

2.6. RECLAME-UITINGEN

Objectomschrijving

Reclame is een publieke aanprijzing van een bedrijf, een product of een dienst. Reclames vragen vanuit hun doelstelling aandacht en vormen hiermee een belangrijk en beeldbepalend element van de openbare ruimte.

In gebieden met commerciële functies zijn reclames op zijn plaats en kunnen ze de visuele aantrekkingskracht van de omgeving verhogen, hoewel daar een kritische grens aan verbonden is. Evenals bij een gebouw speelt ook bij een reclame de relatie met de (stedenbouwkundige) situatie waarin deze wordt geplaatst alsmede het karakter van die situatie een belangrijke rol. Een reclame is geslaagd wanneer deze een volledig geïntegreerd onderdeel van het totale architectonische concept uitmaakt. Blijft de zorg voor een goede inpassing van een reclame in zijn omgeving achterwege dan wordt de reclame ervaren als een verstoring van de visuele kwaliteit van de omgeving en kan zelfs agressief overkomen. In gebieden waar geen sprake is van commerciële functies zijn reclame-uitingen ongewenst.

Waardebepaling, ontwikkeling en beleid

Het plaatsen van een reclame-uiting is een ingrijpende veranderingen aan een bouwwerk die het straatbeeld makkelijk kan aantasten. Met name voor gebieden die een hoge cultuurhistorische, architectonische of stedenbouwkundige kwaliteit of samenhang vertonen is het belangrijk zorgvuldig om te gaan met reclame-uitingen.

Een reclame-object is afhankelijk van omvang en constructie volgens de Wet algemene bepalingen omgevingsvergunning vaak vergunningsplichtig. Over het algemeen is dan een omgevingsvergunning bouw nodig.

Voor alle overige reclame-uitingen die geen bouwwerk zijn is in de Algemene plaatselijke verordening Den Helder (Apv versie 2011) een verbod opgenomen voor het (laten) maken/voeren van handelsreclame. Daarnaast zijn bepalingen opgenomen ten aanzien van het plaatsen van voorwerpen op of aan de weg in strijd met de publieke functie ervan.

De gemeente Den Helder heeft, in navolging van de Apv, voor de diverse soorten reclameobjecten richtlijnen geformuleerd (2009). Deze richtlijnen zijn in deze uitwerking verwerkt en geconcretiseerd.

Welstandsregime

Reguliere welstandsobjecten

Het plaatsen van een reclame-uiting kan een ingrijpende verandering aan een bouwwerk zijn die het straatbeeld makkelijk kan aantasten. Bij het beoordelen van vergunningaanvragen reclame-uitingen, is het zinvol onderscheid te maken tussen de verschillende gebiedstypen. Een woonwijk vraagt een andere benadering dan een winkelgebied, een beschermd stadsgezicht, maar ook het buitengebied, kan aangetast worden bij plaatsing van reclametekend die op een bedrijventerrein gebruikelijk zijn. In de welstandscriteria is daarom een onderscheid gemaakt naar verschillende gebiedstypen.

Welstandscriteria

In het algemeen geldt dat reclametekend alleen aanvaardbaar zijn indien zij een directe relatie hebben met de gekozen situering, de afmetingen en kleuren afgestemd zijn op het karakter van de directe omgeving en zij niet groter zijn dan voor een goede leesbaarheid voor die situering noodzakelijk is. De reclametekens dienen qua afmetingen en plaatsing op de gevelopzet afgestemd te zijn. de hierna te noemen maten dienen in dit licht gezien te worden; er zullen zich situaties voordoen waarbij ook deze maximummaten de welstand nog te zeer zullen verstoren. Het toepassen van losse letters en aanlichten van reclameteksten verdient de voorkeur boven het toepassen van bakken (lichtbakken zijn niet toegestaan).

Bij het opstellen van nieuwe beeldkwaliteitsplannen, waarin nadere eisen aan reclame-uitingen worden opgenomen, zal rekening worden gehouden met de normen die in deze paragraaf zijn aangegeven. Aanvullingen en/of afwijkingen zal in het beeldkwaliteitsplan expliciet worden aangegeven. Het beeldkwaliteitsplan kan vervolgens als bijlage behorende bij voorliggende welstandsnota worden vastgesteld conform artikel 12a eerste lid van de Woningwet.

De welstandscriteria dienen altijd gezien te worden met inachtneming van de gebiedsgerichte criteria, de criteria voor specifieke bouwwerken en de algemene welstandscriteria.

- Reclames dienen technisch, reclametechnisch en visueel optimaal te worden aangepast aan het gebouw en/of ingepast in de omgeving en mogen niet ontsierend zijn zowel ten opzichte van het goed waaraan de reclame is bevestigd als ten opzichte van de omgeving;
- Er moet een direct verband bestaan tussen de reclame-uiting en de activiteiten die in het pand plaatsvinden, m.u.v. reclame-uitingen op sportvelden in het kader van sport-sponsoring;
- Reclame-uitingen mogen voor de omgeving niet hinderlijk zijn (voor gebruikers, omwonenden en het verkeer);
- Reclames aan gevels mogen in het algemeen niet hoger worden aangebracht dan de onderkant van de verdiepingsvloer van de eerste verdieping. In incidentele gevallen kan van deze algemene regel worden afgeweken indien het gaat om panden waarin op meerdere verdiepingen bedrijfsactiviteiten plaatsvinden, opslag van goederen uitgesloten;
- Het aantal, de grote en de soort van de per gebouw toelaatbare reclames zijn afhankelijk van de afmeting, de schaal, de structuur en de aard van het gebouw, alsmede van het reclameobject op zich en in zijn omgeving;
- Uitgaande van de afmeting, de schaal, de structuur en de aard van het gebouw, het profiel en de breedte van de straat wordt van geval tot geval bepaald hoe ver een reclame-object uit het gevelvlak mag steken, met dien verstande, dat in het algemeen de reclameobjecten ten hoogste 70 cm (incl. bevestiging) buiten het gevelvlak mogen steken;
- Uit het gevelvlak stekende reclame-objecten dienen niet hoger te worden aangebracht dan de scheiding van de begane grond en de eerste verdieping;
- (Licht)reclame onmiddellijk achter ramen of deuren, met uitstraling naar buiten, wordt als reclame-object aangemerkt;
- Twee vlaggen/banieren worden gelijk gesteld met één reclame-object loodrecht op de gevel. N.B. In het gebied "binnenstad" zijn geen vlaggen/banieren toegestaan;
- Reclame op luifels en zonneschermen wordt toegestaan als zij bestaan uit losse letters (geschilderd of plakletters) op de onderflap/onderrand;
- Reclameobjecten moeten aan goede technische en constructieve eisen voldoen. Zij moeten vervaardigd zijn van duurzaam materiaal en goed onderhouden worden;
- Wanneer het aanlichten van reclame is toegestaan mag dit slechts in beperkte mate (zwakke aanlichting) en de hoeveelheid lux mag niet hinderlijk zijn voor de bewoners of gebruikers van het betreffende pand en de belendende panden.

Als ontsierende reclame worden in ieder geval aangemerkt:

- a. reclames die niet voldoende in harmonie zijn met de architectuur van het gebouw en/of met het karakter van de omgeving;
- b. reclames waarvan de bevestigingsconstructie in verhouding tot de aan te brengen reclame en het gebouw te ver uit het gevelvlak steekt, danwel reclames die niet loodrecht op of niet evenwijdig aan en vlak tegen de gevel zijn geplaatst;
- c. geen lichtcouranten (m.u.v. welkomst-/evenementenborden) of lichtreclame met veranderlijk of knipperend licht.
- d. reclames, waarvan de opschriften niet zijn samengesteld uit esthetisch verantwoorde letters en/of tekens, alsmede die waarvan de tekst, eventueel in combinatie met een afbeelding, grafisch niet goed verzorgd is;
- e. reclames waarvan de kleurstelling in disharmonie is met het pand en/of de omgeving (dus geen felle kleuren). Huisstijl (kleurstelling) is in beperkte mate toegestaan mits welstandelijk aanvaardbaar (ter beoordeling commissie Ruimtelijke Kwaliteit);
- f. reclames in de vorm van lichtreflexborden;
- g. reclames aangebracht op borden welke vervaardigd zijn van niet deugdelijk of niet weerbestendig materiaal;

- h. reclames op displays (sandwichborden e.d.) en spandoeken;
- i. lichtbakken (verlichte losse letters wel aanvaardbaar);
- j. reclames aangebracht door het dichtplakken van raampartijen op de begane grond danwel de verdieping van een pand;
- k. reclames die mechanisch bewegen;
- l. toevoeging van nieuwe lichtmastreclame;
- m. reclames die zijn aangebracht op/aan de openbare weg danwel openbaar groen in de vorm van krijt of verf (of aanverwante materialen);
- n. reclames die zijn aangebracht op een pand welke niet (meer) in gebruik is (pand staat leeg/te huur/te koop)
- o. gevelbeschilderingen die dienen als reclame-uiting;
- p. reclames op rolluiken/rolschermen/rolhekken.

Reclame-uitingen in woongebieden (inclusief positief bestemde bedrijfsbebouwing in een woonomgeving)

In een gebied waar hoofdzakelijk wordt gewoond hoort geen reclame. Er ontbreekt immers een relatie tussen het wonen en reclame. Uitzonderingen zijn huizen met een praktijkruimte voor het uitoefenen van een vrij beroep (de arts, architect of en verzekeringsadviseur) of hiermee vergelijkbare functies. In dergelijke gevallen is een bescheiden aanduiding aanvaardbaar op of aan de gevel, bij de voordeur of bij de toegangsdeur van het bedrijf.

Plaatsing en aantal

- Eén reclame uiting per woning/perceel;
- Bevestiging tegen de gevel t.p.v. de bedrijfstoegang;
- Bij aanwezigheid van voortuinen is plaatsing van een bord in de tuin denkbaar, mits zorgvuldig (als tuinmeubel) vormgegeven, geïntegreerd in het tuinontwerp. Het toepassen van beperkte aanlichting (zwak) is toelaatbaar. Totaalhoogte maximaal 1 meter.

Maatvoering

- geen grotere oppervlakte dan 0,5 m²;
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden en/of vignet (geen merkreclames!).

Vormgeving

- De reclame-uiting is aangebracht op een plat bord dan wel losse letters tegen de gevel op de begane grond van het onroerend goed;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren.

Overige

- De reclame-uiting moet betrekking hebben op de dienst die wordt verleend of het bedrijf of het beroep dat wordt uitgeoefend in/op de onroerende zaak;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Voor bedrijfsbebouwing met een positieve bestemming in een woonomgeving gelden de volgende uitgangspunten:

Plaatsing en aantal

- Maximaal één reclame-uiting per naar de straat gekeerde gevel met een voor publiek toegankelijke entree.
- Permanente reclamezuilen die losstaan van de gevel zijn in beginsel niet toegestaan;
- Gecentreerd aangebracht op de borstwering van de eerste verdieping, niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping. Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen.
- Het integreren van vrijstaande bescheiden reclametekens in de voortuin is denkbaar mits plaats, vormgeving en kleur worden afgestemd op de omgeving. Het toepassen van lichtbakken is dan niet toelaatbaar, beperkte

aanlichting wel. De maximale hoogte van een dergelijk element is sterk afhankelijk van de situatie, doch mag de 2.25 m niet overschrijden;

- Reclame op dakranden en dakgoten worden niet toegestaan;
- Het per bedrijf plaatsen van vlaggenmasten/banieren is niet toegestaan.

Maatvoering

- reclames evenwijdig aan de gevel:
 - Gecentreerd aangebracht op de borstwering van de eerste verdieping, niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping. Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen.
 - Maximaal 50% van de gevelbreedte, niet hoger dan 45 cm en maximaal 25 cm dik;
 - Geen lichtreclame;
 - Achter en/of op ramen, gaat ten koste van 50% van reclame op de gevel;
- reclames loodrecht op de gevel:
 - Niet hoger aangebracht dan de onderkant van de verdiepingvloer van de eerste verdieping. (let op verkeer: hoogte minimaal 2.20 m boven het trottoir en tenminste 4.20 m boven de rijweg);
 - Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen;
 - Ten hoogste 70 cm (inclusief bevestiging) buiten het gevelvlak stekend;
 - Niet groter dan 1.00 m²;
 - De dikte van het object mag niet meer bedragen dan 25 cm.
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden en/of vignet (geen merkreclames!).

Vormgeving

- In de voorgevel moet de reclame-uiting als zelfstandig element zijn vormgegeven. Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft hierdoor ondergeschikt aan het gebouw;
- Reclame op luifels en zonneschermen wordt toegestaan als zij bestaan uit losse, geschilderde letters of plakletters;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluorescerende kleuren.

Overige

- Geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Reclame-uitingen in winkelgebieden (uitgezonderd Binnenstad)

In gebieden met een uitgesproken winkelkarakter zijn de mogelijkheden om reclame te maken ruimer dan in woongebieden. In het algemeen kan worden gesteld dat reclame bij winkels op de begane grond moet worden geplaatst. Daardoor ontstaat een logische relatie tussen het reclameteken en de functie. Bovendien wordt de overlast voor eventuele bovenwoningen hierdoor beperkt. Voor de binnenstad gelden andere welstandscriteria.

Plaatsing en aantal

- Het aan de gevel aanbrengen van reclameborden, geschilderde of losse tekens/letters, vlaggen, banieren zijn toelaatbaar;
- Geen reclame aangebracht op bouwlagen met een woonbestemming of bouwlagen met een bedrijfsbestemming zonder publieksfunctie, tenzij in de woning een praktijkruimte voor het uitoefenen van een vrij beroep zit;
- Maximaal twee reclame-uitingen per gevel;

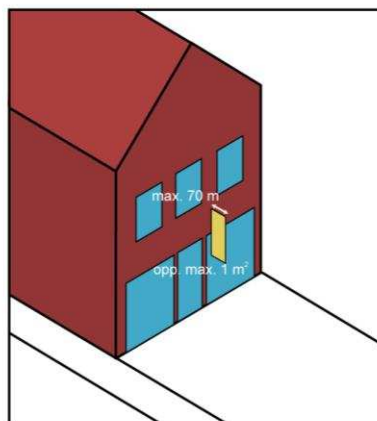
- Losse reclameletters op de dakrand mogen alleen aangebracht worden bij grotere gebouwen waarin meerdere winkels zijn gevestigd. Deze reclame moet bij de hoofdingang van – bijvoorbeeld – een winkelcentrum komen. Gedacht kan worden aan de naam van een winkelcentrum;
- Permanente reclamezuilen die losstaan van de gevel zijn niet toegestaan;
- Maximaal een stoepbord per bedrijf bij voorkeur binnen 1 meter uit de gevel van het betreffende bedrijf, maar maximaal 30cm uit de stoeprand, mits de verkeersveiligheid niet in het geding komt;
- Het per bedrijf plaatsen van vlaggenmasten is niet toegestaan. Bedrijven kunnen samen voor het totale winkelgebied een overzichtsplan maken dat door de gemeente en de Welstandscommissie wordt beoordeeld;
- Lichtbakken en verwijsborden zijn niet toegestaan;
- Reclamevlaggen/banieren tot een maximum van één vlag/banier per 4 m. gevellengte. Per gevel/perceel mogen maximaal twee gevelvlaggen/banieren worden aangebracht (het betreft hier vlaggen/banieren aan de gevel en niet in masten!);
- Gevelreclame moet loodrecht op, of evenwijdig en vlak aan de gevel worden geplaatst.

Maatvoering van reclames loodrecht op de gevel

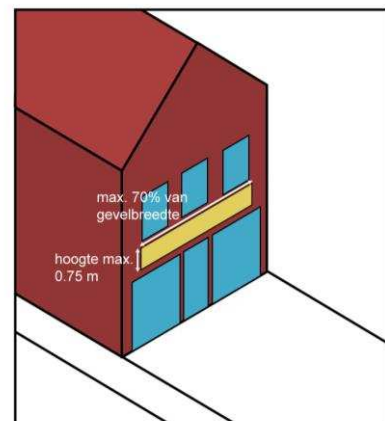
- Niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping (let op verkeer: hoogte minimaal 2.20 m boven het trottoir en tenminste 4.20 m boven de rijweg). Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen;
- Ten hoogste 70 cm (inclusief bevestiging) buiten het gevelvlak stekend;
- Niet groter dan 1.00 m²;
- De dikte van het object mag niet meer bedragen dan 25 cm.

Maatvoering van reclames evenwijdig aan de gevel

- Gecentreerd aangebracht op de borstwering van de eerste verdieping, niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping. Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen.
- Niet breder dan 70% van de gevelbreedte.
- Niet hoger dan 75 cm;
- De dikte van het object mag niet meer bedragen dan 25 cm;
- Zonneschermen of markiezen met een reclame-uiting mogen een maximale uitval hebben van 2 meter.



Loodrecht op gevel maximaal 70 cm uit gevel steken en maximaal 1.00 m²



Evenwijdig aan gevel maximaal 70% van gevelbreedte en maximaal 75 cm hoog

Vormgeving

- In de voorgevel moet de reclame-uiting als zelfstandig element zijn vormgegeven. Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft daardoor ondergeschikt aan het gebouw;

- De samenhang en de ritmiek van de straatwand mogen door de reclame niet worden verstoord;
- Indien er sprake is van meerdere reclame-uitingen op een gevel dan dienen deze in een eenduidige vormgeving uitgevoerd te worden;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluorescerende kleuren;
- Geen daglichtreflecterende reclame.

Overige

- Geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

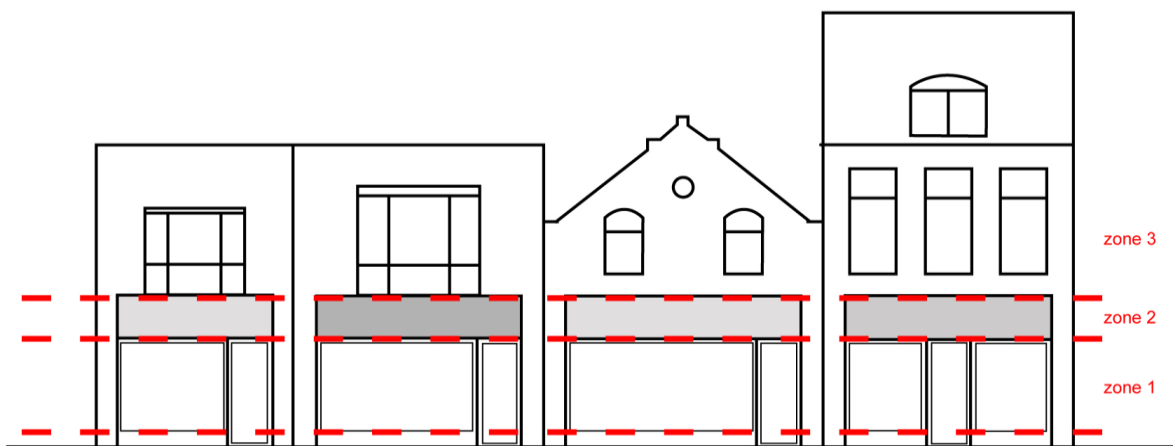
Reclame-uitingen in de Binnenstad

De navolgende straten zijn begrepen in dit kader onder het gebied "Binnenstad": De Beatrixstraat, de Keizerstraat, de Spoorstraat, de Koningstraat, de Wezenstraat, de Breewaterstraat, de Californiëstraat en het Julianaplein.

In de afgelopen jaren en de aankomende jaren wordt de binnenstad opgeknapt. Doelstelling is om het oude karakter van de stad te herstellen. De openbare ruimte krijgt een herinrichting en de gevels worden aangeheeld en opgeknapt. Ook de winkelstraten komen hierbij aan de beurt. Voorwaarde is wel dat de winkeliers/eigenaren van de panden in de winkelstraten hieraan meewerken. Individualiteit van het pand, diversiteit en kleinschaligheid zijn de belangrijkste aspecten voor de beeldkwaliteit in de winkelstraten (Spoorstraat, Beatrixstraat en Keizerstraat). De toe te stane reclame in de winkelstraten moet ingetogen zijn en is geheel afhankelijk van het pand. 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. Het pand moet één uitstraling hebben en niet zoals nu vaak het geval is een gevel op de begane grond die geheel afwijkend is van de gevel van de verdiepingen. Daarnaast moeten in de winkelpuien de parcellering van de panden tot uiting komen (dus geen reclameborden over twee panden). Een en ander is opgenomen in het beeldkwaliteitskader dat onderdeel uitmaakt van het Uitwerkingsplan Stadshart Den Helder.

Het plaatsen van vrijstaande reclameobjecten in het gebied Binnenstad is niet toegestaan, met uitzondering van 1 gestandaardiseerd stoepbord!

De gevel is in te delen in zones, waar eigen richtlijnen voor gelden.



Plaatsing en aantal

- Maximaal twee reclame-uitingen per naar de straat gekeerde gevel, met een voor publiek toegankelijke entree;
- Het aan de gevel aanbrengen van reclameborden of losse tekens/letters zijn toelaatbaar;
- Geen reclame aangebracht op bouwlagen met een woonbestemming of bouwlagen met een bedrijfsbestemming zonder publieksfunctie, tenzij in de woning een praktijkruimte voor het uitoefenen van een vrij beroep zit;

- Reclame-objecten die los staan van de gevel zijn niet toegestaan, met uitzondering van 1 gestandaardiseerd stoepbord welke wordt geplaatst binnen de gele markering op de weg en de gevel van het desbetreffende bedrijf;
- Lichtbakken en verwijsborden zijn niet toegestaan;
- Het plaatsen van reclamevlaggen/vlaggenmasten/ banieren is niet toegestaan;
- Gevelreclame moet loodrecht op, of evenwijdig en vlak aan de gevel worden geplaatst. Reclame op dakranden en dakgoten is niet toegestaan.
- Samenvoegen van reclame over meer dan één pand is niet toegestaan, de parcellering van de panden moet tot uitdrukking komen;
- Luifels zijn niet toegestaan, daarom is reclame gecombineerd met luifels niet toegestaan;
- Zonneschermen of markiezen met een reclame-uiting mogen een maximale uitval hebben van 2 meter en blijven binnen de penanten.

Maatvoering van reclames zone 1

- Losse letters op het raam;
- Geen dichte vlakken;
- Maximaal 60% van de breedte van de pui;
- Maximaal 30 cm hoog;
- Reclame haaks op de gevel / uithangborden niet toegestaan.

Maatvoering van reclames zone 2 evenwijdig aan de gevel

- Losse letters op de gevel, of reclame op een bord;
- Vlak op de gevel;
- Boven entree of gecentreerd op de gevel;
- Niet breder dan 60% van de gevelbreedte;
- Niet hoger dan 60% van de bandbreedte (afstand tussen bovenkant winkelpui en onderkant kozijn van de eerste verdieping), met een maximum van 60cm;
- Reclame blijft binnen de penanten van het pand;
- Zonneschermen en markiezen met een reclame-uiting mogen een maximale uitval hebben van 2 m. Minimale doorgangshoogte van 2 m.

Maatvoering van reclames zone 2 loodrecht op de gevel

- Uithangborden haaks op de gevel zijn toegestaan;
- Maximale hoogte van 60cm;
- Niet breder dan 70 cm (inclusief bevestigingsmateriaal);
- Maximaal 25cm dik;
- Plaatsing gedeeltelijk in zone 1 en 3 is niet aanvaardbaar;
- Bevestigingsconstructie zoveel mogelijk uit het oog onttrekken.

Maatvoering van reclames zone 3

- Reclame is niet toegestaan;
- Uitzondering kan gemaakt worden voor panden aan de Beatrixstraat gelet op de grote van de gevels van de panden.

Vormgeving

- Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft daardoor ondergeschikt aan het gebouw;
- De samenhang en de ritmiek van de straatwand mogen door de reclame niet worden verstoord;

- Indien er sprake is van meerdere reclame-uitingen op een gevel dan dienen deze in een eenduidige vormgeving uitgevoerd te worden;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren;
- Geen daglichtreflecterende reclame;
- Het stoepbord (A0-formaat) moet zijn vervaardigd van metaal, rechthoekig frame met een enkelvoudig slank profiel. De poten mogen verend worden uitgevoerd. Gelet op de eisen die de wind en de arbo stelt, wordt de voet massief uitgevoerd. Kleurstelling RAL 7043 (donkergrijs).

Overige

- Geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.



In de binnenstad dient zorgvuldig met reclame-uitingen te worden omgegaan, dus niet zo!

Reclame-uitingen op bedrijventerreinen

Op bedrijventerreinen zal reclame als minder storend worden ervaren. Handelsreclame en/of naamsaanduiding is slechts mogelijk op het terrein van het bedrijf zelf. Verwijsreclame is uitsluitend middels een standaardvoorziening aan de ingang van het industrieterrein toegestaan.

Omdat het hier gaat om een grotere concentratie van bedrijven, zal de reclame hier ook overdadiger zijn. Uitgangspunt blijft dat de reclame op een logische plaats tegen de gevel aangebracht dient te worden, bijv. bij de entree, en afgestemd dient te zijn op de massa c.q. gevelopzet. Als plaatsing tegen een gevel niet mogelijk is - bijvoorbeeld bij een gevel van louter glas - moet de reclame bij de hoofdingang worden geplaatst. Verticale reclamezuilen zijn mogelijk als ze een plaats krijgen aan de kant van de ingang van het bedrijf.

Bij bedrijfsverzamelgebouwen wordt de gezamenlijke presentatie getoond, zo nodig met een verwijzing per onderneming. Plaatsing van reclame op de dakrand is mogelijk, als tenminste wordt uitgegaan van kleine losse letters met de naam van het gebouw. De plaats van de belettering moet te maken hebben met de ingang van het bedrijfsverzamelgebouw. Huurders/gebruikers van het bedrijfsverzamelgebouw wordt aangeraden om samen een vrijstaand reclameobject bij de hoofdingang te plaatsen.

Algemeen

- Het reclame-object moet op de entree of de gevel van de bebouwing geplaatst worden en moet afgestemd te zijn op de massa en de gevelopzet;
- Het reclame-object mag de samenhang en de ritmiek van de straatwand niet verstoren;
- Indien plaatsing tegen de gevel niet mogelijk is, bijvoorbeeld bij glasvliesgevels, moet de reclame boven of in de buurt van de entree te worden aangebracht;
- Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen;
- Het reclame-object moet op eigen terrein worden geplaatst;
- Reclame moet worden geïntegreerd in de bouwstijl en zich beperken tot het hoogst noodzakelijke.

Reclame-uitingen op of aan een gebouw op bedrijventerreinen

Plaatsing en aantal

- Eén reclame uiting per naar de openbare weg gekeerde gevel van een gebouw/perceel;
- Maximaal 4 reclame-uitingen per gebouw/perceel zijn toegestaan, waarvan maximaal 2 aan de gevel, bij bedrijfsverzamelgebouwen ter beoordeling van de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit (grootte passend in verhouding met de grootte/uitstraling van gebouw);
- Plaatsing van reclame op de dakrand is alleen mogelijk door middel van losse letters.

Maatvoering

- Gevelreclame loodrecht op de gevel maximaal 1.0 x 1.0 x 0.25 m;
 - Afstand tot de rijbaan minimaal 60 cm, horizontaal gemeten (i.v.m. de verkeersveiligheid);
- Gevelreclames evenwijdig aan de gevel of op de dakrand niet breder dan 70% van de gevelbreedte en de hoogte in verhouding met de hoogte van het gebouw tot maximaal 1.00 m. Wanneer de gevelopzet en de massa van het bouwwerk het toestaat kan van de maximale hoogte van 1m worden afgeweken. De dikte van het object mag niet meer bedragen dan 25 cm.

Vormgeving

- Gevelreclame passend in architectuur van de pand;
- Reclametoepassingen dienen ondergeschikt te zijn ten opzichte van het hoofdgebouw en bij voorkeur meegenomen worden in het ontwerp;
- In de voorgevel de reclame-uiting als zelfstandig element vormgeven, waarbij de plaatsbepaling is afgestemd op en in verhouding met de oorspronkelijke gevel;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluorescerende kleuren;
- Geen daglichtreflecterende reclame;
- Aanlichten van reclame is toegestaan (geen lichtbakken!).

Overige

- De reclame-uiting moet betrekking hebben op de dienst die wordt verleend of het bedrijf of het beroep dat wordt uitgeoefend in/op de onroerende zaak;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Vrijstaande reclame-uitingen / reclamezuilen op bedrijventerreinen

Plaatsing en aantal

- Bij de entree van het erf of op de parkeerplaats;
- Eén reclamezuil mag worden geplaatst, mits verticaal uitgevoerd en geplaatst bij de toegang van het bedrijf of bij de inrit van het terrein;
- Reclame is niet toegestaan op of aan de erfafscheidingen van bedrijven;
- Geen reclame-uitingen die het uitzicht op de openbare ruimte of het open landschap ernstig belemmeren;
- Bij bedrijfsverzamelgebouwen is één verzamelobject mogelijk, geplaatst bij de toegangzijde van het gebouw dan wel bij de inrit van het terrein, waarop op eenvormige wijze de gebruikers worden vermeld;
- Vlaggen-/baniermasten zijn toegestaan met een maximum van drie, afhankelijk van de grootte en de inrichting van het terrein, bij voorkeur te plaatsen bij de ingang van het gebouw of het terrein, mits het geldende bestemmingsplan het toestaat. Bedrijven kunnen ook samen voor het totale bedrijventerrein een overzichtsplan maken dat door de gemeente en de Commissie voor Ruimtelijke Kwaliteit wordt beoordeeld.

Maatvoering

- de maximale hoogte is 2,5 meter (mede afhankelijk van de voorschriften van het geldende bestemmingsplan);
- maximaal 1 meter breed en 30 cm dik.

Vormgeving

- De reclame-uiting als zelfstandig element vormgeven, waarbij de maatvoering en detailleringen zijn afgestemd op en harmoniëren met het hoofdgebouw;
- Reclame beperken tot het hoogst noodzakelijke;
- Geen mechanisch bewegende delen;
- Geen daglichtreflecterende reclame;
- Geen lichtcouranten of lichtreclame met veranderlijk of knipperend licht;
- Aanlichten van reclame is toegestaan (geen lichtbakken!)
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren.

Overige

- De reclame-uiting moet betrekking hebben op de dienst die wordt verleend of het bedrijf of het beroep dat wordt uitgeoefend in/op de onroerende zaak;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Reclame-uitingen in, op en bij monumenten en beschermd stads- of dorpsgezichten

Het vaststellen van een monument of een beschermd stads- of dorpsgezicht heeft als doel het behoud van de cultuurhistorische waarden. Om deze waarden te beschermen en wellicht te versterken dienen reclame-uitingen in zijn algemeenheid gekenmerkt te worden door een gebruik van traditionele middelen, materialen en kleuren. Het is van groot belang dat terughoudend met reclame-uitingen moet worden omgegaan.

Een deel van de Gemeente Den Helder is aangewezen als beschermd Stadsgezicht. Het betreft: de forten, de Liniewal, Kanaalweg, Prins Willem Alexander Singel, de Grachtengordel, de Oude Rijkswerf, de Haven, Fort Kijkduin en het Huisduinerkwartier. Daarnaast kent de gemeente nog 43 rijksmonumenten, 3 provinciale monumenten en 123 gemeentelijke monumenten.

Gezien de complexbescherming en de geplande gebiedsontwikkeling van Willemsoord tot integraal stadsdeel, zijn voor dit gebied eigen criteria voor reclameobjecten opgesteld. Deze kunnen nog worden aangevuld door het nog op te stellen beeldkwaliteitplan.

Voor een woning met praktijkruimte en/of bijzonder doeleinden (met een positieve bestemming) gelden de volgende uitgangspunten:

Plaatsing en aantal

- Maximaal één reclame uiting per woning/perceel;
- Bevestiging tegen de gevel t.p.v. de bedrijfstoegang;
- Bij aanwezigheid van voortuinen is plaatsing van een bord in de tuin denkbaar, mits zorgvuldig (als tuinmeubel) vormgegeven, geïntegreerd in het tuinontwerp. Het toepassen van beperkte aanlichting is toelaatbaar. Totaalhoogte maximaal 1 meter.
- In de voorgevel moet de reclame-uiting als zelfstandig element zijn vormgegeven. Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft hierdoor ondergeschikt aan het gebouw;
- Zonneschermen of markiezen met een reclame-uiting mogen een maximale uitval hebben van 2,5 meter;
- Reclame op dakranden en dakgoten is niet toegestaan.

Maatvoering

- geen grotere oppervlakte dan 0,5 m².

Vormgeving

- In de voorgevel moet de reclame-uiting als zelfstandig element zijn vormgegeven. Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft hierdoor ondergeschikt aan het gebouw;
- De reclame-uiting is op traditionele wijze aangebracht, Voorbeelden hiervan zijn het uithangbord en het beletteren van kroonlijsten of luifels boven entree of etalage partijen;
- Reclame beperken tot het hoogst noodzakelijke;
- Geen daglichtreflecterende reclame;
- Aanlichten van reclame is toegestaan (geen lichtbakken!).
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren.
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden en/of vignet (geen merkreclames!).

Overige

- De reclame-uiting moet betrekking hebben op de dienst die wordt verleend of het bedrijf of het beroep dat wordt uitgeoefend in/op de onroerende zaak;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Voor bedrijfsbebouwing met een positieve bestemming gelden de volgende uitgangspunten:

Plaatsing en aantal

- Maximaal één reclame-uiting per naar de straat gekeerde gevel met een voor publiek toegankelijke entree.
- In de voorgevel moet de reclame-uiting als zelfstandig element zijn vormgegeven. Formaat en detaillering zijn afgestemd op de oorspronkelijke gevel en beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft hierdoor ondergeschikt aan het gebouw;
- Zonneschermen of markiezen met een reclame-uiting mogen een maximale uitval hebben van 2,5 meter;
- Reclame op dakranden en dakgoten worden niet toegestaan;
- Het integreren van een vrijstaande bescheiden reclametekens voor de voorgevel op eigen terrein is denkbaar mits plaats, vormgeving en kleur worden afgestemd op de omgeving. Het toepassen van lichtbakken is niet toelaatbaar, beperkte aanlichting wel. De maximale hoogte van een dergelijk element is sterk afhankelijk van de situatie, doch mag de 2.25 m niet overschrijden. Het plaatsen van dergelijke vrijstaande reclametekens in woonbebouwing is niet toegestaan.

Maatvoering

- reclames evenwijdig aan de gevel:
 - Gecentreerd aangebracht op de borstwering van de eerste verdieping, niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping. Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen.
 - Maximaal 50% van de gevelbreedte, niet hoger dan 45 cm en maximaal 25 cm dik;
 - Achter en/of op ramen, gaat ten koste van 50% van reclame op de gevel;
- reclames loodrecht op de gevel:
 - Niet hoger dan de onderzijde van de raamdorpels op de eerste verdieping (let op verkeer: hoogte minimaal 2.20 m boven het trottoir en tenminste 4.20 m boven de rijweg);
 - Bij luifels de reclame-uitingen alleen op of onder de luifel plaatsen;

- Ten hoogste 70 cm (inclusief bevestiging) buiten het gevelvlak stekend;
- Niet groter dan 1.00 m²;
- De dikte van het object mag niet meer bedragen dan 25 cm.

Vormgeving

- De reclame-uiting is op traditionele wijze aangebracht, voorbeelden hiervan zijn het uithangbord en het beletteren van kroonlijsten of luifels boven entree of etalage partijen;
- Kleuren dienen terughoudend gekozen te worden. Dus geen contrasterende en felle fluoriserende kleuren;
- Grote ongelede vlakken met reclameboodschappen zijn niet toegestaan;
- Reclame beperken tot het hoogst noodzakelijke;
- Geen mechanisch bewegende delen;
- Geen daglichtreflecterende reclame;
- Aanlichten van reclame is toegestaan (geen lichtbakken!).
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden en/of vignet (geen merkreclames!).

Overige

- Geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Reclame-uitingen Willemsoord

Algemene voorschriften	<ol style="list-style-type: none"> 1) De reclame-uiting is als zelfstandig element vormgegeven. Plek, afmeting en vormgeving zijn afgestemd op het gebouw en beperkt zich tot het hoogst noodzakelijke. De reclame blijft hierdoor ondergeschikt aan het gebouw; 2) Terughoudend in effect op de openbare ruimte; 3) Per functie maximaal één reclame-uiting per publiek toegankelijke entree. 4) Reclame-uiting is te allen tijden gekoppeld aan de entree, dit houdt in: <ol style="list-style-type: none"> a) naast de entree, of b) boven de entree, of c) direct om de hoek van de entree 5) Wanneer er sprake is van meerdere functies in een gebouw met een gezamenlijke entree, dan worden de reclame-uitingen zoveel mogelijk gecombineerd in één reclameobject gekoppeld aan de gezamenlijke entree. 6) Bevestigingsconstructies zijn zoveel mogelijk uit het zicht. 7) Reclame-uitingen worden vlak op de gevel geplaatst. 8) Reclame-uitingen, voorschriften voor vormgeving: <ol style="list-style-type: none"> a) Losse letters <ul style="list-style-type: none"> ○ Metaal, in materiaaleigen kleur zoals RVS ○ Grijstinten ○ Modern, industrieel lettertype b) Transparante naamborden <ul style="list-style-type: none"> ○ Transparante plaat met losse letters c) Reclame-uiting op markies is toegestaan d.m.v. losse letters, aan onderzijde/rand van uitkragend deel. Kleur letters: wit, grijs of zwart. 9) Vlaggenmasten zijn toegestaan, mits: <ul style="list-style-type: none"> > Per drie plaatsen, terughoudend in totaal aantal > Zwarte mast met banier > In één lijn geplaatst > Geplaatst aan de kade, niet voor een pand 10) Bedrijvenborden zijn toegestaan, mits: <ul style="list-style-type: none"> > Geplaatst bij de toegangen van Willemsoord en bij de parkeervelden > Deze alleen gebruikt worden om de locatie van de bedrijven aan te geven > Vormgeving als zuilen met plattegrond 11) Vaste aankondigingborden zijn toegestaan, mits: <ul style="list-style-type: none"> > Deze gebruikt worden voor tijdelijke informatie, als evenementen of tentoonstellingen > Deze centraal beheerd/georganiseerd worden 12) Banieren zijn toegestaan (als uitzondering op regel 2), mits: <ul style="list-style-type: none"> > Per gevel maximaal 1 banier. Afwijking hiervan, bijvoorbeeld bij lange gevels, kan
------------------------	---

	<p>met goedkeuring van de commissie voor ruimtelijke kwaliteit.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Per functie maximaal 1 banier > Per pand dezelfde type banier en bevestigingsconstructie wordt toegepast > Haaks op de gevel > Maatverhouding 1:4 > Zwarte achtergrond met witte letters, een kleuraccent toegestaan > Geen logo's of afbeeldingen <p>Voor nieuwbouw gelden dezelfde voorschriften voor reclame-uitingen als bij de monumenten. Voor nieuwbouw zijn echter afwijkingen ten opzichte van de richtlijnen toegestaan, wanneer de reclame-uiting een integraal onderdeel is van de architectuur, en dit leidt tot kwaliteitsverbetering. Dit zal worden beoordeeld door de adviescommissie voor Ruimtelijke Kwaliteit.</p>
--	--








Niet toegestaan	<ul style="list-style-type: none"> - Reclame-uitingen achter en op ramen; - Reclame-uitingen schuin of haaks op de gevel; - Reclame op dakranden en dakgoten bestaande uit losse, geschilderde of plakletters; - Het per bedrijf plaatsen van reclame-objecten die losstaan van de gevel; - Het per bedrijf plaatsen van vlaggen/vlaggenmasten; - Toepassen van lichtreclame, lichtbakken, bewegende reclame of aangelichte reclame-uitingen (aanlichten van panden is wel toegestaan); - Het toepassen van (gevel/steiger)doeken, gevelbeschilderingen, billboards, raamplakaten of raamfolie.
-----------------	--

Illustraties en voorbeelden reclame-uitingen

Ad 3) Plaats van reclame	<p>a) naast de entree b) boven de entree c) om de hoek</p>
-----------------------------	--

Ad 4) Gecombineerde reclame	<p>fout: meerdere plekken voor reclame goed: gecombineerde reclame</p>
--------------------------------	---

Ad 7a) Losse letters	<p>goed: losse letters bij de entree</p>
-------------------------	--

		
<p>Ad 7c) Transparante borden</p>		
<p>Ad 7e) Reclame op markies</p>		
<p>Ad 8) Vlaggenmast</p>		
	<p>goed: plaatsing en type vlaggenmast</p>	

fout: gekleurde letters

goed: grijze letters

goed: naambord bij entree

goed: transparant met losse letters

fout: raamsticker

goed: onderrand markies, losse letters

Ad 9)
Bedrijvenbord



vormgeving bedrijvenbord

Ad 11)
Banieren



fout



goed

Niet toegestaan



billboard



Reclame-uitingen op sportterreinen

Het aanbrengen van handelsreclame waarbij de teksten niet zijn gericht op het complex, zijn niet aanvaardbaar. Naamsreclame voor de sportvereniging in verband met de bereikbaarheid is wel mogelijk. Maar dan moet zo'n aanduiding wat betreft maat, vormgeving en kleur wel zijn afgestemd op de omgeving.

- Bij naamsreclame voor de sportvereniging moet de maat, vormgeving en kleur afgestemd zijn op de omgeving;
- Vlaggen-/baniermasten zijn toegestaan met een maximum van drie, afhankelijk van de grootte en de inrichting van het terrein, bij voorkeur te plaatsen bij de ingang van het gebouw of het terrein;
- Reclameborden van sponsors gericht op het complex zelf zijn gebruikelijk. Borden waarvan de buitenzijde donker van kleur is, rond het speelveld, gericht op het veld, met een maximale hoogte vanaf het maaiveld gerekend van 1.20 meter, zijn aanvaardbaar;
- Borden in de tribune (geen beperkingen);
- Clubnaamaanduiding op de kantine:
 - Alleen d.m.v. losse letters of een plat gevelreclamebord, niet buiten het silhouet van het gebouw (dus niet op daken en goten);
 - Maximaal 2 reclame-uitingen per clubgebouw, aangebracht aan de gevels met een maximale afmeting van 1 m² reclame-uiting en maximaal 25 cm dik.

Reclame-uitingen in het buitengebied

In dit gebiedsdeel is niet de Apv maar de Landschapsverordening Noord-Holland van toepassing. Het uitgangspunt is dat opschriften, aankondigingen of afbeeldingen dan wel constructies ten behoeve daarvan, in welke vorm ook, welke vanaf een openbare weg, een spoorweg of een openbaar water zichtbaar zijn, in beginsel niet thuishoren in het buitengebied. Ze passen slecht bij het karakter van de omgeving en vormen een visuele vervuiling.

Het verbod is in een aantal gevallen niet van toepassing. Bijvoorbeeld bij pompstations,abri's ten behoeve van het openbaar vervoer en reclamemasten waarvoor een verklaring van geen bezwaar op grond van de Wet op de Ruimtelijke Ordening (oud) is afgegeven of die in een rechtens onaantastbaar bestemmingsplan zijn opgenomen.

Lichtreclame past niet in het buitengebied en zal met name 's avonds opzichtig zijn. Lichtreclame in het buitengebied is daarom niet toelaatbaar. Alleen in uitzonderlijke gevallen kan er toestemming verleend worden, bijvoorbeeld bij benzinestations en restaurants langs provinciale wegen. Er moet dan een verzoek tot ontheffing ingediend worden bij de provincie Noord-Holland. De bebouwde kom grens wijzigt regelmatig. Uitgegaan dient te worden van de laatst vastgestelde versie. Deze kan afwijken van de versie die van toepassing is op het moment van vaststelling van deze nota "Bedrijven (positief) in beeld".

Als de aanvraag ook omgevingsvergunningsplichtig is voor de activiteit "bouwen", valt de aanvraag wel onder de werking van het 'reclamebeleid' en moet ook een aanvraag om een omgevingsvergunning "bouwen" worden ingediend bij de gemeente. De gemeente heeft haar eigen verantwoordelijkheid, waardoor het besluit om wel of geen omgevingsvergunning voor de activiteit "bouwen" te verlenen los staat van het besluit van de Provincie om de ontheffing wel of niet te verlenen.

Plaatsing en aantal

- Maximaal één naamsaanduiding aan een gevel aan een bedrijfsgebouw per perceel/bedrijf;
- Reclame op een gebouw mag niet geheel of gedeeltelijk boven de dakrand worden geplaatst;
- Slechts één vrijstaande reclame-uiting per positief bestemd bedrijf (kan tweezijdig) met een direct visueel verband tussen het bord en (de toegang van) het bedrijf;
- Twee vlaggen-/baniermasten worden gelijkgesteld met 1 vrijstaande reclame-uiting;
- Lichtreclame is niet toegestaan, aanlichting wel;
- Geen reclame toegestaan op een onbebouwd perceel;
- De naamsaanduiding op een logische wijze plaatsen; dat wil zeggen op een gevel grenzend aan het erf bij de toegang van het bedrijf en integreren met de gevelopzet.

Maatvoering

Op of aan een gebouw

- Agrarische bestemming, perceelsgebonden, maximale afmeting van de naamsaanduiding is 3% van de geveleppervlakte met een maximum van 2.5 m² (maximaal 1 m² aangelicht);
- geen agrarische bestemming, perceelsgebonden, de totale oppervlakte van het opschrift mag niet meer bedragen dan 5% van de geveleppervlakte met een maximum van 4 m² (maximaal 1 m² aangelicht), hierbij telt de reclame op het perceel mee.

Vrijstaand op een bebouwd perceel:

- Maximaal oppervlakte per object 2 m²;
- Maximale breedte 2 m en een maximale hoogte van 1,5 m;
- Vlaggen-/baniermasten, maximaal twee masten met een hoogte van maximaal 6 m, mits in overeenstemming met het bestemmingsplan.

Vormgeving

- De reclame-uiting moet in overeenstemming zijn met de architectonische opbouw van de gevel en daaraan zo mogelijk bijdragen. Plaats, afmeting en kleur worden mede daardoor bepaald;
- Alleen naam en aard van het bedrijf met eventueel openingstijden en/of vignet (geen merkreclames!).

Overige

- Geen reclame voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden respectievelijk worden verkocht;
- De reclame-uiting voldoet aan de eventuele aanvullende criteria voor reclame-uitingen in de gebieds- of objectgerichte beoordelingskaders.

Reclame-uitingen in overgangsgebieden en verbindingssassen

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

Overgangsgebieden zijn vanwege hun functionele karakter en, meestal, grote verkeersstromen, geschikte plaatsen voor het maken van tijdelijke reclame voor bijvoorbeeld evenementen en voorstellingen. Ook zullen zich in deze gebieden vaak informatiedragers bevinden, zoals gemeente- en wijkplattegronden.

Wanneer de gemeente besluit medewerking te verlenen aan de plaatsing van dragers voor wisselende reclame-uitingen (billboards, etc.) dan zullen deze gebieden daarvoor in het algemeen de meest aangewezen plekken zijn. Overigens zal ook hier een zorgvuldige plaatskeuze en afstemming op de omgeving noodzakelijk blijven en blijft een welstandstoetsing dus ook nodig. In de reclamenota zijn de objectgerelateerde richtlijnen nader gespecificeerd in paragraaf 4.3. Er zijn richtlijnen voor pompstations, permanente reclame in de openbare ruimte en tijdelijke reclame-uitingen.