits passend in structuur van gevel/pui).
- Maximaal 0.20 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - (verlichte) losse letters in één enkele regel (geen neon);
 - een (aangelicht) bord;
 - een lichtbak (maximaal 1 per bedrijf/winkel).

Borden of objecten haaks op de gevel

- Passend in de structuur van de gevel of hangend onder de luifel.
- Bij meerdere verdiepingen onder de bovendorpel van de kozijnen op de eerste verdieping.
- Niet bovenop de luifel, op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Maximaal 0.80 m² (0.90 meter x 0.90 meter) en 0.20 meter dik.

- Uitgevoerd in de vorm van:
 - een uithangbord/plaat;
 - een lichtbak (maximaal 1 per bedrijf/winkel).
 - ambachtelijke elementen zoals bijvoorbeeld een 'gaper' bij een apotheker of een zogenaamde 'bloedpaal' bij een kapper.

Een prijs-/aanprijzing-/menubord

- Aan de gevel naast de entree met of zonder vitrine.
- Maximaal 0.60 m² en maximaal 5 centimeter dik.
- Vitrine met transparante voorvlak.

Vlaggen, vaandels, wimpels of banieren

- Vlaggenstok bevestigd onder de vloer van de eerste verdieping of op/aan de luifel.
- Banier plat of loodrecht bevestigd onder de bovendorpel van de kozijn op de eerste verdieping.
- Minimaal 0.50 meter van zijmuur, naburige pand of perceelsgrens bevestigd.
- Banier maximaal 2.40 meter hoog, 0.60 meter breed en bij loodrechte plaatsing maximaal 0.80 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Bij meerdere exemplaren identiek uitgevoerd (geen verschillende vlaggen).

Zonwering en markiezen met reclame

- Maximaal 1 reclameopdruk per zonwering/markies eventueel gecombineerd met bedrijfsnaam op volant.

Raamplakaten, plakletters of raamfolie

- Geplaatst aan de binnenkant van de ramen op de begane grond.
- Tot maximaal 50% van de ramen is bedekt.
- Uitgevoerd met losse plakbelettering en/of semi-transparante plakfolie.

Gevelbeschilderingen of betegeling

- Gevelbeschilderingen of betegeling is alleen mogelijk als er sprake is oorspronkelijk in het metsel- of stucwerk van de gevel verwerkte belettering of als er sprake is van herstel van een historisch geschilderde of betegelde gevelreclame.

Spandoeken in frame

- Maximaal 1 per gevel. Geplaatst in een daarvoor bestemde vaste frameconstructie op blinde gevels (gevel zonder gevelopeningen).
- Oppervlakte maximaal 10 m².



Vrijstaande reclameobjecten en uitstallingen

Reclames en uitstallingen alleen **voor de voorgevel of op eigen terrein (terras)**. Bij een hoekpand met twee bedrijfspuien is er sprake van twee voorgevels.

Het aantal buitenetalages of uitstallingen bedoeld als aankleding of etaleren van verkoopwaren van de entree van een winkel is onbeperkt toegestaan binnen de gestelde richtlijnen.

Reclame-/informatiezuilen

- Maximaal 1 object geplaatst bij entree van een overdekte winkelpromenade binnen 0.80 meter vanaf de entree.
- Maximaal 1.50 meter hoog.
- Maximaal 0.50 m².
- Uitsluitend ter informatie van aanwezige bedrijven/winkels in overdekte winkelpromenade.
- Overzichtelijke en uniforme uitstraling afgestemd op geïntegreerde reclame-uitingen in promenade.

Vlaggenmasten

- Op eigen terrein.
- Maximaal 2 vlaggenmasten tot 5 meter perceelsbreedte aan straatzijde. Bij bredere percelen zijn evenredig meer masten mogelijk.
- Alle masten even hoog uitgevoerd met een maximum van 6.00 meter.

Terrasschermen en parasols

- Op terrascherm maximaal 0.50 meter hoog geplaatst op het niet transparante gedeelte van het terraschot.
- Op parasols maximaal 2 reclameopdrukken van maximaal 0.50 bij 0.50 meter.
- Bestaande uit losse letters en/of het beeldmerk/ logo van het bedrijf of product dat in een bedrijf wordt verkocht.

Losse stoepborden en 3D-objecten

- Maximaal 2 stoepborden of 3D-objecten per voorgevel.
- Minimaal 0.80 meter vanaf ingang naastgelegen pand.
- Geplaatst binnen 0.80 meter vanaf de gevel of - indien aanwezig - tot de strek in de bestrating.
- Bij overeenstemming onder ondernemers kan een uitstalling zich buiten de luifel bevinden zodat een droogloop voor passanten ontstaat.
- Maximaal 1.50 meter hoog (uitgeklapt) en 1.00 breed. 3D-object tot maximaal 2.00 meter hoog.

Overige uitstallingen

- Voor de gehele breedte van de voorgevel.
- Aantal buitenetalages en aankleding is onbeperkt maar passend in stijl en functie van het bedrijf/de winkel.
- Minimaal 0.80 meter vanaf ingang naastgelegen pand.
- Geplaatst binnen 0.80 meter vanaf de gevel of - indien aanwezig - tot de strek in de bestrating.
- Bij overeenstemming onder ondernemers kan een uitstalling zich buiten de luifel bevinden zodat een droogloop voor passanten ontstaat.
- Maximaal 1.50 meter hoog.
- Verwijsreclames op straathoeken ten behoeve van een in betreffende zijstraat of -steeg (niet zijnde een winkelpromenade) gelegen bedrijf, mits het bedrijf tot op maximaal 25 meter van de straathoek gelegen is en er geen opeenhoping van uitstallingen ontstaat.

6.5 Woongebieden

Het betreft alle bebouwde gebieden binnen Noordwijk met overwegend een woonfunctie. Voor deze gebieden zijn reclames en uitstallingen in beginsel niet op hun plaats. Alleen op kleine schaal bij horeca, praktijk aan huis of verenigingsgebouwen en dergelijke.

Praktijkruimten aan huis

Een uitzondering hierop zijn de kleinere praktijkruimten voor het uitoefenen van een vrij beroep, zoals een arts, architect of verzekeringsadviseur. Voor deze gevallen is een bescheiden aanduiding aan de gevel of in de tuin aanvaardbaar.

Naambord

- Vlakke plaat aan de gevel naast de voordeur.
- Maximaal 1.00 m² en maximaal 5 centimeter dik.
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden, en/of een vignet (geen merkreclames!).
- Geen lichtreclame of aanlichting.

Reclamezuil/-bord op eigen erf

- Maximaal 1 object op minimaal 1 meter afstand van de erfafscheiding.
- Maximaal 1.20 meter hoog.
- Maximaal 0.50 m².
- Geen lichtreclame of aanlichting.

Bedrijfsbebouwing met positieve bestemming

Voor bebouwing met een positieve bedrijfs-, winkel- of horecabestemming is het uitgangspunt dat reclame beperkt moet zijn tot wat minimaal nodig wordt geacht.

Gevelreclame alleen **aan de voorgevel**. Bij een hoekpand met twee bedrijfspuien is er sprake van twee voorgevels.

Per gevel **maximaal 2 gevelreclames** tot 6 meter gevelbreedte. Bij bredere gevels zijn evenredig meer reclames mogelijk (9 meter 3 reclames, tot 12 meter 4 reclames, et cetera).

Borden of losse letters

- Boven de entree, gecentreerd in de gevel, op de luifel of passend in de structuur van de gevel/pui. Niet haaks op de gevel.
- Bij meerdere verdiepingen onder de kozijnen op de eerste verdieping.
- Bij plaatsing op een luifel binnen de contouren van het boeiboord.
- Niet bovenop de luifel, op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Maximaal 0.50 meter hoog en maximaal 40% breed ten opzichte van de totale gevel-/luifelbreedte met een maximum van 3.00 meter (groter is mogelijk mits passend in structuur van gevel/pui).

- Maximaal 0.20 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - losse letters in één enkele regel;
 - een (beperkt aangelicht) bord.

Een prijs-/aanprijzing-/menubord

- Aan de stenen erfafscheiding of de gevel naast de entree met of zonder vitrine.
- Maximaal 0.60 m² en maximaal 5 centimeter dik.
- Vitrine met transparante voorvlak.

Vlaggen, vaandels, wimpels of banieren

- Vlaggenstok bevestigd onder de vloer van de eerste verdieping.
- Banier plat of loodrecht bevestigd onder de bovendorpel van de kozijn op de eerste verdieping.
- Minimaal 0.50 meter van zijmuur, naburige pand of perceelsgrens bevestigd.
- Banier maximaal 1.80 meter hoog, 0.60 meter breed en bij loodrechte plaatsing maximaal 0.80 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Bij meerdere exemplaren identiek uitgevoerd (geen verschillende vlaggen).

Zonwering en markiezen met reclame

- Maximaal 1 reclameopdruk per zonwering/markies eventueel gecombineerd met bedrijfsnaam op vo-lant.

Reclamezuil op eigen erf

- Maximaal 1 object op minimaal 1 meter afstand van de erfafscheiding.
- Maximaal 1.20 meter hoog.
- Maximaal 0.50 m².
- Geen lichtreclame of aanlichting.

Vlaggenmasten

- Op eigen terrein.
- Maximaal 1 vlaggenmast tot 8 meter perceelsbreed-te aan straatzijde. Bij bredere percelen zijn evenre-dig meer masten mogelijk.
- Alle masten even hoog uitgevoerd met een maxi-mum van 6.00 meter.

Losse stoepborden en 3D-objecten

- Maximaal 1 stoepbord of 3D-object per voorgevel van een bedrijf.
- Geplaatst op eigen (overdekt) terras tussen terras-schermen of direct naast de entree van bedrijf of (overdekt) terras.
- Maximaal 1.50 meter hoog (uitgekapt) en 1.00 breed. 3D-object tot maximaal 2.00 meter hoog.

Terrasschermen en parasols

- Op terrascherm uitsluitend bedrijfsnaam, maximaal 0.30 meter hoog geplaatst op het niet transparante gedeelte van het terraschot.
- Op parasols maximaal 1 reclameopdruk van maxi-maal 0.50 bij 0.50 meter.
- Bestaande uit losse letters en/of het beeldmerk/ logo van het bedrijf of product dat in een bedrijf wordt verkocht.

6.6 Bedrijventerreinen

Hieronder vallen bedrijventerreinen, kantoorgebieden en de perifere detailhandel; 's Gravendijk, Klei-Oost, Space Business Park, Bonnikeplein, ESTEC, de Zilveren Kruis Achmea locatie, Losplaatsweg en Duinwetering.

De schaal van de bebouwing en de omgeving laat in bedrijvengebieden veelal een grotere mogelijkheid aan vormgeving en maatvoering aan reclame toe. Toch dient er ook in bedrijvengebieden voor te worden gewaakt dat er geen wildgroei ontstaat, die afbreuk doet aan de aantrekkelijkheid van het gebied.

Uitgangspunt is dat de reclames en uitstallingen op een logische plaats tegen het gebouw of op eigen terrein geplaatst dient te worden. Indien bij nieuwbouw de reclame geïntegreerd wordt in het ontwerp is meer mogelijk en vormt de reclame een onderdeel van de algehele beoordeling van de nieuwbouw.



Gevelreclame

Gevelreclame alleen **aan de voor- en zijgevel** (aan zijgevel gericht op openbare weg). Per bedrijfspand zijn **maximaal 4 gevelreclames aan voorzijde en maximaal 2 gevelreclames aan zijgevel** toegestaan.

Borden of losse letters plat op de gevel

- Boven de entree, op de luifel, op de dakrand of passend in de structuur van de gevel/pui.
- Boven de vloer van de eerste verdieping en op het dak uitsluitend uitgevoerd met losse letters. Bij grotere gebouwen waarin meerdere bedrijven zijn gevestigd alleen de naam van het gehele complex of van één bedrijf.
- Onder de vloer van de eerste verdieping uitgevoerd met losse letters, een passend vormgegeven (aange-licht) reclamebord of lichtbak.
- Maximaal 2.00 meter hoog en 4.00 meter breed.
- Maximaal 0.30 meter vanuit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Grotere maatvoering is mogelijk, mits passend in de structuur van de gevel/pui en gerelateerd aan architectuur en gevelindeling.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - (verlichte) losse letters in één enkele regel (geen neon);
 - een (aangelicht) bord;
 - een lichtbak (maximaal 1 per bedrijf).

Borden of objecten haaks op de gevel

- Passend in de structuur van de gevel of hangend onder de luifel.
- Onder de vloer van de eerste verdieping of onder de luifel.
- Maximaal 0.80 m² (0.90 meter x 0.90 meter) en 0.20 meter dik.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - een uithangbord/plaat;
 - een lichtbak (maximaal 1 per bedrijf/winkel).

Vlaggen, vaandels, wimpels of banieren

- Vlaggenstok bevestigd onder de vloer van de eerste verdieping of op/aan de luifel.
- Maximaal 2 per 6 meter gevelbreedte.
- Banier maximaal 2.40 meter hoog, 0.60 meter breed en bij loodrechte plaatsing maximaal 0.80 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Bij meerdere exemplaren identiek uitgevoerd (geen verschillende vlaggen).

Raamplakaten, plakletters of raamfolie

- Geplaatst aan de binnenkant van de ramen op de begane grond.
- Uitgevoerd met losse plakbelettering en/of plakfolie.

Spandoeken in frame

- Maximaal 1 per gevel. Geplaatst in een daarvoor bestemde vaste frameconstructie op blinde of grotendeels dichte gevelvlakken (gevel zonder gevelopeningen).
- Oppervlakte maximaal 10 m².

Vrijstaande reclameobjecten en uitstallingen

Vrijstaande reclameobjecten **alleen op eigen terrein** voor de voorgevelrooilijn.

Permanente reclamezuilen

- Maximaal 1 object geplaatst bij entree van een bedrijf of het erf.
- Bij de entree van het gebouw maximaal 2.00 meter hoog, 1.00 meter breed en 0.30 meter dik
- Bij de hoofdentree van het erf maximaal 4.00 meter hoog, 1.50 meter breed.

Wegwijsborden

- Aan invalswegen en bij bedrijfsverzamelgebouwen/bedrijventerreinen.
- Plaatsen met behoud van uitzicht op of vanaf de openbare ruimte.
- Uniform vormgegeven, alleen naams- en beroepsaanduidingen.
- Maximaal 2.00 meter hoog.

Vlaggenmasten

- Maximaal 2 vlaggenmasten tot 10 meter perceelsbreedte aan straatzijde. Bij bredere percelen zijn evenredig meer masten mogelijk.
- Alle masten even hoog uitgevoerd met een maximum van 9.00 meter.

6.7 Uitgaansgebied

In dit gebied aan de Grent is sprake van een concentratie aan uitgaansgelegenheden (horeca). Het betreft een gebied waar veel publiek komt, zowel als passant als recreant. Dat betekent dat met betrekking tot reclame en terrassen meer mogelijkheden geboden worden om het gebied ook aantrekkelijk te houden voor deze specifieke activiteiten.

Uitgangspunt is dat meer mogelijk is in reclame en uitstallingen dan in winkelgebieden of op de boulevard.

Gevelreclame

Gevelreclame alleen **aan de voorgevel**. Bij een hoekpand met twee bedrijfspuien is er sprake van twee voorgevels.

Per gevel **maximaal 3 gevelreclames** tot 6 meter gevelbreedte. Bij bredere gevels zijn evenredig meer reclames mogelijk (tot 8 meter 4 reclames, tot 10 meter 5 reclames, et cetera).

Borden of losse letters plat op de gevel

- Boven de entree, gecentreerd in de gevel, op de luifel of passend in de structuur van de gevel/pui.
- Bij meerdere verdiepingen onder de kozijnen op de tweede verdieping.
- Verlichte of aangeliichte reclame uitsluitend onder de bovendorpel van de kozijnen op de eerste verdieping.
- Niet op het dak of de dakrand overschrijdend.

- Maximaal 0.75 meter hoog en maximaal 60% breed ten opzichte van de totale gevel-/luifelbreedte met een maximum van 4.00 meter (groter is mogelijk mits passend in structuur van gevel/pui).
- Maximaal 0.30 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - (verlichte) losse letters in één enkele regel;
 - een (aangelicht) bord;
 - een lichtbak (maximaal 1 per bedrijf);
 - lichtcourant of dotterbord (maximaal 1 per bedrijf).

Borden of objecten haaks op de gevel

- Passend in de structuur van de gevel of hangend onder de luifel.
- Bij meerdere verdiepingen onder de bovendorpel van de kozijnen op de eerste verdieping.
- Niet boven op de luifel, op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Maximaal 0.80 m² (0.90 meter x 0.90 meter) en 0.20 meter dik.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - een uithangbord/plaat;
 - een lichtbak (maximaal 1 per bedrijf).

Een prijs-/aanprijzing-/menubord

- Aan de gevel naast de entree met of zonder vitrine.
- Maximaal 0.60 m² en maximaal 5 centimeter dik.
- Vitrine met transparante voorvlak.

Vlaggen, vaandels, wimpels of banieren

- Vlaggenstok bevestigd onder de vloer van de eerste verdieping of op/aan de luifel.
- Banier plat of loodrecht bevestigd onder de bovendorpel van de kozijn op de eerste verdieping.
- Minimaal 0.50 meter van zijmuur, naburige pand of perceelsgrens bevestigd.
- Banier maximaal 2.40 meter hoog, 0.60 meter breed en bij loodrechte plaatsing maximaal 0.80 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Bij meerdere exemplaren identiek uitgevoerd (geen verschillende vlaggen).

Zonwering en markiezen met reclame

- Maximaal 1 reclameopdruk per zonwering/markies eventueel gecombineerd met bedrijfsnaam op volant.

Raamplakaten, plakletters of raamfolie

- Geplaatst aan de binnenkant van de ramen op de begane grond.
- Tot maximaal 50% van de ramen is bedekt.
- Uitgevoerd met losse plakbelettering en/of semi-transparante plakfolie.

Spandoeken in frame

- Geplaatst in een daarvoor bestemde vaste frameconstructie op blinde gevels (gevel zonder gevelopeningen).
- Oppervlakte maximaal 10 m².



Vrijstaande reclameobjecten en uitstallingen

Reclames en uitstallingen alleen **voor de voorgevel of op eigen terrein (terras)**. Bij een hoekpand met twee bedrijfspuien is er sprake van twee voorgevels.

Het aantal buitenetalages of uitstallingen bedoeld als aankleding of etaleren van verkoopwaren van de entree van een winkel is onbeperkt toegestaan binnen de gestelde richtlijnen.

Vlaggenmasten

- Op eigen terrein.
- Maximaal 1 per bedrijf.
- Maximaal 6.00 meter hoog.

Terrasschermen en parasols

- Op terrascherm maximaal 0.50 meter hoog geplaatst op het niet transparante gedeelte van het terraschot.
- Op parasols maximaal 2 reclameopdrukken van maximaal 0.50 bij 0.50 meter.
- Bestaande uit losse letters en/of het beeldmerk/ logo van het bedrijf of product dat in een bedrijf wordt verkocht.

Losse stoepborden en 3D-objecten

- Maximaal 1 stoepbord of 3D-object per voorgevel van een bedrijf.
- Geplaatst op eigen (overdekt) terras tussen terraschermen of direct naast de entree van bedrijf of (overdekt) terras.
- Maximaal 1.50 meter hoog (uitgeklapt) en 1.00 breed. 3D-object tot maximaal 2.00 meter hoog.

Overige uitstallingen

- Uitsluitend bedoeld als aankleding en passend in stijl en functie van het bedrijf.
- Geplaatst op eigen (overdekt) terras tussen terraschermen of direct naast de entree van bedrijf of (overdekt) terras.
- Maximaal 1.00 meter hoog.

6.8 Koningin Wilhelmina Boulevard

Het gaat hier om het toeristisch kerngebied bestaande uit de Koningin Wilhelmina boulevard ter hoogte het Vuurtoerenplein tot en met het Palaceplein, maar ook de omgeving van Grand Hotel Huis ter Duin, Alexanderhotel en het Palacehotel. De boulevard loopt tot aan de afrit naar het strand.

Hier is de zorg voor aantrekkelijk gebied van groot belang om voldoende attractie te waarborgen voor recreanten en bezoekers. Dit betekent voldoende ruimte voor reclame en uitstallingen voor de ondernemer, maar tevens behoud van een aantrekkelijk openbare ruimte.

Uitgangspunt is dat over het algemeen meer mogelijk is vanwege de attractiewaarde en schaal van bebouwing.

Gevelreclame

Gevelreclame alleen **aan de voorgevel en - in beperkte mate - aan de zijgevel**. Bij een hoekpand met twee bedrijfsruimten is er sprake van twee voorgevels.

Per gevel **maximaal 2 gevelreclames** tot 6 meter gevelbreedte. Bij bredere gevels zijn evenredig meer reclames mogelijk (tot 9 meter 4 reclames, tot 12 meter 5 reclames, et cetera).

Borden of losse letters plat op de gevel

- Boven de entree, gecentreerd in de gevel, op de luifel of passend in de structuur van de gevel/pui.
- Bij meerdere verdiepingen onder de kozijnen op de eerste verdieping.
- Per bedrijf is 1 reclame op een verdieping, op de zijgevel of op het dak mogelijk, mits bestaande uit de bedrijfsnaam en uitgevoerd in losse belettering binnen een rechthoekig vlak van maximaal 8 m².
- Maximaal 0.75 meter hoog en maximaal 60% breed ten opzichte van de totale gevel-/luifelbreedte met een maximum van 4.00 meter (groter is mogelijk mits passend in structuur van gevel/pui).
- Maximaal 0.30 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - (verlichte) losse letters;
 - een (aangelicht) bord;
 - een lichtbak (maximaal 1 per bedrijf).

Borden of objecten haaks op de gevel

- Passend in de structuur van de gevel of hangend onder de luifel.
- Bij meerdere verdiepingen onder de bovendorpel van de kozijnen op de eerste verdieping.
- Niet boven op de luifel, op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Maximaal 0.80 m² (0.90 meter x 0.90 meter) en 0.20 meter dik.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - een uithangbord/plaat;
 - een lichtbak (maximaal 1 per bedrijf).

Een prijs-/aanprijzing-/menubord

- Aan de gevel naast de entree met of zonder vitrine.
- Maximaal 0.60 m² en maximaal 5 centimeter dik.
- Vitrine met transparante voorvlak.
- Voor borden of vitrines bij opritten naar strand(paviljoens) zie paragraaf 6.9 'Strand'.

Vlaggen, vaandels, wimpels of banieren

- Vlaggenstok bevestigd onder de vloer van de eerste verdieping of op/aan de luifel.
- Banier plat of loodrecht bevestigd onder de bovendorpel van de kozijn op de eerste verdieping.
- Minimaal 0.50 meter van zijmuur, naburige pand of perceelsgrens bevestigd.
- Banier maximaal 2.40 meter hoog, 0.60 meter breed en bij loodrechte plaatsing maximaal 0.80 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Bij meerdere exemplaren identiek uitgevoerd (geen verschillende vlaggen).

Zonwering en markiezen met reclame

- Uitsluitend reclame op zonweringen op de begane grond.
- Maximaal 1 reclameopdruk per zonwering/markies eventueel gecombineerd met bedrijfsnaam op volant.

Raamplakaten, plakletters of raamfolie

- Geplaatst aan de binnenkant van de ramen op de begane grond.
- Tot maximaal 50% van de ramen is bedekt.
- Uitgevoerd met losse plaklettering en/of semi-transparante plakfolie.

Vrijstaande reclameobjecten en uitstallingen

Reclames en uitstallingen alleen **voor de voorgevel of op eigen terrein (terras)**. Bij een hoekpand met twee bedrijfspuien is er sprake van twee voorgevels.

Het aantal buitenetalages of uitstallingen bedoeld als aankleding van de entree van een bedrijf is onbeperkt toegestaan binnen de gestelde richtlijnen.

Vlaggenmasten

- Maximaal 2 vlaggenmasten tot 8 meter perceelsbreedte aan straatzijde. Bij bredere percelen zijn evenredig meer masten mogelijk.
- Alle masten even hoog uitgevoerd met een maximum van 9.00 meter, uitgevoerd met dezelfde formaat vlaggen en bij een duidelijke commerciële uiting (bijvoorbeeld een merknaam) met een identieke opdruk.

Strandvlaggen

- Maximaal 2.
- Geplaatst op eigen (overdekt) terras tussen terraschermen of direct naast de entree van bedrijf of (overdekt) terras.
- Maximaal 3.00 meter hoog.

Terrasschermen en parasols

- Op terrascherm maximaal 0.50 meter hoog geplaatst op het niet transparante gedeelte van het terraschot.
- Op parasols maximaal 2 reclameopdrukken van maximaal 0.50 bij 0.50 meter.
- Bestaande uit losse letters en/of het beeldmerk/ logo van het bedrijf of product dat in een bedrijf wordt verkocht.

Losse stoepborden en 3D-objecten

- Maximaal 1 stoepbord of 3D-object per voorgevel van een bedrijf.
- Geplaatst op eigen (overdekt) terras tussen terraschermen of direct naast de entree van bedrijf of (overdekt) terras. In ieder geval binnen 0.80 meter vanaf de gevel of - indien aanwezig - tot de strek in de bestrating.
- Maximaal 1.50 meter hoog (uitgeklapt) en 1.00 breed. 3D-object tot maximaal 2.00 meter hoog.

Overige uitstallingen

- Uitsluitend bedoeld als aankleding en passend in stijl en functie van het bedrijf.
- Geplaatst op eigen (overdekt) terras tussen terraschermen of direct naast de entree van bedrijf of (overdekt) terras.
- Maximaal 1.00 meter hoog.



6.9 Strand

Met het strand wordt de zone bedoeld tussen de duinvoet en de gemiddelde laagwaterlijn met inbegrip van de aanwezige voor het publiek toegankelijke gebouwen en terrassen inclusief de op- en afritten van en naar het strand. Ook naar het strandpaviljoen aan de Duindamse-slag.

Er is onderscheid tussen strandpaviljoens en gebouwen niet zijnde een strandpaviljoen (verenigingsgebouwen). Voor verenigingsgebouwen geldt dat de reclame betrekking dient te hebben op sponsoractiviteiten van instanties die de betreffende inrichting ondersteunen. Verder zijn de criteria gelijk aan die voor de strandpaviljoens.

Het uitgangspunt is dat landschappelijke kwaliteit van de duinen bepalend is en reclame in de duinen zelf niet is toegestaan. Het strandpaviljoen kan reclame maken op eigen terrein (exploitatievlak) of aan de boulevard in de vorm van een (vitrine)bord. Streven is uniformiteit in bebording bij de verschillende strandopritten, ook voor de duinpaviljoens en de golfclub.

Reclame met betrekking tot drugs, alcohol, tabak of seks, alsmede reclame met een aanstootgevende strekking, wordt nadrukkelijk verboden.

Gevelreclame

Per (horeca)bedrijf **maximaal 6 gevelreclames en maximaal 2 naamborden op het dak**. In algemene zin mag slechts 1 merkreclame gevoerd worden naast de eigen naam van het (horeca)bedrijf. Een merkreclame heeft betrekking op reclame die niet exclusief of direct verband houdt met het (horeca)bedrijf.

Borden of losse letters

- Boven de entree, gecentreerd in de gevel, op de luifel, op het dak of passend in de structuur van de gevel.
- Maximaal 0.65 meter hoog en maximaal 5.00 meter breed (groter is mogelijk mits passend in structuur van gevel/pui).
- Maximaal 0.30 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - (aaneengeschreven) losse letters in één enkele regel;
 - een bord.

Een prijs-/aanprijzing-/menubord

- Aan de gevel of aan een terrasscherf naast de entree met of zonder vitrine.
- Vitrine met transparante voorvlak.

Zonwering en markiezen met reclame

- Maximaal 1 reclameopdruk per zonwering/markies eventueel gecombineerd met bedrijfsnaam op vo-lant.

Vlaggen, vaandels, wimpels of banieren

- Vlaggenstok bevestigd aan de gevel of op/aan de luifel.
- Bij meerdere exemplaren identiek uitgevoerd (geen verschillende vlaggen).

Spandoeken in frame

- Geplaatst in een daarvoor bestemde vaste frame-constructie op blinde gevels (gevel zonder gevelopeningen).
- Oppervlakte maximaal 10 m².

Vrijstaande reclameobjecten en uitstallingen

Er mag slechts 1 merkreclame gevoerd worden naast de eigen naam van het (horeca)bedrijf.

Vlaggenmasten

- Geplaatst binnen het exploitatievlak van het strandpaviljoen, en of direct daaraan grenzend.
- Maximaal 6 per paviljoen, aan maximaal twee zijden van het exploitatievlak.
- Alle masten even hoog uitgevoerd met een maximum van 6.00 meter.

Strandvlaggen

- Geplaatst binnen het exploitatievlak van het strandpaviljoen, en of direct daaraan grenzend.
- Maximaal 6 per paviljoen, aan maximaal twee zijden van het exploitatievlak.
- Maximaal 3.00 meter hoog.
- Niet op het strand buiten het exploitatievlak.

Een prijs-/aanprijzing-/menubord bij oprit

- Uniform vormgegeven, gelijk aan de (vitrine)borden aan de Koningin Wilhelmina Boulevard.
- Aan het begin van de dichtstbijzijnde strandoprit aan de boulevardzijde.
- Maximaal 1 per paviljoen per strandoprit aan de boulevard.
- Maximaal 2.20 meter hoog of zoals het bestemmingsplan voorschrijft.
- Vitrine maximaal 30 centimeter diep met transparant voorvlak.

Terrasschermen en parasols

- Terrasschermen en parasols dienen binnen het exploitatievlak geplaatst te worden. Parasols niet verankeren.
- Geen reclame op een terras scherm.
- Op parasols maximaal 2 reclameopdrukken. Bestaande uit losse letters en/of het beeldmerk/ logo van het bedrijf of product dat in een bedrijf wordt verkocht.

Losse stoepborden

- Maximaal 2 per strandpaviljoen.
- Geplaatst op eigen (overdekt) terras tussen terraschermen of direct grenzend aan terras.
- Maximaal 1.50 meter hoog (uitgeklapt) en 1.00 breed.

Overige uitstallingen

- Uitsluitend bedoeld als aankleding en passend in stijl en functie van het bedrijf.
- Geplaatst op eigen (overdekt) terras tussen terraschermen.
- Maximale hoogte is de goothoogte. Wijze van meten goothoogte: vanaf het peil tot aan de bovenkant van de goot, c.q. de druiplijn, het boeibord, of een daarmee gelijk te stellen constructiedeel. Object mag geen buitenproportionele maatvoering krijgen, die onnodig veel aandacht trekt en daardoor storend is vanaf boulevard of strand.



*Uniforme reclame bij strandoprit
Koningin Wilhelmina Boulevard.*

6.10 Buitengebied

Het gebied buiten de bebouwde kernen met open agrarisch landschap, het duingebied, de sportterreinen en de recreatieparken. Uitgangspunt is de landschappelijke kwaliteit te behouden. In het duingebied zelf wordt geen reclame toegestaan.

Voor een reclame buiten de bebouwde kom is een provinciale ontheffing nodig. De regeling hiervoor staat beschreven in de Verordening Bescherming Landschap en Natuur van de provincie Zuid-Holland.

De in deze nota opgenomen richtlijnen zijn afgestemd op de regels in de Verordening Bescherming Landschap en Natuur van de provincie Zuid-Holland, maar tevens gerelateerd aan het gewenste ambitieniveau van de gemeente Noordwijk voor staat. Het kan voorkomen dat de richtlijnen strenger of juist soepeler zijn dan de regels in de provinciale verordening.

Voor zover de richtlijnen strijdig zijn met het provinciale beleid prevaleert het provinciale beleid, voor zolang dit nog van toepassing is (zie hoofdstuk 3 'Wet- en regelgeving').

Agrarische bedrijven

Voor bebouwing met een positieve agrarische bestemming is het uitgangspunt dat reclame beperkt moet zijn tot wat minimaal nodig wordt geacht. Lichtreclame of aanlichting is niet toegestaan.

Gevelreclame alleen **aan de voorgevel** van het (bedrijfs)gebouw van waaruit de commerciële activiteit waar de reclame betrekking op heeft plaatsvindt, met een maximum van **3 gevelreclames**.

Borden of losse letters plat op de gevel

- Boven de entree, gecentreerd in de gevel, op de luifel of passend in de structuur van de gevel/pui.
- Bij meerdere verdiepingen onder de kozijnen op de eerste verdieping.
- Bij plaatsing op een luifel binnen de contouren van het boeiboord.
- Niet op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Maximaal 0.50 meter hoog en maximaal 25% breed ten opzichte van de totale gevel-/luifelbreedte met een maximum van 4.00 meter (groter is mogelijk mits passend in structuur van gevel/pui).
- Maximaal 0.20 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - losse letters in één enkele regel;
 - een (beperkt aangeliicht) bord.

Borden of objecten haaks op de gevel

- Passend in de structuur van de gevel of hangend onder de luifel.
- Bij meerdere verdiepingen onder de kozijnen op de eerste verdieping.
- Niet boven op de luifel, op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Maximaal 0.50 m² (0.70 meter x 0.70 meter) en 0.15 meter dik.
- Uitgevoerd in de vorm van een uithangbord/plaat.

Vlaggen, vaandels, wimpels of banieren

- Vlaggenstok bevestigd onder de vloer van de eerste verdieping en niet boven de goot/dakrand uitstekend.
- Banier plat of loodrecht bevestigd onder de bovendorpel van de kozijn op de eerste verdieping.
- Banier maximaal 1.80 meter hoog, 0.60 meter breed en bij loodrechte plaatsing maximaal 0.80 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Bij meerdere exemplaren identiek uitgevoerd (geen verschillende vlaggen).

Zonwering en markiezen met reclame

- Maximaal 1 reclameopdruk per zonwering/markies eventueel gecombineerd met bedrijfsnaam op volant.

Permanente reclamezuilen

- Maximaal 1 object geplaatst op eigen terrein bij entree van een bedrijf of het erf.
- Maximaal 1.20 meter hoog en 0.80 meter breed

Vlaggenmasten

- Op eigen terrein.
- Maximaal 2 en alle masten even hoog uitgevoerd met een maximum van 6.00 meter.

Losse stoepborden en 3D-objecten

- Op eigen terrein.
- Maximaal 1 stoepbord per bedrijf.
- Maximaal 1.50 meter hoog (uitgeklapt) en 1.00 breed. 3D-object tot maximaal 2.00 meter hoog.

Overige uitstallingen

- Op eigen terrein.
- Aantal buitenetalages en aankleding is onbeperkt maar passend in stijl en functie van het bedrijf/de winkel.
- Maximaal 1.50 meter hoog.
- Verwijsreclames bij ingangen van het erf/terrein mits het bedrijf tot op maximaal 25 meter van de straathoek gelegen is en er geen opeenhoping van uitstallingen ontstaat.

Sportterreinen

Naar buitengekeerde permanente reclame of uitstallingen op sportterreinen zijn niet toegestaan. Uitzondering wordt gemaakt voor een naambord van het sportcomplex, waarop de naam van een eventuele (hoofd)sponsor wordt vermeld. Voor naar het binnenterrein gerichte reclameborden op sportterreinen gelden geen gebieds-specifieke richtlijnen.

Recreatieterreinen

Voor bedrijfsgebouwen op de recreatieterreinen zelf gelden geen specifieke gebiedsgerichte richtlijnen. Uitzondering daarop zijn de gebouwen aan de randen die zichtbaar zijn vanaf de openbare weg in het buitengebied. Reclame en uitstallingen moeten dan voldoen aan de richtlijnen voor overige bedrijfsbebouwing.

Overige bedrijfsbebouwing

Voor bebouwing met een positieve bedrijfs-, winkel- of horecabestemming is het uitgangspunt dat reclame beperkt moet zijn tot wat minimaal nodig wordt geacht. Lichtreclame of aanlichting is niet toegestaan.

Gevelreclame alleen **aan de voorgevel**. Bij een hoekpand met twee bedrijfspuien is er sprake van twee voor-gevels.

Per gevel **maximaal 2 gevelreclames** tot 8 meter gevelbreedte. Bij bredere gevels zijn evenredig meer reclames mogelijk (12 meter 3 reclames, tot 16 meter 4 reclames, et cetera).

Borden of losse letters

- Boven de entree, gecentreerd in de gevel, op de luifel of passend in de structuur van de gevel/pui. Niet haaks op de gevel.
- Bij meerdere verdiepingen onder de kozijnen op de eerste verdieping.
- Bij plaatsing op een luifel binnen de contouren van het boeiboord.
- Niet op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Maximaal 0.75 meter hoog en maximaal 40% breed ten opzichte van de totale gevel-/luifelbreedte met een maximum van 4.00 meter (groter is mogelijk mits passend in structuur van gevel/pui).
- Maximaal 0.30 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - losse letters in één enkele regel;
 - een (beperkt aangelicht) bord.

Een prijs-/aanprijzing-/menubord

- Aan de stenen erfafscheiding of de gevel naast de entree met of zonder vitrine.
- Maximaal 0.60 m² en maximaal 5 centimeter dik.
- Vitrine met transparante voorvlak.

Vlaggen, vaandels, wimpels of banieren

- Vlaggenstok bevestigd onder de vloer van de eerste verdieping.
- Banier plat of loodrecht bevestigd onder de bovendorpel van de kozijn op de eerste verdieping.
- Minimaal 0.50 meter van zijmuur, naburige pand of perceelsgrens bevestigd.
- Banier maximaal 1.80 meter hoog, 0.60 meter breed en bij loodrechte plaatsing maximaal 0.80 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Bij meerdere exemplaren identiek uitgevoerd (geen verschillende vlaggen).

Zonwering en markiezen met reclame

- Maximaal 1 reclameopdruk per zonwering/markies eventueel gecombineerd met bedrijfsnaam op vo-lant.

Permanente reclamezuilen

- Maximaal 1 object geplaatst op eigen terrein bij entree van een bedrijf of het erf.
- Bij de entree van het gebouw maximaal 2.00 meter hoog, 1.00 meter breed en 0.30 meter dik
- Bij de hoofdentree van het erf maximaal 4.00 meter hoog, 2.00 meter breed.

Vlaggenmasten

- Op eigen terrein.
- Maximaal 2 vlaggenmasten tot 8 meter perceelsbreedte aan straatzijde. Bij bredere percelen zijn evenredig meer masten mogelijk.
- Alle masten even hoog uitgevoerd met een maximum van 6.00 meter.

Wegwijsborden

- Aan invalswegen van recreatieterreinen of bij bedrijfsverzamelgebouwen/bedrijventerreinen.
- Plaatsen met behoud van uitzicht op of vanaf de openbare ruimte.
- Uniform vormgegeven, alleen naams- en beroepsaanduidingen.
- Maximaal 2.00 meter hoog.

Losse stoepborden en 3D-objecten

- Maximaal 1 stoepbord of 3D-object per voorgevel van een bedrijf.
- Geplaatst op eigen terrein, (overdekt) terras tussen terrasschermen of direct naast de entree van bedrijf of (overdekt) terras.
- Maximaal 1.50 meter hoog (uitgeklapt) en 1.00 breed. 3D-object tot maximaal 2.00 meter hoog.

Terrasschermen en parasols

- Op terrasscherm uitsluitend bedrijfsnaam, maximaal 0.30 meter hoog geplaatst op het niet transparante gedeelte van het terrasschot.
- Op parasols maximaal 1 reclameopdruk van maximaal 0.50 bij 0.50 meter.
- Bestaande uit losse letters en/of het beeldmerk/ logo van het bedrijf of product dat in een bedrijf wordt verkocht.

6.11 Openbare ruimte en hoofdroutes

Het gaat in deze gebiedsuitwerking om de reclameobjecten in de openbare ruimte en langs de belangrijkste hoofdroutes. De hoofdroutes, zoals aangegeven op de kaart, bestaan uit vier oost-west routes (de landschappelijke route, de kernenroute, de vuurtorenroute en de strandroute) en enkele noord-zuid verbindingen:

- Herenweg (vanaf kombord bij Tolhoren)
- Nieuwe Offemweg
- Gooweg
- Beeklaan
- Oude Zeeweg
- Parallel Boulevard
- Quarles van Uffordstraat
- Piet Heinplein
- van Panhuysstraat
- v.d Mortelstraat
- v. Berckelweg
- Northgodreef
- Wantveld
- Vuurtorenplein
- Huis ter Duinstraat
- Duinweg (tot rotonde Northdreef)
- Nieuwe Zeeweg

De openbare ruimte, zoals de belangrijke routes, parkeerterreinen en pleinen, biedt veel ruimte voor reclameuitingen. In Noordwijk gaat het dan om gemeentelijke informatiedisplays, lichtmastborden, A0-signs en reclame inabri's en mupi's.

Geëxploiteerde reclames

Voor deze zogenaamde geëxploiteerde reclames heeft de gemeente als eigenaar en beheerder van de openbare ruimte contracten afgesloten met private partijen die dat voor de gemeente beheren. In deze contracten kunnen aanvullende voorwaarden en bepalingen worden vastgelegd.

Gemeentelijke informatiedisplays

- Verlichte LED schermen met daaronder een zogenaamde posterscroller (bewegende reclame). Bevestigd op zuilen.
- Geplaatst op logische plekken langs de genoemde hoofdroutes of indien daar aanleiding toe is op een specifieke locatie aangewezen door het college van burgemeester en wethouders.
- De afmetingen van de schermen zelf (exclusief zuil) mogen maximaal 2.00 x 3.00 meter bedragen. De posterscroller in dezelfde breedte maar maximaal 0.80 meter hoog (zichtvlak poster maximaal 0.50 meter).
- De maximale hoogte inclusief zuil mag niet meer bedragen dan van 5.00 meter vanaf het aansluitende terrein.
- Uniform uiterlijk van alle geplaatste informatiedisplays.

Lichtmastreclame (reclamebakken)

De gemeente heeft besloten geen nieuwe overeenkomsten af te sluiten voor het plaatsen van reclamebakken in lichtmasten. Huidige overeenkomsten zullen aflopen, waarna langzamerhand de bakken verwijderd worden (uitsterf beleid). Voor de huidige reclamebakken blijven de technische richtlijnen voor lichtreclames en lichtmastreclame van toepassing (zie bijlagen [1](#) en [2](#)).

A0 signs

- Uitsluitend aan lichtmasten langs de genoemde hoofdroutes.
- Per lichtmast niet meer dan één reclameobject.
- Zowel 2- als 3-zijdige constructies voorzien van een frame en op een degelijke manier aan een lichtmast zijn bevestigd, waarbij het deurtje van de lichtmast altijd volledig bereikbaar is (eventueel na het verwijderen van een reclamebord).
- De borden maximaal 0.83 x 1.18 meter (A0).
- Uniform uiterlijk van alle geplaatste A0-signs. In beginsel met en frame van antraciet grijs.
- Losse, van karton, board, triplex of vergelijkbare materialen vervaardigde borden zijn niet toegestaan.
- Alleen voor aankondiging van plaatselijke evenementen en campagnes na goedkeuring gemeente.

Abri's (bushokjes)

- Maximaal één verlichte vitrine per abri.
- Uitsluitend in abri's met vitrine.
- Aan twee zijden voorzien van affiches met commerciële reclame, ideële reclame, cultureel maatschappelijke aankondiging of andersoortige publieksinformatie.

Mupi's (stadsplattegronden)

- Informatiepanelen waarop eenzijdig plattegronden van de gemeente, van een wijk of van een bedrijventerrein zijn acceptabel op de invalswegen van de gemeente, respectievelijk de ontsluitingswegen tot de betreffende wijk of het bedrijventerrein.
- Maximale ruimte voor gebruik als reclamedoeleinden zoals overeengekomen met de beheerder met een maximum van 50%.

Rotondes

- Op maximaal twee door college van B&W nader te bepalen rotondes, alleen kunstwerken van organisaties met een cultureel belang.
- Alleen kunstwerken die direct gerelateerd zijn aan en verwijzen naar betreffende culturele/kunstzinnige activiteit.
- Maximaal 3 weken van tevoren tot maximaal 3 weken na beëindiging van de activiteit.
- Op eigen kosten van initiatiefnemer.
- Tekst is niet toegestaan.



A0 signs aan lichtmasten
langs de hoofdroutes

Tankstations

Belangrijkste uitgangspunt bij tankstations is dat de reclame voor wat betreft de plaats, de kleurstelling, het materiaalgebruik en detaillering in harmonie moet zijn met de gehele inrichting. Bij de benzineverkooppunten moet bovendien nadrukkelijk sprake zijn van een functionele relatie met de producten die worden aangeboden.

Gevelreclame

- Boven de entree, gecentreerd in de gevel, op de luifel of passend in de structuur van de gevel/pui.
- Niet bovenop de luifel, op het dak of de dakrand overschrijdend.
- Op het gebouw maximaal aan één gevel. Op het pompstation (de overkapping/luifel) is op maximaal 2 zijden horizontale reclame toegestaan.
- Maximaal 0.60 meter hoog en maximaal 75% breed ten opzichte van de totale gevel-/luifelbreedte met een maximum van 6.00 meter (groter is mogelijk mits passend in structuur van gevel/pui).
- Maximaal 0.20 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Bij de wasstraat is een opschrift toegestaan boven de ingang van de wasstraat met een maximale hoogte van 0.60 meter en breedte van 2.00 meter.
- Uitgevoerd in de vorm van:
 - (verlichte) losse letters in één enkele regel (geen neon);
 - een (aangelicht) bord;
 - een lichtbak (maximaal 1 per bedrijf).

Raamplakaten, plakletters of raamfolie

- Geplaatst aan de binnenkant van de ramen.
- Uitgevoerd met losse plakbelettering en/of plakfolie.

Permanente reclamezuilen

- Maximaal 1 reclamezuil op eigen terrein.
- Maximaal 6.00 meter hoog, 1.50 meter breed en 0.50 meter dik

Vlaggenmasten

- Maximaal 2 op eigen terrein.
- Alle masten even hoog uitgevoerd met een maximum van 6.00 meter.

Strandvlaggen

- Maximaal 4 op eigen terrein.
- Maximaal 3.00 meter hoog.

Losse stoepborden en 3D-objecten

- Maximaal 2 stoepborden of 3D-objecten.
- Geplaatst binnen 0.80 meter vanaf de gevel.
- Maximaal 1.50 meter hoog (uitgeklapt) en 1.00 breed. 3D-object tot maximaal 2.00 meter hoog.

Overige uitstallingen

- Uitsluitend bedoeld als aankleding of etaleren van verkoopwaren en passend in stijl en functie van het bedrijf.
- Geplaatst voor de voorgevel van het gebouw.
- Maximaal 1.00 meter hoog.

Bijlage 1: Lichtreclames

Technische voorschriften

- Kokers, uitsluitend bestemd voor het opbergen van elektrische leidingen en andere hulpconstructies dienen geschilderd te worden in dezelfde kleur als het gevelvlak waartegen de lichtreclamesbakken worden aangebracht.
- Bij nieuwbouw en verbouwing van bestaande panden dienen de elektrische leidingen ten behoeve van de lichtreclamebakken onzichtbaar te worden aangebracht.
- De elektrische installatie ten behoeve van de lichtreclamebakken dient te voldoen aan de in de betreffende NEN-normen opgenomen bepalingen.
- De lichtreclamebakken dienen een waterdichte constructie en een deugdelijke ontluchting te hebben.
- De constructie van de lichtreclamebakken dient bestand te zijn tegen zware windbelastingen, een en ander volgens de eisen gesteld in de NEN.
- Alle ijzeren onderdelen van de lichtreclamebakken dienen zwaar verzinkt te zijn uitgevoerd.
- De ophangbeugels en het overige bevestigingsmateriaal voor de aan te brengen lichtreclamebakken dienen van voldoende sterkte te zijn en roestvrij te zijn geconserveerd of te bestaan uit roestvrij materiaal. Eén en ander dient door middel van een te overleggen sterkteberekening te worden aangetoond.
- De beeldplaat van de lichtreclamebak dient te zijn vervaardigd van polycarbonaat of van acrylaat van 5 millimeter dik.
- In elke lichtreclamebak dient een dubbelpolige schakelaar te zijn aangebracht waarmee de installatie in haar geheel kan worden uitgeschakeld. Voor deze schakelaar, gerekend vanaf de voedende zijde, dient een smeltveiligheid met een nominale stroomsterkte van 2 ampère te zijn aangebracht.
- De elektrische onderdelen van de lichtreclamebakken mogen niet op de onderplaat van die bakken worden gemonteerd.
- De aarding van de lichtreclamebakken dient te gescheiden via de aardader van de aansluitkabel op de aardklem van de elektrische installatie van het betreffende pand.

Bijlage 2: Reclamebak aan lichtmasten

Technische voorschriften

1. Deze richtlijn geeft uitsluitend technische aanwijzingen behorende bij de verleende vergunning tot het hebben van een reclamebak aan een lichtmast.
2. Afmetingen en vorm van de reclamebakken
 - a. De breedte en hoogte van de reclamebakken voor lichtmasten moeten 700 x 700 millimeter bedragen.
 - b. De diepte (dikte) van de reclamebakken moet 200 millimeter bedragen.
 - c. De hoeken van de reclamebakken moeten haaks worden uitgevoerd.
3. Montagehoogte en richting van de reclamebakken voor lichtmasten met een masthoogte van 5 meter
 - a. Boven de wegen, voor rijverkeer bestemd, mogen geen reclamebakken worden opgehangen
 - b. Boven de overige wegen, zoals fietspaden, voetpaden en groenstroken moet de hoogte tot aan de onderzijde van de reclamebak 3.60 meter bedragen.
 - c. Bij lichtmasten met een uithouder dient de reclamebak tegenover de uithouder te worden gemonteerd in één vlak met de uithouder, mits voldaan wordt aan 3a en 3b.
 - d. Bij lichtmasten met een paaltop-armatuur is de keuze van de richting van de reclamebak vrij, mits voldaan wordt aan 3a en 3b.
4. Montagehoogte en richting van de reclamebakken voor lichtmasten met een masthoogte groter dan 5 meter:
 - a. Boven de wegen, voor rijverkeer bestemd, moet de hoogte tot aan de onderzijde van de reclamebak 5.00 meter bedragen.
 - b. Boven de overige wegen, zoals fietspaden, voetpaden en groenstroken moet de hoogte tot aan de onderzijde van de reclamebak 3.60 meter bedragen.
 - c. Bij lichtmasten met een uithouder dient de reclamebak tegenover de uithouder te worden gemonteerd in één vlak met de uithouder, mits wordt voldaan aan 4a en 4b.
 - d. Bij lichtmasten met een paaltop-armatuur is de keuze voor de richting van de reclamebak vrij, mits voldaan wordt aan 4a en 4b.
5. Constructie ophangbeugels
 - a. Bij verlichte reclamebakken moet één van de ophangbeugels zijn voorzien van een kabeldoorvoergat van 16 millimeter doorsnede. De plaats van de kabeldoorvoer is afhankelijk van de montagehoogte van de reclame aan de lichtmast.
 - b. De afstand van het hart van de ophangbeugels tot de onder- respectievelijk bovenzijde van de reclamebak moet 100 millimeter bedragen.
 - c. De afstand van de reclamebak tot aan de naaste buitenzijde van de lichtmast dient bij de onderste ophangbeugel 50 millimeter te bedragen. Bij de bovenste beugel wordt deze afstand bepaald aan de hand van de vorm van de lichtmast.
 - d. In verband met de omstandigheid dat er verschillende typen lichtmasten met bijbehorende coniciteit voorkomen, dient van de uitgekozen lichtmast de coniciteit opgemeten te worden.
 - e. Reclamebakken moeten door middel van klembandconstructies of passende klembeugels worden opgehangen.
6. Waterdichtheid
 - a. De reclamebakken dienen spatwaterdicht te zijn en te voldoen aan beschermingsklasse IP54 volgens IEC 529
 - b. In de reclamebakken dient in de bodemplaat op de beide uiteinden een afwateringsgaatje te worden aangebracht voor eventueel condenswater.
7. Windbelasting
 - a. De constructie van de reclamebakken moet bestand zijn tegen windbelastingen. Eén en ander volgens de eisen gesteld in de NEN3850.

8. Elektrische installatie
 - a. Het elektrische gedeelte van de reclamebak dient geheel te voldoen aan de aansluitvoorwaarden van het elektriciteitsbedrijf.
 - b. Elektrische onderdelen mogen niet op de onderplaat worden gemonteerd.
 - c. De aarding van de reclamebakken zal geschieden via de aardader van de aansluitkabel op de aardklem van de lichtmast.
 - d. Als aansluitleiding dient te worden toegepast NWPK 3 x 1 mm² of gelijkwaardige kabel.
 - e. Een reclamebak moet voorzien zijn van een aansluitsnoer met een lengte van 5 meter.
9. Keuring en plaatsing
 - a. Plaatsing dient te geschieden door een erkend installateur.
 - b. Het kabeldoorvoergat in de lichtmast dient bij de plaatsing van de reclamebak door de installateur te worden aangebracht. Tevens dient de aansluitkabel tot onder in de lichtmast te worden gebracht en dient er door de installateur een wartel te worden aangebracht.
 - c. De reclamebakken dienen na plaatsing bij de Gemeentewerken ter keuring van de ophanging te worden aangeboden. Na goedkeuring zal de reclamebak op het net worden aangesloten door de gemeente of daartoe bevoegde aannemer.
 - d. Indien de reclamebak niet kan worden aangesloten ontvangt de huurder een schriftelijk bericht met redenen van het niet aansluiten.
10. Preventief onderhoud uit te voeren voor rekening van de huurder
 - a. De reclamebakken dienen eenmaal per jaar te worden gecontroleerd op gebreken en defecte lampen.
 - b. Onderhoud en controle door een erkende installateur in opdracht en voor rekening van de huurder.
11. Curatief onderhoud schade en defecten
 - a. Storingen of defecten dienen zo spoedig mogelijk te worden hersteld.
 - b. De reclamebakken mogen op geen enkele wijze aanleiding geven tot gevaar voor de weggebruikers. De bak dient na constatering van gevaar direct te worden verwijderd. Indien dit niet binnen de afgesproken termijn plaatsvindt, zal gemeentewerken de desbetreffende reclamebak op kosten van de huurder verwijderen. De huurder zal schriftelijk over deze verwijdering worden geïnformeerd.
 - c. Voor storingen of tijdelijke afkoppeling wordt verwezen naar de algemene bepalingen.
 - d. Voor regeling van schade door of aan reclamebakken aan lichtmasten wordt verwezen naar algemene bepalingen.
 - e. Storingen in het aansluitgedeelte worden door Gemeentewerken hersteld zonder verrekening van kosten.

Gemeente Noordwijk

Voorstraat 42

2201 HW Noordwijk

Postbus 298

2200 AG Noordwijk

T (071) 36 60 000

F (071) 36 20 021

E gemeente@noordwijk.nl

I www.noordwijk.nl