

De concept reclamenota “Bedrijven in Beeld” heeft gedurende 19 mei 2011 tot 3 juli 2011 ter inzage gelegen op grond van de inspraakverordening van de gemeente Den Helder. Tijdens deze periode zijn de volgende reacties ontvangen op het nieuwe beleid.

Bewonersvereniging Zwanenbalg Julianadorp

1. Aanstotelijk zijn de zeer grote reclameborden “huis te koop” van makelaars in de woonwijken. Wat is de normering hiervan?
2. Wat worden de afmetingen van reclameborden aan de huizen c.q. in de tuinen in de woonwijken van bijvoorbeeld aannemers en autorijscholen?
3. Onwenselijk zijn de driehoeksborden met reclame rond de bomen, lantaarnpalen en verkeersborden. Deze ontsieren het straatbeeld, bovendien kan het voor onveilige verkeerssituaties zorgen, daar automobilisten de reclame willen lezen;
4. Het beplakken van diverse kasten, borden en penhuisjes ed met affiches en andere reclamematerialen ontsieren het straatbeeld en geeft na regen een vervuiling van het openbaar groen. Dit is te handhaven door de desbetreffende organisatie er op aan te spreken en eventueel een boete op te leggen.

De heer Benneker

5. Er komen steeds meer reclameborden op lantaarnpalen te staan. Is dit toegestaan en wat zijn hier de regels voor?

Detailhandelsfederatie Den Helder

Algemene opmerkingen

6. De totstandkoming van deze (concept) nota had een beter voortraject verdiend. De duur tussen de opstart en de realisatie heeft te lang geduurd, terwijl er in de laatste fase van de totstandkoming beter gecommuniceerd had kunnen worden tussen de diverse belanghebbenden;
7. Het bevreemd de Federatie dat de reclamenota geheel onafhankelijk van de buitenruimteverordening wordt behandeld. Er staan een aantal tegenstrijdigheden ten opzichte van deze verordening in de nota vermeld;
8. Agevraagd wordt of het beeldkwaliteitsplan, wat de Federatie nog niet volledig bekend is, niet van te voren afstemming behoeft met belanghebbenden. Daar wordt de kwaliteit bepaald van de diverse uitingen om vervolgens in een of meerdere, liefst verordeningen te verwoorden.

Inhoudelijke opmerkingen

9. Wij willen u verzoeken om vanaf de eerste dag dat deze reclamenota is vastgesteld, te gaan handhaven in de gehele stad Den Helder en niet alleen in de binnenstad.
10. Wij verzoeken u om de overgangstermijnen voor reclame-uitingen aan te passen aan reguliere afschrijvingstermijnen die gelden voor inventaris (behoudens bij reclame die weinig kostbaar is in de aanschaf). Wij zouden graag zien dat reclame die al 5 jaar hangt en niet voldoet aan de nieuwe eisen, deze als eerste wordt verwijderd. Reclame die korter dan 5 jaar ergens hangt zou mogen blijven hangen tot de termijn van 5 jaar is verstreken. Een stimuleringsmaatregel zou ook op zijn plaats zijn om ondernemers te bewegen de reclame eerder te vervangen en/of te verwijderen. Wij denken aan:
 - een financiële vergoeding
 - hulp aanbieden bij het verwijderen en ophangen van reclame.
11. Wij willen u voorstellen om stoepborden (één per vastgestelde gevellengte) tot 1 meter uit de gevel toe te staan.
12. Wij stellen voor de hoogte van een reclame-uiting afhankelijk te maken van de oppervlakte van een gevel. In het huidige voorstel mag een reclame-uiting slechts 1 meter hoog zijn. Dit zou afhankelijk moeten zijn van de hoogte van de gevel (denk aan de diverse grote panden op het Ravelijncenter). De reclame dient immers wel te passen bij de betreffende gevel.
13. Wij willen verzoeken het reclamebeleid niet meer via vergunningen te regelen. Wij zijn van mening dat de reclamenota duidelijk genoeg is om na te gaan aan welke eisen voldaan moet worden. Verder heeft de gemeente de mogelijkheid om te handhaven. Een vergunningstelsel brengt onnodige vertraging en kosten met zich mee.
14. Wij verzoeken u de nieuwe reclamenota alleen van toepassing te laten zijn op openbare ruimtes en niet binnen de diverse winkelcentra die veelal op eigen terrein zijn gelegen. Onduidelijk is tevens of dit überhaupt kan worden verboden.

15. Het verbod op lichtreclames vinden wij te ver gaan. Wij zijn het met u eens dat er in het verleden diverse lichtreclames zijn aangebracht die geen "schoonheidsprijs" verdienen. Er zijn echter diverse mogelijkheden die wel zeer smaakvol zijn (denk aan de losse letters die per stuk zijn verlicht: Bart Smit in de binnenstad is een goed voorbeeld). Wij onderschrijven dat er kwaliteitseisen dienen te worden gesteld aan de invulling en vormgeving. Echter losse letters en logo's zouden als lichtreclame moeten worden toegestaan. Dit geeft een mooier beeld dan losse letters die afzonderlijk worden aangelicht.
16. Wij verzoeken u anders om te gaan met de kleuren waarin reclameobjecten mogen worden uitgevoerd. Wij zijn het met u eens dat fluorescerende- en flitsreclames weinig fraai zijn. Echter, een ondernemer moet wel vrij blijven om reclame te voeren in de eigen huisstijl. Dit betreft dan ook het toestaan van felle kleuren. Als deze passen binnen de huisstijl zou dat geen probleem mogen zijn.
17. Wij willen u verzoeken het aantal reclame-uitingen per gevel afhankelijk te maken van de oppervlakte van de gevel. Bij een oppervlakte van 8-10m² zijn 2 uitingen prima. Als de gevel groter is, is dat in de regel te weinig.
18. Indien een winkel 2 winkellagen heeft, moet het mogelijk zijn om ook op de verdieping reclame aan te brengen. Hier zou een oplossing kunnen worden gezocht in de hoeveelheid reclame ten opzichte van het oppervlakte van de totale gevel. Het spreekt voor zich dat hier duidelijke kwaliteitseisen aan moeten worden gesteld.
19. Wij verzoeken u soepeler om te gaan met het toestaan van vlaggenmasten. Hiermee doelen wij vooral op de terreinen die zich hiervoor lenen. Denk aan het terrein bij de Formido en het Ravelijncenter. Verder verzoeken wij u om banieren toe te staan in plaats van reclame die haaks op de gevel staat.
20. Wij vragen de gemeente terughoudend te zijn met het aangaan van (reclame) contracten met andere partijen met betrekking tot de algemene ruimte.
21. Tevens verzoeken wij u, onder voorwaarden, dichtgeplakte ramen toe te staan. Vanzelfsprekend dient aan bepaalde kwaliteitseisen te worden voldaan. Deze manier van beplakking gebeurt echter vaak op plaatsen waar magazijnen zichtbaar zijn. Het dichtplakken van deze ramen leidt tot een rustiger straatbeeld dan wanneer dit niet zou zijn dichtgeplakt.

Naar aanleiding van de ingediende zienswijze kan (puntsgewijs) het volgende worden opgemerkt.

1. Op grond van artikel 4:15, lid 2, sub ci van de (nieuwe) Algemene plaatselijke verordening geldt dat opschriften en aankondigingen betrekking hebbend op openbare verkoping, aanbiedingen ter verkoop, verhuur of verpachting van een onroerende zaak, voor zolang zij feitelijk betekenis, vergunningsvrij geplaatst mogen worden, mits deze opschriften en aankondigingen gezamenlijk geen grotere oppervlakte hebben dan 0,5 m² en geen van alle een grotere afmeting in een richting hebben dan 1 meter en mits deze opschriften zijn aangebracht op of aan het onroerende goed(gebouwen maar ook grond). De reclamenota staat geen grotere afmetingen toe.
2. Op grond van artikel 4:15, lid 2, sub cii van de (nieuwe) Algemene plaatselijke verordening geldt dat opschriften en aankondigingen betrekking hebbend op het beroep, de dienst, of het bedrijf dat in of op het onroerende zaak wordt uitgeoefend of waarvoor die zaak is bestemd, zomede op naamborden, vergunningsvrij geplaatst mogen worden, mits (ook) deze opschriften en aankondigingen gezamenlijk geen grotere oppervlakte hebben dan 0,5 m² en geen van alle een grotere afmeting in een richting hebben dan 1 meter en mits deze opschriften zijn aangebracht op of aan het onroerende goed. Ook hier staat de reclamenota geen grotere afmetingen ten aanzien van reclame-uitingen voor beroep- en/of bedrijven aan huis. Voor bedrijfsbebouwing met een positieve bestemming in een woonomgeving gelden andere voorwaarden. Deze zijn opgenomen in bijlage 8, onder gebiedsgerichte richtlijnen voor reclame in woongebieden.
3. In bijlage 10 van de nota staan richtlijnen voor zelfstandig vaste reclameobjecten. Hieronder vallen ook de driehoeksborden. Driehoeksborden voorzien in een duidelijke behoefte en voorkomen of vormen een goed alternatief voor wildplakken. Ook het plaatsen van deze borden is aan regels gebonden. Slechts één partij krijgt de gelegenheid om deze borden te plaatsen. Hierbij kan een keuze worden gemaakt tussen driehoeksborden of sandwichborden. Tot op heden heeft de firma Voogd Promotions in Den Helder de plaatsing van driehoeks reclameborden verzorgd. Tot en met 31 december 2001 hadden zij hiervoor een ontheffing, daarna is dit zonder de benodigde vergunning door Voogd Promotions voortgezet. De Gemeente Den Helder heeft hier tot nu niet tegen opgetreden. Inmiddels ligt er een nieuwe

reclamenota. In deze reclamenota is ook het beleid ten aanzien van het plaatsen van driehoeksborden opgenomen. Omdat er op dit moment geen vergunning is verleend voor het plaatsen van driehoeksborden zullen wij het plaatsen hiervan middels een aanbesteding op de markt zetten.

4. Op grond van artikel 2:42 (plakken en kladden) van de Apv is het verboden:
 1. een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf die plaats zichtbaar is te bekrassen of te bekladden.
 2. zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende op een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf die plaats zichtbaar is:
 - a. een aanplakbiljet of ander geschrift, afbeelding of aanduiding aan te plakken, te doen aanplakken, op andere wijze aan te brengen of te doen aanbrengen;
 - b. met kalk, krijt, teer of een kleur of verfstof een afbeelding, letter, cijfer of teken aan te brengen of te doen aanbrengen.

Echter alleen bij een constatering op het moment zelf is het mogelijk een boete te geven aan de overtreder. Dit op heterdaad betrapten komt zelden voor. Als gevolg hiervan worden deze boetes zelden opgelegd. Het aanspreken van de organisatie van bijvoorbeeld een evenement waarvoor reclame wordt gemaakt is niet mogelijk, omdat niet kan worden bewezen dat zij opdracht hebben gegeven voor het plakken.

5. Zie onder punt 3.
6. In 2008 is van start gegaan met de evaluatie van het destijds geldende reclamebordenbeleid. Hiervoor zijn onder andere de ondernemersverenigingen gevraagd hun mening te geven over het huidige beleid. Deze evaluatie heeft geresulteerd in een aantal bevindingen (zie paragraaf 1.4 van de nota) welke vervolgens zijn verwerkt bij het opstellen van onderliggend nieuwe beleid. Helaas heeft het opstellen van het nieuwe beleid om diverse redenen vertraging opgelopen. Dit wil echter niet zeggen dat het beleid zonder participatie van de belanghebbenden tot stand is gekomen. Door de nota overeenkomstig de inspraakverordening voor vaststelling nog ter inzage te leggen wordt aan de belanghebbende nog in het laatste traject de gelegenheid gegeven om hun zienswijze hierop te geven.
7. Op 4 juli 2011 heeft de Raad de nieuwe Algemene plaatselijke verordening vastgesteld. Met deze wijziging van de APV wordt het college de mogelijkheid geboden om nadere regels vast te stellen ten aanzien van bijvoorbeeld uitstallingen. Ten aanzien van reclame geldt op grond van artikel 4:15 een verbodsbepaling voor het (laten) maken van reclame zonder de benodigde vergunning. Met de vaststelling van de onderhavige reclamenota komen de bepalingen in de buitenruimteverordening voor zover deze betrekking hebben op reclame, te vervallen.
8. De voorgestelde beeldkwaliteit voor de Binnenstad is opgenomen in het Uitwerkingsplan Stadshart. Per abuis is in het concept gesproken over een beeldkwaliteitsplan dat nog moet worden opgesteld. Overigens heeft een beeldkwaliteitsplan ten aanzien van de kwaliteit pas juridische status op het moment dat het beeldkwaliteitsplan door vaststelling door de Raad als onderdeel wordt aangemerkt van de welstandsnota. De onderhavige reclamenota maakt ook onderdeel uit van de welstandsnota.
9. Zoals blijkt uit de "Strategische visie 2020" wil Den Helder een gemeente zijn met goede en diverse werkmilieus, plezierige en veilige woonmilieus, een breed en kwalitatief goed voorzieningenniveau, een aantrekkelijk en levendig stadshart en een adequate infrastructuur. Daarvoor is het noodzakelijk dat democratisch geformuleerde spelregels worden nageleefd. Dit houdt tevens in dat de gemeente zijn verantwoordelijkheid als bevoegd gezag binnen de vastgestelde grenzen neemt, om inwoners en bedrijven bij het niet naleven van deze regels hierop aan te spreken. Na vaststelling door de Raad van de reclamenota zal zoals is toegezegd tijdens de informatiebijeenkomst op 7 juni 2011 iedere ondernemer in Den Helder geïnformeerd worden over het nieuwe reclamebeleid. Hierbij zal tevens worden verzocht om indien nog geen vergunning is aangevraagd voor de eventueel geplaatste reclame-uiting(en) alsnog een vergunning aan te vragen voor zover er geen sprake is van vergunningsvrije reclame-uitingen. Indien de aanvraag voldoet aan de vastgestelde richtlijnen zal vergunning worden verleend. Het college stelt in zijn handhavingssuitvoeringsprogramma jaarlijks haar prioriteiten in de handhavingswerkzaamheden vast. Naar verwachting zal het college bij niet naleving van de regels gelet op de genoemde strategische visie in eerste instantie prioriteit geven aan het Stadshart om deze aantrekkelijk en levendig te maken. Dit sluit niet uit dat elders in de gemeente niet wordt opgetreden tegen reclame-uitingen die in strijd zijn met de regels.

10. Door de Federatie wordt voorgesteld de overgangregeling te laten aansluiten bij de afschrijvingstermijn van aangeschafte reclame-uitingen. Hierbij wordt ook gesteld dat reclame die weinig kost in aanschaf hier niet onder valt. Niet bekend is wanneer er volgens de Federatie sprake is van een weinig kostbare reclame-uiting. Op grond van de jurisprudentie moet in het kader van handhaving te allen tijde sprake zijn van een overgangstermijn die redelijk is. Zo blijkt dat het niet aanvaardbaar is om gelijke overgangstermijnen te hanteren in situaties waarbij de periode dat een illegale situatie aanwezig is verschilt. Hoe langer en illegale situatie aanwezig is hoe langer de termijn moet worden gegund om aan de illegale situatie een einde te maken. Het voorstel van de Federatie is gelet op het redelijkheidsbeginsel niet mogelijk.
Ten aanzien van het voorstel om een stimuleringsregeling in het leven te roepen wordt medegedeeld dat voor de Binnenstad al een dergelijke regeling aanwezig is. Deze regeling in de Binnenstad is voor het opknappen van de gevel. Reclame maakt onderdeel uit van de gevel en kan dus door een ondernemer meegenomen worden bij een aanspraak op de regeling. Daarbij komt dat een enkele gemeente in Nederland bij de vaststelling van nieuw reclamebeleid een dergelijke stimuleringsregeling in het leven roept, alleen vaak kunnen maar enkele "snelle" ondernemers hiervan gebruik maken en dan heeft de rest het nakijken.
11. De Federatie wenst stoepborden (een per vastgestelde gevallengte) tot 1 meter uit de gevel toe te staan. Helaas wordt niet aangevuld waarom zij dit graag willen. Op dit moment (voor vaststelling van de reclamenota) wordt slechts in de Binnenstad uitdrukkelijk het plaatsen van stoepborden geregeld en beperkt tot een stoepbord. Zoals gezegd komt de buitenruimteverordening met de vaststelling van deze reclamenota ten aanzien van de bepalingen over reclame te vervallen. Een veelheid aan stoepborden in het straatbeeld geeft een onrustig beeld. Gelet op de mogelijkheid die wordt geboden om uitstallingen te plaatsen hetgeen ook het straatbeeld onrustiger maakt, wordt de nota in die zin gewijzigd dat slechts 1 stoepbord aanvaardbaar is, mits deze voldoet aan de voorwaarden die aan het bord worden gesteld (afmeting, vormgeving en kleurstelling). Dit geldt eveneens voor Willemsoord en voor woongebieden. In de richtlijnen voor bedrijventerreinen staan regels voor vrijstaande reclame-uitingen, deze worden niet aangepast. Voor de winkelgebieden (anders dan bedrijventerreinen en de Binnenstad) geldt dat per bedrijf 1 stoepbord mag worden geplaatst binnen 1 meter vanaf de gevel van het winkelpand.
12. De Federatie stelt voor de hoogte van een reclame-uiting afhankelijk te maken van de oppervlakte (later hoogte genoemd) van de gevel. Gewezen wordt naar het huidige voorstel waar reclame-uitingen slechts 1 meter hoog zouden mogen zijn. Aangezien specifiek wordt gewezen op de 1 meter en die alleen geldt voor bedrijventerreinen, wordt aangenomen dat de Federatie instemt met de hoogte van reclame-uitingen die is toegestaan in andere gebieden. De richtlijnen voor bedrijventerreinen ten opzichte van het (huidige) reclamebeleid is al op dit punt verruimd. De hoogte van gevelreclame evenwijdig aan de gevel bedraagt nu 1 meter en was slechts 0,75 meter. Wij ontkomen er niet aan om op bepaalde onderdelen een bepaald abstractieniveau te hanteren. Er is immers een grote verscheidenheid aan panden op een bedrijventerrein, elk met een eigen architectuur en specifieke kenmerken. De criteria kunnen niet zo concreet worden geformuleerd dat ze voor elk pand een oplossing op maat bieden. Dit is ook niet de bedoeling. In de reclamenota staan richtlijnen en hieraan wordt een maximale maatgeving verbonden. Echter de richtlijnen zijn ook zodanig geformuleerd dat wanneer een reclame-uiting wordt aangevraagd welke voldoet aan de vormgevingsrichtlijnen en de algemene richtlijnen, maar groter is dan de genoemde 1 meter, de commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit (danwel het college) kan en mag afwijken van deze richtlijn. Deze afwijkingsbevoegdheid staat expliciet vermeld in de welstandsnota van onze gemeente. Uitzonderingen daar gelaten blijkt echter dat een reclame-uiting met een hoogte van meer dan 1 meter merendeel niet voldoet aan de vormgevingsrichtlijnen. Gelet hierop is de maximale hoogte op 1 meter gesteld.
13. De genoemde richtlijnen in de reclamenota zijn niet dusdanig geformuleerd dat ze voor elk pand een oplossing op maat bieden. Door het in stand laten van de vergunningsplicht houdt het bestuur de regie over de uitstraling van de stad en kan zij voor bepaalde gebieden strengere eisen stellen als voor andere delen in de stad. Een van de doelstellingen van het bestuur is het bewoners- en ondernemersklimaat te verbeteren. Dit wil zij onder andere realiseren door de binnenstad kwalitatief op te waarderen. Voor dit gebied heeft het bestuur strengere eisen gesteld in vergelijking met de reguliere winkelgebieden. Deregulering heeft plaats gevonden door de vergunningsplicht op grond van de APV af te schaffen, wanneer voor dezelfde reclame-uiting een omgevingsvergunning noodzakelijk is voor de activiteit Bouwen.

Door deze richting in te slaan wordt tegemoet gekomen aan de wensen van het bestuur en de ondernemers. Door niet de vergunningsplicht in zijn geheel af te schaffen houdt men de regie in handen en is geen sprake van alleen handhaving achteraf. De ondernemers weten waar zij aan toe zijn.

14. Reclame-uitingen kunnen worden geplaatst op, aan of boven een weg en op eigen (particulier) terrein (onroerende zaak).

Volgens de begripsomschrijvingen van de Apv wordt onder weg verstaan:

- de weg, als bedoeld in artikel 1, eerste lid, onder b, van de Wegenverkeerswet 1994, alsmede de daaraan liggende en als zodanig aangeduide parkeerterreinen;
- de –al dan niet met enige beperking- voor het publiek toegankelijke pleinen en open plaatsen, parken, plantsoenen, speelweiden, bossen en andere natuurterreinen, ijsvlakten en aanlegplaatsen voor vaartuigen.
- de voor publiek toegankelijke stoepen, trappen, gangen, die uitsluitend tot voor bewoning in gebruik zijnde ruimte toegang geven en niet afsluitbaar zijn;
- andere voor het publiek toegankelijke, al dan niet afsluitbare stoepen, trappen, portieken, gangen, passages e.d.; de afsluitbare alleen gedurende de tijd dat zij niet door of vanwege degenen die daartoe naar burgerlijk recht bevoegd is, zijn afgesloten.

Het begrip “weg” omvat dus méér dan alleen gemeente-, en/of provinciale-, en/of rijksground. Ook particulier voor publiek toegankelijk terrein valt daaronder, dus ook de winkelcentrums. In de Apv is een verbodsbepaling opgenomen ten aanzien van het (laten) maken/voeren van reclame, winkelcentra zijn hiervan niet uitgesloten. Gelet hierop is de reclamenota ook van toepassing in de winkelcentra.

15. Gesteld wordt dat er een verbod komt ten aanzien van lichtreclame. Dit is niet geheel juist. Alleen op Willemsoord wordt lichtreclame verboden. In alle gebieden zijn lichtbakken, lichtcouranten en lichtreclame met veranderlijk of knipperend licht verboden. Het betreft hier overigens een voortzetting van de het (huidige) reclamebeleid, dit is nu/was toen ook al verboden. Zoals al is aangegeven tijdens de voorlichtingsbijeenkomst op 7 juni 2011 is het wel toegestaan (m.u.v. Willemsoord) om losse letters van binnenuit te verlichten, dit geldt eveneens voor logo's mits deze zijn beperkt in omvang. Het voorbeeld dat is genoemd van Bart Smit in de Binnenstad werd hierbij tijdens de informatiebijeenkomst ook al door het college als voorbeeld genoemd wat wel mogelijk/aanvaardbaar was.
16. Doelstelling van het reclamebeleid is om de reclame-uitingen te reguleren ter bescherming van het uiterlijk en de uitstraling van de gemeente Den Helder, de verkeersveiligheid en overlast van derden. Door het plaatsen van een reclame-uiting in felle kleuren schreeuwt de ondernemer om de aandacht van de consument. Dit gaat ten koste van het uiterlijk en de uitstraling van het pand, maar ook van zijn omgeving. Juist om dit te reguleren zijn er voorschriften ten aanzien van de vormgeving en de kleurstelling opgenomen. Zoals gezegd wil de gemeente goede en diverse werkmilieus, plezierige en veilige woonmilieus, een breed en kwalitatief goed voorzieningenniveau, een aantrekkelijk en levendig stadshart en een adequate infrastructuur. De uitstraling van de gemeente staat dus voorop. Aan het verzoek van de Federatie wordt gelet hierop geen medewerking verleend, in zoverre dat de huisstijl op aanvaardbaarheid wordt beoordeeld door de CRK.
17. Niet wordt genoemd voor welk gebied dit verzoek geldt. Gezien in de richtlijnen alleen in de gebieden “winkelgebied” en “Binnenstad” een maximum aantal geldt van 2 reclame-uitingen per gevel (in de Binnenstad enkel de gevel met een voor publiek toegankelijke entree), wordt aangenomen dat het verzoek geldt voor deze twee gebieden.
- Door het toestaan van meer reclame-uitingen per gevel ontstaat (mogelijk) een drukker straatbeeld, hetgeen ongewenst is. Reclame dient ingetogen te zijn en moet passen bij de architectuur van het pand. In de richtlijnen is al rekening gehouden met de verscheidenheid aan panden met bijbehorende oppervlakte. De maatvoering van reclame-uitingen is afhankelijk gesteld van de breedte van de gevel. Aanpassing van de (concept) nota is gelet op de negatieve gevolgen die dat kan hebben op het straatbeeld niet gewenst.
18. Om de karakteristiek van een gevel tot zijn recht te laten komen en een rustig straatbeeld te creëren is in de richtlijnen bepaald dat reclames evenwijdig aan de gevel gecentreerd moeten worden aangebracht op de borstwering van de eerste verdieping, niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping. Hierdoor ontstaat ook een logische relatie tussen de commerciële (de reclame-uiting) en het bedrijf. Tevens wordt de overlast ingedampt voor eventuele woningen boven de winkel. Overigens geldt in de Binnenstad dat reclame in zone 3 (boven de onderzijde van de raamdorpels van de eerste verdieping)

uitzondering kan worden gemaakt voor panden aan de Beatrixstraat gelet op de grote van de gevels van de panden.

19. Deze zienswijze is tweeledig. Ten aanzien van het verzoek om soepeler om te gaan met het toestaan van vlaggenmasten, waarbij wordt bedoeld op de terreinen die zich hiervoor lenen zoals het Ravelijncenter en bij Formido, wordt aangegeven dat voor het plaatsen van vlaggenmasten al ruimte is gegeven. Gelet op het aanzien en de uitstraling van de gemeente en ter voorkoming van een druk beeld is hierbij een beperking gegeven van 3 masten voor zover dit het geldende bestemmingsplan toestaat. Tevens is aangegeven dat bedrijven ook samen voor het totale bedrijventerrein een overzichtplan kunnen maken dat door de gemeente en de commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit wordt beoordeeld. Wanneer wordt voldaan aan de algemene richtlijnen en de vormgevingsrichtlijnen kunnen zij afwijken van het maximale aantal van 3 masten per bedrijf. Als voorbeeld wordt hiervoor verwezen naar het ravelijncenter waar dit ook in het verleden is gebeurt. Naast reclamevlaggenmasten per bedrijf staan hier ook vlaggenmasten met hierop de naamsaanduiding van het terrein “Ravelijncenter”.

Ten aanzien van het verzoek om banieren toe te staan in plaats van reclame die haaks op de gevel staat, hier is wederom niet gesteld welk gebied het betreft. Omdat in de Binnenstad banieren aan de gevel niet zijn toegestaan, wordt aangenomen dat hier het gebied Binnenstad wordt bedoeld. Doelstelling van de richtlijnen die zijn opgesteld voor de Binnenstad is het oude karakter van de stad te herstellen. Voorwaarde voor de hele binnenstad is dat de reclame moet passen en aansluiten bij de architectuur van het pand, waardoor het wordt geïntegreerd in het gevelbeeld. Gevolg is dat de samenhang en de ritmiek van de straatwand door de reclame niet wordt verstoord. Wanneer in plaats van reclame haaks op de gevel banieren worden toegestaan wordt de samenhang en de ritmiek welke wordt beoogd met de richtlijnen verstoord, hetgeen niet gewenst is.

20. De gemeente is met slechts een paar andere partijen contracten aangegaan met betrekking tot reclame in de openbare ruimte. De gemeente staat met respect voor de openbare ruimte, reclame in dit gebied toe.
21. Het dichtplakken van ramen op de begane grond danwel op verdiepingen van panden met reclame-uitingen, is niet toegestaan. Dit veroorzaakt een armoedig straatbeeld. Hierbij wordt opgemerkt dat het dichtplakken van ramen niet altijd een reclame-uiting is. Echter ook indien er geen reclame-uiting is aangebracht gelden de redelijke eisen van welstand, echter dit staat los van deze reclamenota. Wanneer er sprake is van een welstandsexces heeft het college de bevoegdheid om hiertegen handhavend op te treden.