



NOTA RECLAMEBELEID GEMEENTE AMELAND 2018

Datum vaststelling: 18 december 2018

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	5
2. Evaluatie beleidsnota 2010	7
3. Doelstelling	9
4. Soorten reclames	11
5. Wettelijk kader	13
6. Algemene uitgangspunten	15
7. Gebiedsindeling bij permanente reclame-uitingen	17
1. Winkel- en horecagebieden	17
2. Bedrijventerreinen, incl. verkooppunten motorbrandstoffen	18 19
3. Woongebieden	19
4. Buitengebied	21
5. Beschermd dorpsgezicht	21
6. Recreatiegebieden	22
7. Sportaccommodaties en sportcomplexen	23
8. Natuurgebieden	23
9. Openbare ruimte	23
8. Tijdelijke reclame	25
9. Overgangsbepalingen	27
10. Begripsbepalingen	29

1. INLEIDING

Reclame is niet meer weg te denken uit onze samenleving. De invloed van reclame op ons dagelijks leven is de afgelopen decennia steeds groter geworden. In de openbare ruimte treffen we voornamelijk plaatsgebonden reclame aan. Het doel van plaatsgebonden reclame is in eerste instantie de aanwezigheid van de producent, de persoon, het bedrijf, het product achter de reclame in een bepaalde omgeving herkenbaar te maken. Dit gebeurt in vormen zoals het uithangbord, de gevelbelettering, verplaatsbare borden etc.. Plaatsgebonden reclame heeft in de openbare ruimte een duidelijke functie: zowel producent als consument zijn erbij gebaat wanneer de consument snel zijn weg naar de producent weet te vinden. Er is in die gevallen zowel een privaatbelang als een gemeenschappelijk publiekbelang te onderkennen.

Het willen regelen van reclame is onder andere om wildgroei van reclameteksten en uitingen tegen te gaan en hiermee te voorkomen dat er dan steeds meer reclameborden worden bijgeplaatst. Maar ook om passende reclameteksten en uitingen te verkrijgen binnen de openbare ruimte en bij of aan gebouwen of objecten. Kortom een goede en verantwoorde ruimtelijke kwaliteit in samenhang met reclame. Om meer grip te krijgen op reclames, heeft onze gemeente in 2010 reclamebeleid vastgesteld. Zaken als uitstallingen, sandwichborden, vlaggenmasten, spandoeken, bewegwijzering, dorpsplattegronden zijn in dit beleid opgenomen. Met andere woorden niet alleen reclames maar ook verwijzingsborden, evenementen aankondigingen etc. Dus alle losse dan wel aan de aarde of gebouwen verbonden zaken die iets te melden hebben.

2. EVALUATIE BELEIDSNOTA 2010

De gemeente Ameland heeft het reclamebeleid voor het laatst in 2010 in een nota vastgelegd. Zes jaar later is het tijd voor een evaluatie: hoe heeft het beleid uitgewerkt in de praktijk van alledag, niet alleen qua vorm en uitstraling van reclame-uitingen maar ook voor wat betreft het zo nodig handhavend optreden bij afwijking van dit beleid. Ook is bezien of de verwijzingen naar andere regelgeving nog juist zijn en of er redactionele aanpassingen nodig waren om eventuele onduidelijkheden op te heffen.

a. inrichting en uitstraling

De regels rondom reclame worden in het algemeen goed in acht genomen. Instellingen en ondernemers hebben zelf ook baat bij een aantrekkelijke beleving van de openbare ruimte door bezoekers. In dit opzicht heeft het vaststellen van de nota in 2010 een goede uitwerking gehad en is er geen aanleiding om het beleid op hoofdpunten te veranderen.

b. handhaving

Bij de uitoefening van de handhavingstaken is in de afgelopen jaren gebleken dat de beleidsregels goed werken. Ze verschaffen zowel de ondernemers als de handhavers duidelijkheid over wat wel en niet is toegestaan. Vanuit het perspectief van handhaving is er daarom geen aanleiding tot grote inhoudelijke aanpassingen van de beleidsregels.

c. relatie met andere regelgeving

Er is sinds de vaststelling van de beleidsnota 2010 geen wijziging in regelgeving geweest, die aanleiding zou moeten zijn om het reclamebeleid daarop aan te passen.

3. DOELSTELLING

Deze Nota heeft tot doel beleid vast te stellen met betrekking tot het toelaten van reclame-uitingen, duidelijke handvatten te bieden voor toepassing, toetsing en handhaving van buitenreclame en bij te dragen aan de kwaliteit van de openbare ruimte.

Uitgangspunt daarbij is niet, dat reclame geweerd dient te worden. Het is heel legitiem dat ondernemers bekendheid willen geven aan het bestaan van hun bedrijf door middel van reclame-uitingen. Het is echter wel aan de gemeente om te bepalen, in hoeverre en in welke vorm het plaatsen van reclame-uitingen wordt toegestaan. Voor winkelgebieden gelden daarbij andere normen dan bijvoorbeeld op een bedrijventerrein. Reclame moet bijdragen aan de verlevendiging van de gemeente en mag niet leiden tot visuele chaos. Voorop staat tevens, dat het toelaten van reclame-uitingen niet ten koste mag gaan van de ruimtelijke kwaliteit van de openbare ruimte en de verkeersveiligheid. Door criteria aan te reiken ontstaat duidelijkheid en rechtszekerheid voor inwoners, ondernemers en bedrijven die gespecialiseerd zijn in het aanbrengen van reclames.

4. SOORTEN RECLAMES

In deze Nota wordt uitsluitend gesproken over handelsreclame; niet over ideële reclame.

Handelsreclame is te onderscheiden in tijdelijke en permanente reclame en er wordt tevens rekening gehouden met karakterverschillen van gebiedsdelen, zoals binnen en buiten de bebouwde kommen, binnen en buiten beschermde dorpsgezichten, buitengebied etc..

De aandacht van deze nota richt zich op reclame:

1. aan of op een gebouw, zoals een bedrijfspand, een winkel, een woning, enz.;
2. aan of op een bouwwerk, geen gebouw zijnde, zoals bewegwijzering (zowel op openbare als privé-grond);
3. als een op zichzelf staand object, zoals een reclamebord (zowel op openbare als privé-grond);
4. in een gebouw, voor zover dit zichtbaar is vanaf de openbare of openbaar gebied.

Voor tijdelijke reclame, zoals voor evenementen, bestaan op dit moment bepaalde regels die worden toegepast. Deze regels bestaan hoofdzakelijk hieruit dat in principe vergunning wordt verleend voor reclame-uitingen van een bepaalde omvang, voor een bepaalde tijd en voor bepaalde plaatsen.

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

5. WETTELIJK KADER

Wettelijk / juridisch kader

1. de Grondwet
2. de Wabo (Wet algemene bepalingen omgevingsrecht)
3. de APV (Algemene Plaatselijke Verordening)
4. Privaatrecht
5. Overige wetten en regelgeving

Grondwet

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

Wabo

Het plaatsen van reclameconstructies valt onder de activiteit 'bouwen' waarvoor op grond van artikel 2.1 lid 1.a van de Wabo een omgevingsvergunning nodig is. Het plaatsen van deze objecten valt niet onder de categorie 'bijbehorende bouwwerken' zoals genoemd in artikel 2 uit bijlage II van het Bor (Besluit omgevingsrecht) omdat er geen sprake is van een functionele binding met een op het zelfde perceel gelegen hoofdgebouw. Ook vallen deze objecten niet onder een andere categorie vergunningsvrije bouwwerken. Dat betekent dat er voor het plaatsen een omgevingsvergunning nodig is. Door deze vergunningsplicht is er een welstandstoets van Hûs en Hiem nodig.

Verder geeft artikel 2.2, lid 1 onder h van de Wabo aan dat in een gemeentelijke verordening kan worden bepaald dat een vergunning is vereist om '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'. Hier is gebruik van gemaakt in de APV (zie hierna)

Welstandstoezicht

Of bouwwerken op een bepaalde plaats acceptabel zijn, hangt vooral af van de vraag of de uiting voldoet aan de redelijke eisen van welstand. Vandaar dat deze eis als toetsingsgrond is opgenomen in de Wabo. De gemeenteraad heeft in de Welstandsnota tal van welstandscriteria vastgesteld. In die Welstandsnota wordt voor terrassen verwezen naar deze nota reclamebeleid. Aanvragen voor een omgevingsvergunning worden daarom getoetst aan deze beleidsnota.

Algemene Plaatselijke Verordening (APV) van de gemeente Ameland

In de APV zijn twee artikelen opgenomen over reclame-uitingen.

In artikel 2:10 (voorwerpen op of aan de weg) is in lid drie opgenomen, dat dit artikel onder meer betrekking heeft op reclameborden op of aan de weg. Deze nota reclamebeleid heeft specifiek betrekking op de voorschriften die kunnen worden gesteld aan deze reclameborden, waarbij het onder meer gaat om redelijke eisen van welstand.

Artikel 4:15 heeft betrekking op hinderlijke of gevaarlijke reclame.

Het is verboden op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren door middel van een opschrift, aankondiging of afbeelding waardoor het verkeer in gevaar wordt gebracht, ernstige hinder ontstaat voor de omgeving of het gebruik niet voldoet aan de redelijke eisen van welstand.

Verhouding tussen de Wabo, Woningwet, Wet milieubeheer, Monumentenwet en de APV.

De APV is een aanvullende regeling op onder andere de Woningwet en de Wabo. Indien deze wetten van toepassing zijn, zijn de bepalingen van de APV van de gemeente Ameland niet van kracht. Ditzelfde geldt voor op de Wet milieubeheer gebaseerde voorschriften, de Monumentenwet en de gemeentelijke monumentenverordening.

Als toetsing plaatsvindt aan de hand van de welstandscriteria van de Welstandsnota is er geen plaats meer voor toetsing aan het motief van welstand op grond van de APV. Het is mogelijk dat naast een omgevingsvergunning op grond van de Wabo óók een ontheffing op grond van de APV nodig is. Dit is het geval wanneer er zaken spelen die niet via de Wabo worden geregeld, maar wel via de APV; bijvoorbeeld de verkeersveiligheid of de voorkoming of beperking van overlast door de reclame-uiting. Een aanvraag voor reclame op een gemeentelijk- of rijksmonument wordt getoetst uit het oogpunt van bescherming van monumentale waarden.

Privaatrecht

Privaatrecht geldt wanneer de gemeente eigenaar is van de grond of het bouwwerk. De gemeente kan dan privaatrechtelijke overeenkomsten afsluiten. Reclameobjecten kunnen verwijderd worden van gemeentegrond. Dit gebeurt binnen het eigendomsrecht (met in acht neming van de beginselen van behoorlijk bestuur).

Gemeentewet

Voor het hebben van voorwerpen onder, op of boven voor de openbare dienst bestemde gemeentegrond, kan precariobelasting worden geheven (artikel 228 Gemeentewet).

Overige wetten en regelgeving

Er is ook andere regelgeving die bepaalde aspecten van reclames regelt, zoals de Woningwet, de (nieuwe) Wet ruimtelijke ordening, de Wet milieubeheer, de Monumentenwet en de provinciale verordening. Deze regelgeving reguleert aspecten van reclames met betrekking tot ruimtelijke ordening, bouwkundige constructie, monumentale en welstandsaspecten.

6. ALGEMENE UITGANGSPUNTEN

Eerst worden de algemene uitgangspunten van dit reclamebeleid geformuleerd. Vervolgens wordt een indeling gemaakt van de gemeente in verschillende gebieden. Tenslotte worden per gebied de uitgangspunten en welstandscriteria van het reclamebeleid vastgelegd. (hoofdstuk 7)

Algemene uitgangspunten.

Buitenreclame moet in de schaal en de sfeer van de omgeving passen, ermee in evenwicht zijn. De reclame-uiting moet daarnaast esthetisch aanvaardbaar zijn en moet bij voorkeur een toegevoegde waarde hebben voor de openbare ruimte en/of het dorpsgezicht. De doelstelling is dat bewoners en bezoekers Ameland ervaren als een aantrekkelijk eiland. Ameland is voor een groot publiek een verblijfsgebied, waarvan de ruimtelijke kwaliteit zeer belangrijk is.

Binnen het reclamebeleid van de gemeente Ameland worden de volgende algemene uitgangspunten gehanteerd:

- reclame-uitingen zijn alleen aanvaardbaar als zij een directe relatie hebben met de gekozen situering; uitzonderingen hierop zijn de reclames aanabri's, lichtmasten, sandwichborden en overige mogelijk door de gemeente te plaatsen reamedisplays;
- de reclame-uiting zelf vraagt om een zorgvuldige vormgeving en een goede integratie in de gebouwde context;
- afmetingen en kleur moeten afgestemd zijn op het karakter van de directe omgeving;
- afmetingen moeten niet groter zijn dan voor een goede leesbaarheid voor die situering noodzakelijk is;
- reclame-uitingen moeten, qua afmetingen en plaatsing, op de gevelopzet afgestemd worden;
- de in deze nota te noemen maximum maten moeten in dit licht bezien worden, waarbij zich situaties kunnen voordoen waarbij ook deze maximummaten het welstandsaspect nog te zeer zullen verstoren dan wel ontoereikend zijn;
- het toepassen van losse letters en het aanlichten van reclameteksten verdient de voorkeur. Lichtbakken zijn alleen toegestaan in uitzonderlijke of bijzondere gevallen.
- knipperende lichtreclame of wisselende reclametekst zijn slechts toegestaan in zeer uitzonderlijke of bijzondere situaties;
- merkreclames zijn alleen toelaatbaar als het bedrijf dealer is van één of meerdere producten; dit is om een wildgroei aan reclametekens te voorkomen;
- billboards (zeer grote reclameborden) zijn niet toegestaan;
- uitstalling van reclameborden en/of winkelrekken (geplaatst tijdens winkelopeningstijden) is in beginsel toegestaan. Plaatsing op openbaar gebied is niet toegestaan. Reclameborden mogen niet gevaarlijk, hinderlijk en belemmerend zijn voor hulpverleningsvoertuigen, ander verkeer en/of het winkelend publiek. Voorts mogen ze geen te rommelig straatbeeld veroorzaken.

Vlaggenmasten, vlaggen en spandoeken

- Vlaggenmasten hoger dan 6 meter moeten zoveel mogelijk beperkt worden.
- In beginsel is niet meer dan één vlaggenmast toegestaan per bedrijf of perceel. Afhankelijk van de massa, structuur, maat en schaal en omgeving kan meer dan één mast worden toegestaan.

Meer dan twee vlaggen per bedrijf wordt in het algemeen niet wenselijk geacht met uitzondering van grote bedrijven waar afhankelijk van de massa, structuur, maat en schaal en omgeving er eventueel meerdere geplaatst kunnen worden. Bij kleinschalige bedrijven kan het aanbrengen van vlaggen geheel onwenselijk zijn. Bij vestiging van meer dan één bedrijf in een gebouw of op een perceel wordt maatwerk toegepast, met inachtneming van het doel en de uitgangspunten van dit reclamebeleid.

- In het beschermde dorpsgezicht en bij monumenten mag niet meer dan één vlaggenmast geplaatst te worden met een maximale hoogte van 6 meter.
- Spandoeken met handelsreclame op gevels of over de weg zijn niet toegestaan.
- De Amelander vlag of de nationale vlag is in beginsel toegestaan mits niet overmatig toegepast.

Reclame en verlichting

Met betrekking tot verlichting van reclame of het aanlichten van reclame e.d. wordt aangesloten bij het "Beleidsplan Openbare Verlichting". De daarin genoemde uitgangspunten en overwegingen worden meegenomen bij de beoordeling van de te plaatsen reclame met bijbehorende verlichting. Openbare verlichting in combinatie met reclameverlichting heeft invloed op de sociale- en verkeersveiligheid, de leefbaarheid, duurzaamheid en donkertebeheer en lichtreductie. Per gebied worden de genoemde punten verschillend ingevuld. Verlichting van een natuurgebied is wezenlijk anders dan een centrumgebied. Maar het is duidelijk dat het niet altijd nodig en wenselijk is dat er continu reclameverlichting c.q. reclame die verlicht wordt aanstaat. Per gebied wordt daarom aangegeven of reclame wel verlicht moet worden en als dit het geval is wanneer deze verlichting brandt. Indien dit niet per gebied staat aangegeven dan wordt per geval gekeken wat redelijk en wenselijk is met betrekking tot reclameverlichting en de eventuele bijbehorende branduren.

7. GEBIEDSINDELING BIJ PERMANENTE RECLAME-UITINGEN

Op het terrein van reclame-uitingen kunnen aan bijvoorbeeld een bedrijfsterrein andere eisen worden gesteld dan aan een woongebied, en aan het buitengebied andere eisen dan aan een winkelstraat.

Om die reden is het zinvol om een splitsing aan te brengen naar soort gebied en bestemming binnen de gemeente.

De volgende gebiedsindelingen en bestemmingen worden gehanteerd:

1. winkel- en horecagebieden;
2. bedrijventerreinen (verkooppunten van motorbrandstof inbegrepen);
3. woongebieden;
4. buitengebied;
5. beschermd dorpsgezicht; aandachtsgebieden cultuurhistorie;
6. recreatiegebieden;
7. sportaccommodaties en sportcomplexen;
8. natuurgebieden;
9. openbare ruimte (algemeen).

De gebiedsindelingen en bestemmingen zijn gerelateerd aan de diverse bestemmingsplannen, de Structuurvisie Ameland, de Welstandsnota en andere relevante beleidsnota's van de gemeente. Bij de gebieden kunnen verschillende bestemmingen aanwezig zijn. In dit soort gevallen wordt in eerste instantie specifiek gekeken naar de hoofdfunctie van het gebied.

Het aanbrengen van reclames in de openbare ruimte (al dan niet verrijdbaar) is niet toegestaan. Een uitzondering kan gemaakt worden voor losstaande reclameborden die tijdens winkelopeningstijden voor de winkel worden geplaatst. Dit soort reclame wordt per geval en situatie bekeken met als uitgangspunt dat de reclame geplaatst wordt op eigen terrein maar bij een uitzonderlijke situatie kan hiervan afgeweken worden.

Voor tijdelijke reclames wordt verwezen naar hoofdstuk 8.

Naast de algemene uitgangspunten gelden per gebied de volgende criteria. Deze criteria worden gehanteerd bij de toetsing van aanvragen.

1 Winkel- en horecagebieden.

Een reclame-uiting aan de voorgevel, zijgevel of achtergevel voldoet in ieder geval aan redelijke eisen van welstand als aan onderstaande criteria wordt voldaan:

- er wordt geen reclame aangebracht aan c.q. op bouwlagen met een woonbestemming of bouwlagen met een bedrijfsbestemming zonder publieksfunctie;
- geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;

- geen reclame-uitingen die het uitzicht op de openbare ruimte of het open landschap ernstig belemmeren;
- aan de voorgevel: maximaal 3 m² per 10 m¹ gevelbreedte; maximale hoogte 0,75 m¹ indien haaks op de gevel, maximaal 0,8 m²; maximum uitsteek (incl. constructie) 75 cm;
- aan de voorgevel: indien er (nog) samenhang en ritmiek aanwezig is in het straatbeeld, mag dit niet door een reclame-uiting worden verstoord;
- reclame-uitingen waar mogelijk integreren in de architectuur en beperken tot het hoogst noodzakelijke;
- geen lichtcouranten, lichtobjecten;
- geen daglichtreflecterende reclame;
- vlaggen, vaandels of banieren zijn toegestaan. Bij meerdere exemplaren per gevel moeten de vlaggen, vaandels of banieren identiek zijn uitgevoerd. Per 3 meter gevel is één vlag, vaandel of banier toegestaan;
- vlaggenmasten zijn toegestaan met een hoogte van maximaal 6m. In beginsel niet meer dan twee vlaggenmasten per bedrijf of perceel. Afhankelijk van de massa, structuur, maat en schaal en omgeving kunnen meer dan twee vlaggenmasten geplaatst worden. Alle masten moeten dezelfde hoogte hebben; bij uitzonderlijke / specifieke situaties kan hiervan afgeweken worden.

2 Bedrijventerreinen.

Een reclame-uiting aan de voorgevel, zijgevel, achtergevel of vrijstaand op het eigen terrein voldoet in ieder geval aan redelijke eisen van welstand als aan onderstaande criteria wordt voldaan:

- reclame-uitingen moeten voldoen aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen van de gebiedsgerichte welstandscriteria;
- geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaats vinden respectievelijk worden verkocht;
- alleen bedrijfsgebonden merkreclame, logo en/of naamsaanduiding;
- geen verwijlsreclame;
- de vorm, plaats en kleur moet worden afgestemd op de desbetreffende gevelopzet;
- bij nieuwbouw de reclame integreren in het ontwerp;
- reclame-uitingen moeten aan de gevel bevestigd worden en naar het bedrijventerrein gericht zijn, behoudens langs doorgaande wegen;
- geen mechanisch bewegende delen;
- geen lichtcouranten, lichtobjecten, lichtbakken;
- geen daglichtreflecterende reclame;
- in geval van reclame tegen de gevel:
 - maximale afmeting 5 % van de geveloppervlakte met een maximum van 5 m²;
 - maximale hoogte 1,75 m¹;
- in geval van vrijstaande reclame:
 - maximale afmeting 2 m²;
 - geplaatst bij de toegang van het bedrijf; zorgvuldige vormgeving en materiaaltoepassing;

- er is een uniform systeem voor bewegwijzering; afzonderlijke bewegwijzering is niet toegestaan.
- vlaggen, vaandels of banieren zijn toegestaan. Bij meerdere exemplaren per gevel moeten de vlaggen, vaandels of banieren identiek zijn uitgevoerd;
- vlaggenmasten zijn toegestaan. In beginsel niet meer dan twee vlaggenmasten per bedrijf of perceel. Afhankelijk van de massa, structuur, maat en schaal en omgeving kunnen meer dan twee vlaggenmasten geplaatst worden. Alle masten moeten dezelfde hoogte hebben; bij uitzonderlijke / specifieke situaties kan hiervan afgeweken worden.

Verkooppunten van motorbrandstoffen

Omdat de verkooppunten van motorbrandstoffen op of aan de rand van de bedrijventerreinen liggen, zijn deze in dit onderdeel genoemd. Maar ook voor de verkooppunten niet behorende bij een bedrijventerrein gelden de onderstaande criteria.

Voor benzinstations zijn aparte criteria opgesteld. De verkooppunten voor motorbrandstoffen hebben een eigen uitstraling. Vooral de luifel en de losse reclametekens evenals de product- en prijsaanduidingsborden zijn bijzondere objecten. Veelal bepaalt de brandstofleverancier de vorm van de reclame-uitingen. Gelet op de specifieke aard en het karakter van dit soort bouwwerken en gebouwen wordt volstaan met algemene criteria en worden geen maximale maten van reclame-uitingen aangegeven.

Een reclame-uiting aan de voorgevel, zijgevel, achtergevel of vrijstaand op het eigen terrein voldoet in ieder geval aan redelijke eisen van welstand als aan onderstaande criteria wordt voldaan:

- slechts bedrijfsgebonden merkreclame, logo en/of naamsaanduiding en interne spaaracties;
- geen verwijsreclame;
- lichtreclame is alleen toegestaan tegen de luifelrand, de pompeilanden en de pompshop;
- brandstofproducten- en prijsborden alleen inwendig zwak verlichten of zwak aanlichten. Oplichtende tekst en cijfers zijn niet toegestaan;
- de vormgeving, plaats en kleur moet worden afgestemd op de desbetreffende gevelopzet;
- maximaal 2 spandoeken voor acties aan / onder de luifel.
- vlaggen, vaandels of banieren zijn toegestaan. Bij meerdere exemplaren per gevel moeten de vlaggen, vaandels of banieren identiek zijn uitgevoerd. Maximaal 2 spandoeken voor acties zijn toegestaan;
- vlaggenmasten zijn toegestaan met een hoogte van maximaal 6m. In beginsel niet meer dan twee vlaggen masten per bedrijf of perceel. Afhankelijk van de massa, structuur, maat en schaal en omgeving kunnen meer dan twee vlaggenmasten geplaatst worden. Alle masten moeten dezelfde hoogte hebben; bij uitzonderlijke / specifieke situaties kan hiervan afgeweken worden.

3 Woongebieden.

In een gebied dat hoofdzakelijk is ingericht voor woondoeleinden passen geen reclame-uitingen. Er ontbreekt immers een relatie tussen het woonmilieu en reclame-uitingen. Er zijn echter twee uitzonderingssituaties:

- woningen met een beroep aan huis en praktijkruimte voor het uitoefenen van een vrij beroep zoals arts, architect of verzekeringsadviseur;
- bedrijfs- en horecabebouwing met een positieve bestemming in een woonomgeving.

Een reclame-uiting aan de voorgevel, zijgevel, achtergevel of vrijstaand op het eigen terrein voldoet in ieder geval aan redelijke eisen van welstand als aan onderstaande criteria wordt voldaan:

Voor beide situaties gelden de volgende algemene criteria:

- geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaats vinden respectievelijk worden verkocht;
- alleen bedrijfsgebonden merkreclame, logo en/of naamsaanduiding;
- geen verwijsreclame;
- de vorm, plaats en kleur moet worden afgestemd op de desbetreffende gevelopzet;
- bij nieuwbouw de reclame integreren in het ontwerp;
- alleen tot aan de eerste verdieping van het gebouw toegestaan c.q. de onderkant van de raamdorpels van de eerste verdieping;
- geen mechanisch bewegende delen;
- geen lichtcouranten, lichtobjecten, lichtbakken;
- geen daglichtreflecterende reclame.
- vlaggen, vaandels of banieren zijn toegestaan. Bij meerdere exemplaren per gevel moeten de vlaggen, vaandels of banieren identiek zijn uitgevoerd. Per 3 meter gevel is één vlag, vaandel of banier toegestaan;
- vlaggenmasten zijn toegestaan met een hoogte van maximaal 6m. In beginsel niet meer dan één vlaggenmast per bedrijf of perceel. Afhankelijk van de massa, structuur, maat en schaal en omgeving kunnen meer dan twee vlaggenmasten geplaatst worden. Alle masten moeten dezelfde hoogte hebben; bij uitzonderlijke / specifieke situaties kan hiervan afgeweken worden.

Specifieke criteria:

a. Woningen met praktijkruimte.

- tegen de gevel(s): maximale oppervlakte 0,50 m²;
- een beperkte aanlichting is toegestaan;
- geen lichtreclame;
- bevestiging tegen de gevel ter plaatse van de bedrijfstoegang;
- bij vrijstaand op het voorerf:
 - maximale oppervlakte 0,50 m²;
 - maximale hoogte 1,20 m¹;
- geen vlaggen met bedrijfsreclame;
- een bij de omgeving passende kleurstelling.

b. bedrijf- en horecabebouwing met een positieve bestemming:

- tegen de gevel(s): maximale oppervlakte 1,5 m² per 10 m² gevelbreedte;
- maximaal 50 % van de gevelbreedte mag worden benut;

- hoogte van de reclame-uiting maximaal 50 cm;
- een beperkte aanlichting is toegestaan;
- lichtreclame maximaal 0,60 m² groot; eventueel dubbelzijdig bij plaatsing haaks op de gevel; maximum uitsteek (incl. constructie) 75 cm;

bij vrijstaand op het voorerf:

- maximale oppervlakte 1 m²;
- maximale hoogte 1,20 m¹;
- een beperkte aanlichting is toegestaan;
- geen lichtreclame;
- een bij de omgeving passende kleurstelling;
- logisch geplaatst ten opzichte van de toegang van het bedrijf.

4 Buitengebied.

Een reclame-uiting aan de voorgevel, zijgevel, achtergevel of vrijstaand op het eigen terrein voldoet in ieder geval aan redelijke eisen van welstand als aan onderstaande criteria wordt voldaan:

- geen reclame-uitingen (al dan niet verrijdbaar) toegestaan op onbebouwde percelen, behoudens kleine bordjes, maximaal 0,20 m² groot, met gewesaanduiding;
- geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- alleen bedrijfsgebonden merkreclame, logo en/of naamsaanduiding;
- geen verwijsreclame;
- de vorm, plaats en kleur moeten worden afgestemd op de desbetreffende gevelopzet;
- bij nieuwbouw de reclame integreren in het ontwerp;
- geen lichtreclame;
- maximaal 1 naamsaanduiding; maximaal 3 % van het geveloppervlak; maximaal 2,5 m²;
- bij vrijstaand op het voorerf: maximale oppervlakte 1 m²;
- maximale breedte 2 m¹; maximale hoogte 1,5 m¹ boven maaiveld;
- maximaal 2 objecten per terrein
- logisch geplaatst ten opzichte van de toegang van het bedrijf;
- vlaggen, vaandels of banieren zijn toegestaan. Bij meerdere exemplaren per gevel moeten de vlaggen, vaandels of banieren identiek zijn uitgevoerd. Per 3 meter gevel is één vlag, vaandel of banier toegestaan;
- vlaggenmasten zijn toegestaan. In beginsel niet meer dan twee vlaggenmasten per bedrijf of perceel. Afhankelijk van de massa, structuur, maat en schaal en omgeving kunnen meer dan twee vlaggenmasten geplaatst worden. Alle masten moeten dezelfde hoogte hebben; bij uitzonderlijke / specifieke situaties kan hiervan afgeweken worden.

5 Beschermd dorpsgezicht.

Bij welstandsbeoordeling is het volgende van belang:

Het vaststellen van een beschermd dorpsgezicht heeft het behoud van cultuurhistorische waarden van een dergelijk gebied ten doel. Om een harmonie met deze waarden te bereiken moeten reclame-uitingen in zijn algemeenheid gekenmerkt worden door een gebruik van traditionele

middelen, materialen, vormen en kleuren. Voorbeelden van traditionele middelen zijn het uithangbord en de belettering van kroonlijsten of luifels boven entree of etalagepartijen. Uiteraard is het van groot belang dat de reclameaanduiding op een harmonieuze manier is opgenomen in de architectuur van het pand of zelfs daartoe bijdraagt. Felle kleuren, grote ongelede vlakken met reclameboodschappen evenals lichtbakken zijn storend omdat zij onvoldoende passen in de traditionele karakteristiek. Het beperkt aanlichten van losse letters op een gevel of luifel biedt een goed alternatief voor lichtbakken.

Het voorgaande is in het beschermd dorpsgezicht van zwaarder gewicht bij welstandsbeoordeling dan de criteria die zijn genoemd onder 1) winkel- en horecagebieden en 4) woongebieden.

6 Recreatiegebieden.

Op recreatieterreinen c.q. -gebieden kunnen andere eisen worden gesteld aan reclame-uitingen dan aan bijvoorbeeld woongebieden. Wel liggen er vaak relaties met gebieden zoals natuurgebieden en buitengebieden. Met de criteria van deze gebieden moet in ieder geval rekening gehouden worden.

Bij welstandsbeoordeling is het volgende van belang:

Recreatieterreinen en -gebieden hebben als doel invulling geven aan toeristische toepassingen.

Reclame-uitingen in zijn algemeenheid spelen hierop in en kunnen gekenmerkt worden door een gebruik van uitbundigere middelen, materialen, vormen en kleuren toegespitst op het bedrijf of product. Felle kleuren, grote ongelede vlakken met reclameboodschappen hoeven niet direct storend te zijn.

Een reclame-uiting aan de voorgevel, zijgevel, achtergevel of vrijstaand op het eigen terrein voldoet in ieder geval aan redelijke eisen van welstand als aan onderstaande criteria wordt voldaan:

- geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand of op het bedrijf plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- alleen bedrijfsgebonden merkreclame, logo en/of naamsaanduiding;
- de vorm, plaats en kleur moet worden afgestemd op de desbetreffende gevelopzet;
- bij nieuwbouw de reclame integreren in het ontwerp;
- geen mechanisch bewegende delen;
- geen lichtbakken;
- geen daglichtreflecterende reclame;
- in geval van reclame tegen de gevel:
 - maximale afmeting 10 m² per geveloppervlakte in een goede samenhang met de gevelarchitectuur;
 - maximale hoogte 2 m¹;
- in geval van vrijstaande reclame:
 - maximale afmeting 5 m²;
 - maximale hoogte: 3 m¹;
 - geplaatst bij toegang van bedrijf; zorgvuldige vormgeving en materiaaltoepassing;

- vlaggen, vaandels of banieren zijn toegestaan. Bij meerdere exemplaren per gevel moeten de vlaggen, vaandels of banieren identiek zijn uitgevoerd. Per 3 meter gevel is één vlag, vaandel of banier toegestaan;
- vlaggenmasten zijn toegestaan. In beginsel niet meer dan twee vlaggenmasten per bedrijf of perceel. Afhankelijk van de massa, structuur, maat en schaal en omgeving kunnen meer dan twee vlaggenmasten geplaatst worden. Alle masten moeten dezelfde hoogte hebben; bij uitzonderlijke / specifieke situaties kan hiervan afgeweken worden.

7 Sportaccommodaties en sportcomplexen.

Ten aanzien van het hoofdgebouw van de sportlocatie gelden de volgende regels:

Maximaal één reclame-uiting aan de gevel boven of bij de hoofdentree;

Enkelzijdige reclame-uitingen plat aan de gevel kennen een maximumhoogte van 0,5 meter en zijn maximaal 2 meter breed;

Dubbelzijdige reclameborden zijn toegestaan loodrecht op de gevel met een maximale dikte van 0,3 meter. De maximale hoogte bedraagt 1 meter bij een breedte van maximaal 1 meter (inclusief bevestigingsconstructie);

Vlaggen, vaandels of banieren zijn toegestaan. Bij meerdere exemplaren per gevel moeten de vlaggen, vaandels of banieren identiek zijn uitgevoerd. Per 3 meter gevel is één vlag, vaandel of banier toegestaan;

Vlaggenmasten zijn toegestaan. In beginsel niet meer dan twee vlaggenmasten, afhankelijk van de massa, structuur, maat en schaal en omgeving kunnen meer dan twee vlaggenmasten geplaatst worden. Alle masten moeten dezelfde hoogte hebben; bij uitzonderlijke / specifieke situaties kan hiervan afgeweken worden.

Reclameborden langs sportvelden moeten gericht zijn op het veld.

8 Natuurgebieden.

In natuurgebieden moeten andere eisen worden gesteld aan reclame-uitingen. Wel liggen er vaak relaties met gebieden zoals recreatiegebieden en buitengebieden. Met de criteria van deze gebieden moet in ieder geval rekening gehouden worden.

In principe moeten reclame-uitingen zoveel mogelijk geweerd worden in natuurgebieden. De natuurgebieden zijn vooral specifieke gebieden voor flora en fauna. Als reclame-uitingen toch geplaatst moeten worden dan moeten deze ondergeschikt zijn en absoluut niet verstorend met betrekking tot de waarden van deze gebieden.

9 Openbare ruimte

Algemeen

Een reclame-uiting in de openbare ruimte voldoet in ieder geval aan redelijke eisen van welstand als aan onderstaande criteria wordt voldaan:

- reclameborden zijn niet toegestaan op voor het openbaar verkeer openstaande wegen, ook niet als dit eigen terrein is, met uitzondering van terrassen en toegestane uitstallingen van ondernemers;

- reamedisplays in de vorm van sandwichborden of driehoeksborden mogen geen grotere omvang hebben dan 0,90 m breed en 1,25 m hoog; de onderkant min. 0,50 m boven het maaiveld;
- plattegrondborden (met reclame) te plaatsen bij invalswegen van dorpen mogen geen grotere omvang hebben dan 2,5 m²;
- reclame-uitingen aan abri's zijn niet toegestaan;
- openbare plakzuilen mogen geen grotere diameter krijgen dan 1,10 m en een maximale hoogte van 3,00 m;
- Voor alle hiervoor aangegeven reclame-uitingen geldt dat ze niet gevaarlijk, hinderlijk en belemmerend mogen zijn voor hulpverleningvoertuigen, ander verkeer en/of het winkelend publiek. Voorts mogen ze geen te rommelig straatbeeld veroorzaken;
- vlaggen, vaandels of banieren zijn toegestaan;
- vlaggenmasten zijn toegestaan met een hoogte van maximaal 6m.

Plakplaatsen en vrij afficheren

In het kader van de grondwettelijke vrijheid van meningsuiting is een gemeente verplicht ruimte beschikbaar te stellen voor het overbrengen van gedachten en meningen door middel van affichage. Op grond van rechterlijke uitspraken is een gemeente verplicht zogenoemde vrije plakplaatsen beschikbaar te stellen en wel 1 op de 10.000 inwoners. De gemeente Ameland voorziet hierin met de gemeentelijke informatieborden.

Op de informatieborden kunnen verenigingen, instellingen, een samenwerkingsvorm van ondernemers e.d. affiches plaatsen voor de evenementen of voorstellingen die ze organiseren. Maar ook affiches in het kader van de vrijheid van meningsuiting mogen hier geplaatst worden.

Op de informatieborden mogen in beginsel niet eerder dan één maand vóór het evenement of voorstelling de betreffende reclamemededeling worden aangebracht. Indien de aanwezige ruimte het toelaat kan dat eerder gebeuren. Het maximale formaat van de affiches is in beginsel A4 tenzij er ruimte is voor affiche(s) van maximaal A3-formaat.

8. TIJDELIJKE RECLAME

Reclame-uitingen voor evenementen.

Hierbij moet gedacht worden aan de bekendmaking van evenementen waarvoor tijdelijk borden worden geplaatst of spandoeken worden opgehangen. Dit soort borden en spandoeken worden bij de invalswegen van de betreffende dorpen geplaatst veelal op grond van particulieren maar ook in de openbare ruimte. Burgemeester en wethouders kunnen daartoe vergunning verlenen.

Vergunningen voor dit soort reclame-uitingen worden verleend onder de volgende voorwaarden:

- vergunningen worden in principe alleen afgegeven als er een evenementenvergunning is verleend;
- de maximale tijdsduur voor plaatsing van een aankondigingsbord of spandoek is 14 dagen vóór aanvang van het evenement; op de dag na het houden van het evenement moeten de aankondigingen worden verwijderd;
- de aankondigingen van de evenementen mogen uitsluitend langs de invalswegen net binnen of buiten de bebouwde kom worden geplaatst; maximaal 1 bord / spandoek per invalsweg;
- tijdelijke reclame-uitingen, niet geplaatst van gemeentewege, in de vorm van borden aan muren, schuttingen, trafohuisjes, bomen, kabelkasten, verkeerspalen of ander straatmeubilair zijn niet toegestaan;
- de afmeting van borden mag maximaal 244 x 122 m1 bedragen;
- de borden en spandoeken moeten deugdelijk worden bevestigd; ze mogen de verkeersveiligheid niet in gevaar brengen;
- de onderkant van spandoeken moet zich ten minste 4,50 m1 boven de rijweg bevinden;
- borden moeten zodanig worden aangebracht dat zij, vooral op kruispunten, het verkeer niet hinderen.

Uiteraard is het zogenaamde "wildplakken" op bomen, gevels etc. niet toegestaan.

Borden met 'Woning te koop'

Maximaal 0,5 m2.

Borden op bouwplaatsen

Deze worden toestaan zonder vergunning mits deze niet eerder dan een maand voor aanvang van de werkzaamheden worden geplaatst en uiterlijk een maand nadat het werk gereed is, worden verwijderd.

De objecten moeten op eigen terrein geplaatst worden. Indien het toch noodzakelijk is dat de objecten op gemeentegrond worden geplaatst dan moet hiervan melding worden gedaan aan de gemeente. De gemeente verleent wel of geen medewerking, een en ander afhankelijk van de situatie.

Spandoeken de scholen zijn weer begonnen

Met de gebruikelijke spandoeken mag kenbaar gemaakt worden dat de scholen weer zijn begonnen.

9. OVERGANGSBEPALINGEN

Uitsterfconstructie.

Bestaande reclame-uitingen die geplaatst zijn met de benodigde vergunningen en afwijken van het nieuwe beleid, worden gerespecteerd. Voor deze reclame-uitingen geldt een zogeheten 'uitsterfconstructie'. Dat wil zeggen dat de rechten van de vergunninghouders worden gerespecteerd en dat de bestaande, vergunde reclame-uitingen kunnen blijven hangen c.q. staan. Het nieuwe beleid is alleen van toepassing op nieuw aan te brengen reclame-uitingen. Wel kan de verbouwing van een pand, de wisseling van eigenaar/gebruiker of het vervangen van borden, bijvoorbeeld voor vernieuwing of voor de wijziging van huisstijl, aanleiding zijn om het nieuwe beleid toe te passen.

Deze uitsterfconstructie is niet van toepassing op reclame-uitingen, die zich in de gemeente bevinden zonder dat hiervoor een vergunning is verleend. Er is dus geen sprake van een gedoogsituatie van aanwezige illegale uitingen. Constatering van de aanwezigheid van dergelijke uitingen, ook na vaststelling van deze nota, is aanleiding om de gebruikelijke handhavingprocedure te volgen.

10. BEGRIPSBEPALINGEN

Aanduidingsbord:

een bord met daarop verwijzing naar bedrijven die in de nabije omgeving zijn gevestigd.

Aangelichte reclame:

reclame aangelicht door een kunstlichtbron, anders dan openbare verlichting

Dubbelzijdig reclamebord of -object:

gevelreclame in de vorm van een loodrecht op de gevel van een bouwwerk aangebracht verlicht of onverlicht voorwerp.

Enkelzijdig reclamebord of - object:

gevelreclame in de vorm van een plat tegen de gevel van een bouwwerk of tegen een luifel aangebracht verlicht of onverlicht voorwerp, of een daarmee overeenkomende reclame.

Evenementenborden:

reclames waarop informatie over evenementen wordt getoond.

Gevelreclame:

de reclame op of aan de gevel van een onroerende zaak (ook naamsduidingen).

Handelsreclame:

iedere openbare aanprijzing van zaken of diensten, of naamsaanduiding waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen.

Hoofdgebouw:

het gebouw waarin de hoofdentree is gesitueerd.

Lichtreclame:

reclame voorzien van een kunstlichtbron.

Makelaarsbord / Borden met woning te koop:

reclame ten behoeve van de verkoop of verhuur van een woning of ander pand, aangebracht tegen een ruit, over een gevelwand of op het erf.

Reclame:

het in het openbaar aanprijzen van of aandacht vestigen op diensten, goederen, activiteiten of namen met het kennelijke doel een commercieel belang te dienen.

Reclamebord:

Een door een ondernemer op eigen terrein of op de openbare weg geplaatst reclame-uiting in de vorm van een los of vast bord met een reclameopschrift, zoals bijvoorbeeld een driehoeksbord, een sandwichbord of een stoepbord.

Sandwichbord:

Een door een ondernemer op eigen terrein of op de openbare weg geplaatst los bord met een reclameopschrift.

Stoepbord:

een reclamebord niet vastgenageld aan de grond en doorgaans geplaatst in het openbaar gebied voor het pand.

Tijdelijke reclame:

borden of (span)doeken waarop reclame wordt gemaakt voor een bepaald (commercieel) evenement, opening van een bedrijf, verhuur of verkoop van onroerend goed of een bouwproject.

Verwijsborden:

borden met uitingen die uitsluitend zijn gericht op de vindbaarheid van objecten zoals musea, sportvoorzieningen, toeristische attracties, e.d. Zolang deze verwijsborden niet zijn voorzien van reclame-uitingen (daaronder vallen overigens ook namen van sponsors) is er geen sprake van reclame in de zin van deze nota. Is dat wel het geval, dan vallen verwijsborden onder het begrip reclame.

Vlag:

een vlag, wimpel, vaandel of banier, met het kennelijke doel om reclame te maken.