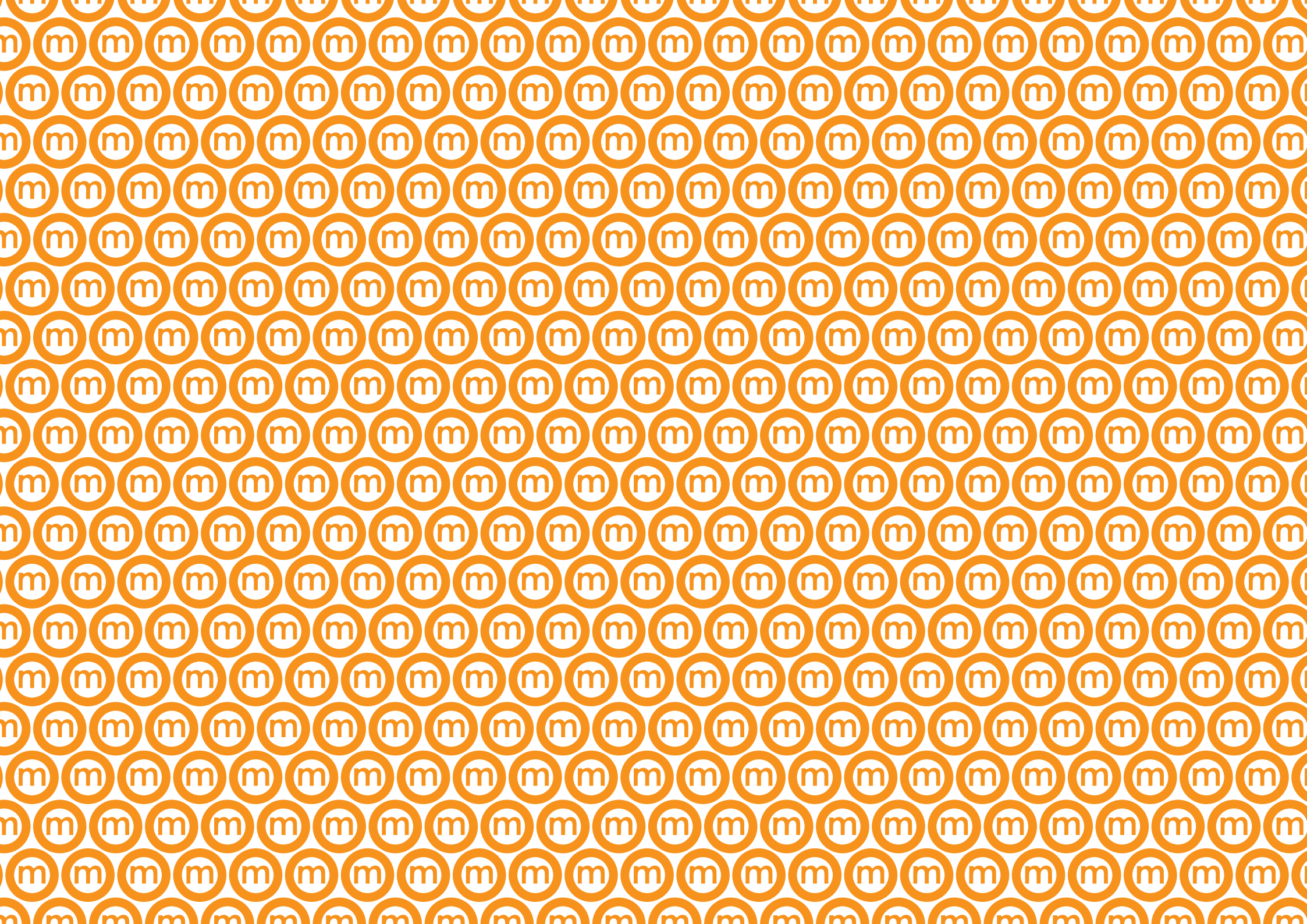




Reclamebeleid







## Reclamebeleid

30 mei 2013





## Inhoudsopgave

1	Inleiding	7	4	Overige reclame	41
1.1	Aanleiding	7			
1.2	Doelstelling	7	5	Uitvoering beleid	45
1.3	Aanverwant beleid en status	8	5.1	Overgangsregeling	45
1.4	Leeswijzer	8	5.2	Evaluatie	45
2	Beleidskaders	9			
2.1	Reikwijdte beleid	9	Bijlage 1:	Begrippenlijst	
2.2	Wettelijk kader	9	Bijlage 2:	Deelgebiedenkaart	
3	Gevelreclame	11			
3.1	Algemene uitgangspunten	11			
3.2	Binnenstad Meppel	16			
3.3	Aanloopgebieden	20			
3.4	Winkelcentra	24			
3.5	Kantoren- en bedrijventerreinen	28			
3.6	Sportterreinen	32			
3.7	Buitengebied	36			

## Colofon

**Uitgave van:** Gemeente Meppel / **Afdeling:** Ontwikkeling & Strategie / **Vaststelling gemeenteraad:** 30 mei 2013





## Hoofdstuk 1: Inleiding

Reclame is niet meer weg te denken uit het straatbeeld. Met licht-reclame, vlaggen, uitstallingen van producten of billboards worden potentiële klanten overgehaald tot de aanschaf van een product of dienst. In gebieden met veel winkels en bedrijven zoals de Meppeler binnenstad zijn veel reclame-uitingen om de aandacht van de consument te trekken. Op een aantal plekken is echter zoveel reclame op gevels en in de openbare ruimte ontstaan, dat de kwaliteit van de openbare ruimte onder druk is komen te staan. De gemeente Meppel wil samen met de ondernemers de uitstraling van de stad versterken. Deze beleidsnota beschrijft de wensbeelden en randvoorwaarden voor reclame aan de gevel of op het erf. Hierbij gaat het zowel om de reclame-uiting op zich, als de plek van de reclame op of aan de gevel.

### 1.1 Aanleiding

De gemeente Meppel zet zich samen met de ondernemers in om de openbare ruimte van de stad zichtbaar en beleefbaar te houden. Voor de Meppeler binnenstad is hiervoor de Binnenstadsvisie opgesteld. Het ontwikkelen van een handhaafbaar beleid voor reclamevoering wordt genoemd als ambitie voor de gemeente Meppel. Het project 'Meppel Schoon, Stads en Sjiek' is een van de projecten die is voortgekomen uit de Binnenstadsvisie. Hiermee wordt onderkend dat het historische centrum van Meppel het middelpunt van de gemeente is en een cultuurhistorisch en economisch waardevol gebied. Een aantrekkelijk verblijfsklimaat van de binnenstad heeft een positieve uitstraling naar de stad als geheel.

De openbare ruimte van de Meppeler binnenstad wordt sinds 2009 heringericht. Om het verblijfsklimaat van de binnenstad te vergroten zijn naast een nieuwe bestrating ook nadere regels gesteld voor uitstallingen en terrassen.

Deze Nota Reclamebeleid beschrijft wensbeelden en randvoorwaarden voor reclame-uitingen. De nota geldt voor de gehele gemeente Meppel. Binnen de gemeente zijn echter verschillende gebieden te onderscheiden met elk een eigen ruimtelijke karakteristiek. In een winkelgebied is bijvoorbeeld meer mogelijk dan in een woonwijk. Het beleid is daarom specifiek gemaakt voor de verschillende gebieden binnen de gemeente Meppel.

### 1.2 Doelstelling

Het uitgangspunt voor deze Nota Reclamebeleid is de verbetering van de ruimtelijke kwaliteit, leefbaarheid en herkenbaarheid van de gemeente Meppel. Het waarborgen van de ruimtelijke kwaliteit van de directe omgeving van de reclame-uiting, is de basis voor het beleid. Hierbij worden uiteraard voldoende mogelijkheden geboden aan ondernemers om hun producten of diensten kenbaar te maken. In het kader van het verminderen van de regeldruk wordt het beleid tevens vereenvoudigd. Een eenduidig beleid voor reclame leidt binnen de gemeentelijke organisatie tot een uniforme en vlotte afhandeling van aanvragen. De volgende doelen voor de Nota Reclamebeleid zijn geformuleerd:

Primair doel:

- Het reguleren van reclame-uitingen op of aan de gevel of op eigen erf om hiermee de ruimtelijke kwaliteit van de openbare ruimte in de gemeente Meppel te handhaven en versterken.

Secundaire doelen:

- Het opstellen van een eenduidig beleid ten aanzien van

- reclame-uitingen, waarbij een vermindering van de regeldruk wordt gerealiseerd.
- Het waarborgen van een doelmatig en veilig gebruik van de openbare ruimte.

### **1.3 Aanverwant beleid en status**

De gemeente Meppel streeft naar deregulering om een vermindering van de regeldruk voor burgers en ondernemers te realiseren. In dit kader is vanaf 1 januari 2012 in de gemeentelijke Algemene Plaatselijke Verordening (APV) voor gevelreclame slechts opgenomen dat het geen gevaar voor verkeer of omwonenden mag opleveren (artikel 4.9). Grotere reclame-uitingen waarvoor een omgevingsvergunning is vereist, worden getoetst aan het Bouwbesluit en de Welstandsnota, waarvan deze Nota Reclamebeleid onderdeel wordt. Voor overige reclame-uitingen geldt deze nota als een wensbeeld. Hierbij wordt wel opgemerkt dat ook vergunningvrije reclame-uitingen met een storende uitwerking gehandhaafd kunnen worden met de excessenregeling in de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) en in de toekomstige ook in de gemeentelijke Welstandsnota.

Reclamevormen en type uitstallingen die niet in deze notitie worden besproken, moeten worden beoordeeld aan de hand van bovenstaande doelen en de wel toepasbare beleidsregels van het beleid.

Deze Nota Reclamebeleid wordt onderdeel van de gemeentelijke Welstandsnota. Daarnaast zijn er Nadere regels opgesteld voor uitstallingen en terrassen om deze te kunnen handhaven. De basis voor de nadere regels is de APV van de gemeente Meppel. Deze zijn 26 juni 2012 vastgesteld door het college respectievelijk de burgemeester.

### **1.4 Leeswijzer**

Dit inleidende hoofdstuk biedt inzichten in de aanleiding en doelstelling van het reclamebeleid. In hoofdstuk 2 wordt de reikwijdte en het wettelijke kader voor het beleid bepaald. In hoofdstuk 3 volgen functionele en ruimtelijke richtlijnen voor reclame-uitingen aan de gevel of op het erf. Naast algemene regels voor de gehele gemeente, worden specifieke randvoorwaarden beschreven voor zes deelgebieden. Telkens wordt kort de essentie van het gebied beschreven en zijn randvoorwaarden geformuleerd. Dit wordt toegelicht aan de hand van schema's en referentiebeelden. Hoofdstuk 4 gaat in op het beleid ten aanzien van overige reclame-uitingen, zoals twee- en drievlaksborden, verwijsborden enzovoorts. Hoofdstuk 5 gaat in op de uitvoering van het beleid. Het beschrijft de overgangsregeling naar het nieuwe beleid, de handhaving van de nieuwe regels en geeft een voorstel voor de evaluatie van het beleid. Als bijlagen ten slotte zijn de begrippenlijst en een gedetailleerdere deelgebiedenkaart toegevoegd.





## Hoofdstuk 2: Beleidskaders

### 2.1 Reikwijdte beleid

Reclame is een breed begrip. In het kader van deze Nota Reclamebeleid wordt het in algemene zin gedefinieerd als: "Iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen. Reclame (...) kan verschillende vormen aannemen, waarbij in veel gevallen, het commercieel belang voorop staat."

In deze Nota Reclamebeleid wordt de reikwijdte van reclame-uitingen als volgt gedefinieerd:

- Reclame aan gevels en zuilen, lichtelementen, vaste elementen zoals (verlichte) platte borden, uithangborden en vlaggen. Hierbij kan reclame ook uit losse letters bestaan.
- Inpandige reclame (tegen of maximaal 0,50 meter achter glas) en voor zover zichtbaar vanaf de openbare weg.
- Vrijstaande reclame-uitingen op eigen terrein; met uitzondering van uitstallingen en terrassen, hiervoor gelden de Nadere regels uitstallingen en terrassen.

Ten aanzien van reclame-uitingen heeft deze nota geen betrekking op:

- Handelsreclame in etalages of op straatmeubilair zoals lichtmasten ofabri's.
- Handelsreclame op uitstallingen of terrasmeubilair in de openbare ruimte.
- Reclame-uitingen op rijdende, varende of vliegende objecten.

### 2.2 Wettelijk kader

De juridische grondslag voor de Nota Reclamebeleid is gelegen in een aantal (wettelijke) kaders. De belangrijkste is de Welstandsnota, waar deze nota onderdeel van is. Hieronder volgt een opsomming van de kaders die specifiek van toepassing zijn op reclame-uitingen.

#### Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) en Woningwet

Op grond van artikel 1 lid 1 van de Woningwet wordt onder bouwen verstaan: "Het plaatsen, het geheel of gedeeltelijk oprichten, vernieuwen of veranderen en het vergroten van een bouwwerk, alsmede het geheel of gedeeltelijk oprichten, vernieuwen of veranderen of het vergroten van een standplaats."

Indien een reclameconstructie aan te merken is als bouwactiviteit in de zin van artikel 2.1 en 2.2 van de Wabo en bijlage II van het Besluit omgevingsrecht (Bor), is voor het plaatsen van deze constructie een omgevingsvergunning vereist. Uit jurisprudentie blijkt dat reclame-uitingen al snel aan te merken zijn als bouwactiviteit. In dat geval wordt de aanvraag van de omgevingsvergunning getoetst aan vier kaders:

- Bestemmingsplan
- Bouwverordening, Bouwbesluit
- Monumentenwet, Provinciale Monumentenverordening 2008 of Erfgoedverordening Meppel 2010
- Welstandsnota

Niet alleen reclame-uitingen waarvoor een omgevingsvergunning is vereist kunnen worden gereguleerd. Ook vergunningvrije reclame-

uitingen met een storende uitwerking op de omgeving (slecht materiaalgebruik, sterk afwijkend kleurgebruik of ondoelmatige gebruik) kunnen worden gehandhaafd. Hiervoor biedt de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) een excessenregeling, waarmee handhaving kan plaatsvinden op alle (ook vergunningvrije) bouwwerken met een negatieve invloed op de omgeving. Om te voorkomen dat burgers of ondernemers achteraf geconfronteerd wordt met deze excessenregeling, kan de aanvrager altijd de te plaatsen reclame-uiting voorleggen aan de gemeente en welstand; de vrijwillige welstandstoets.

#### Monumentenwet

Voor het aanbrengen van reclame op een beschermd Rijksmonument is op grond van artikel 11 lid 2 en de artikelen 12 en 13 van de Monumentenwet 1988 een omgevingsvergunning vereist. Ditzelfde geldt voor gemeentelijke en provinciale monumenten op basis van de Erfgoedverordening Meppel 2010 en de Provinciale Monumentenverordening 2008. De monumentencommissie adviseert over de aanvraag voor een omgevingsvergunning voor monumenten.

#### Welstandsnota

Volgens artikel 12a van de Woningwet kan de gemeenteraad een Welstandsnota vaststellen. Hierin worden toetsingscriteria gespecificeerd waaraan de aanvraag van een omgevingsvergunning wordt getoetst. De nota beschrijft de randvoorwaarden aan de vormgeving van bouwwerken en de relatie met de omgeving. De welstandscommissie is het bevoegd gezag voor de uitvoering van welstandstoezicht. Aan de Welstandsnota kunnen wijzigingen of aanvullingen worden toegevoegd waaraan ook getoetst wordt. De Nota Reclamebeleid is een dergelijke aanvulling.

#### Algemene Plaatselijke Verordening (APV)

De APV treedt pas in werking als een hogere regeling (zoals de eerder genoemde wetten) niet in dit onderwerp voorziet. Eerst moet dus beoordeeld worden of andere wetten van toepassing zijn. De APV heeft een openbare orde karakter, waarbij er meerdere artikelen zijn die (gedeeltelijk) van toepassing zijn op het reclamebeleid, te weten:

Artikel 2.3	Het plaatsen van voorwerpen op of aan een openbare plaats in strijd met de publieke functie er van
Artikel 2.25	Plakken en kladden
Artikel 4.9	Verbod hinderlijke of gevaarlijke reclame



## Hoofdstuk 3: Reclame op gevels en vrijstaande reclame op eigen erf

### 3.1 Algemene uitgangspunten reclame

De kwaliteit van reclame in het kernwinkelgebied bepaalt mede het verblijfsklimaat van de Meppeler binnenstad. Ingetogen reclame-uitingen bieden meer ruimte voor de beleving van de historische panden en de openbare ruimte. Dit hoofdstuk omschrijft het wensbeeld ten aanzien van reclame op de gevel en vrijstaande reclame op eigen erf. Er kunnen algemene functionele en ruimtelijke uitgangspunten worden onderscheiden. In de tabel hiernaast staan de functionele uitgangspunten opgesomd.

Naast deze functionele uitgangspunten, zijn ook algemene ruimtelijke uitgangspunten gedefinieerd. Deze randvoorwaarden zijn weer gegeven in de tabel op pagina 12.

Uitgangspunt voor het reclamebeleid is het waarborgen van het ruimtelijke beeld van de directe omgeving (hoofdstuk 1.2). Deze context verschilt echter per gebied, immers de historische binnenstad is anders dan een bedrijventerrein. In deze Nota Reclamebeleid worden daarom naast de algemene beleidsregels zes deelgebieden onderscheiden met elk eigen ruimtelijke kwaliteiten en daarmee mogelijkheden voor reclame. De gemeente is als volgt ingedeeld:

1. Binnenstad Meppel
2. Aanloopgebieden
3. Winkelcentra
4. Bedrijven- en kantorenterreinen
5. Sportterreinen
6. Buitengebied

De woongebieden ontbreken in bovenstaande lijst, reclame-uitingen van enige omvang zijn in woonwijken ongewenst. Bladzijden 13, 14 en 15 tonen de gebiedsindeling op de kaart. Als bijlage is een grote overzichtskaart opgenomen. In de volgende hoofdstukken worden de mogelijkheden voor reclame in de zes deelgebieden toegelicht.

#### ALGEMENE FUNCTIONELE RICHTLIJNEN

1. Reclame-uitingen zijn niet kwetsend of aanstootgevend.
2. Reclame-uitingen hebben een functionele binding met het pand waarop de reclame is geplaatst.
3. Reclame-uitingen zijn geplaatst op het gedeelte van het pand waar de activiteit plaatsvindt.
4. Reclame-uitingen zijn gericht op de (belangrijkste) openbare ruimte.
5. Vorm, kleur, afmeting en plaats van de reclame-uiting is passend bij het karakter van de architectuur van het pand waarop de reclame is geplaatst.
6. Veel en frequente herhaling van dezelfde tekst en een grote hoeveelheid tekst dient voorkomen te worden.
7. Reclame-uitingen hebben een eigen kwaliteit qua vormgeving, typografie, kleurstelling, lay-out en materiaalgebruik.
8. Reclame-uitingen respecteren de oorspronkelijke parcellering en indeling van de pui en zijn strokend met de kozijnindeling.
9. Reclame-uitingen tot maximaal 0,50 m achter het glas (binnenzijde pand) worden aangemerkt als gevelreclame.
10. Reclame-uitingen zijn alleen verlicht tijdens openingstijden of tot een maximum van 06:00 tot 00:00 uur. Aanlichten van reclame is niet overall toegestaan.



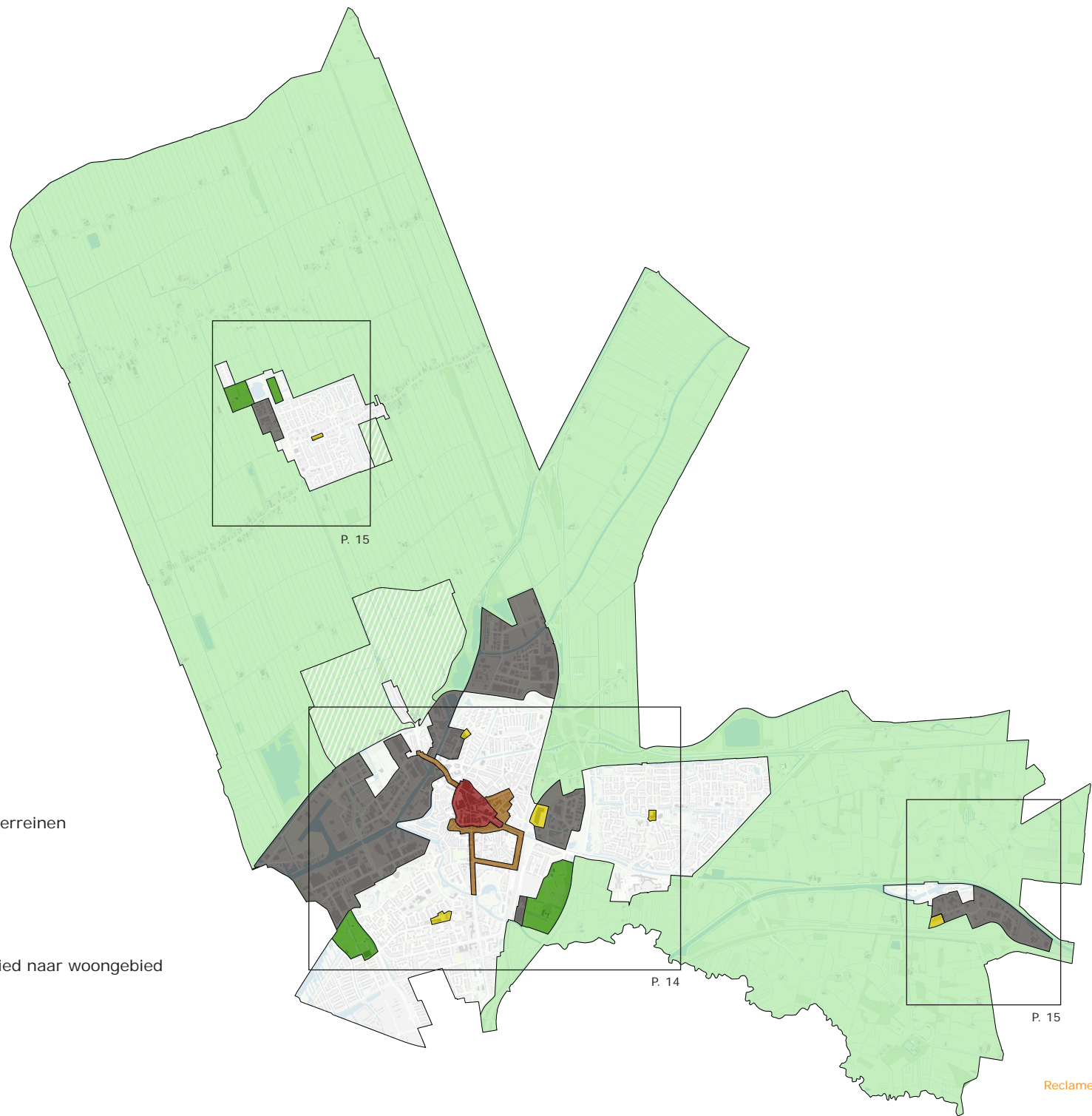
Reclame tbv verkoop van een onroerende zaak (pt. 2)



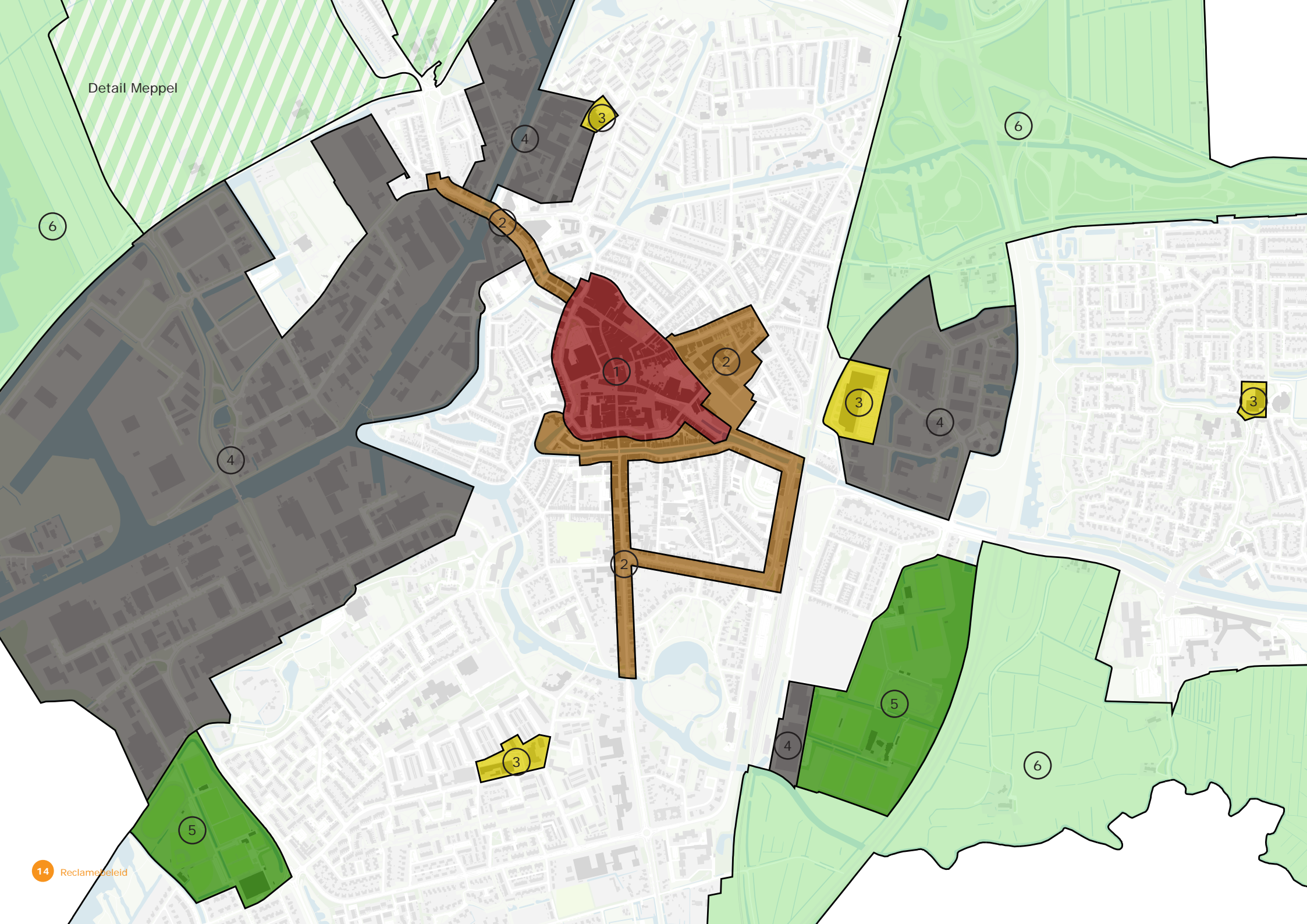
Reclame tbv van in uitvoering zijnde werken (pt. 3)

ALGEMENE RUIMTELIJKE RICHTLIJNEN	
Wenselijk:	Niet wenselijk:
<ol style="list-style-type: none"> <li>Plaatsen van één (niet-verlichte) reclame-uiting aan panden met de hoofdbestemming wonen ten behoeve van een aan huis gebonden beroep, met een maximaal oppervlak van 0,10 m<sup>2</sup>.</li> <li>Plaatsen van reclame-uitingen ten behoeve van de verkoop, verhuur of verpachting van een onroerende zaak voor zolang zij feitelijke betekenis hebben, met een maximaal oppervlak van 0,50 m<sup>2</sup> per pand.</li> <li>Plaatsen van reclame-uitingen ten behoeve van in uitvoering zijnde bouwwerken voor zolang zij feitelijke betekenis hebben en mits deze zijn geplaatst op of bij de in uitvoering zijnde bouwwerken zelf, met een maximaal oppervlak van 8,00 m<sup>2</sup>.</li> <li>Reclame-uitingen op luifels en zonneschermen met een maximaal oppervlak van 10% van het oppervlak van het onderdeel (doek of volant) waar de reclame op is geplaatst, hierbij bevindt de reclame zich bij voorkeur op de volants.</li> <li>Aan gevels bevestigde vlaggen en wimpels ten behoeve van commerciële doeleinden voor zover zij betrekking hebben op acties van (kennelijk) tijdelijke aard met een maximum van zes aaneengesloten weken en mits er maximaal drie vlaggen en/of wimpels per pand zijn aangebracht met een totaal maximaal oppervlak van 1,50 m<sup>2</sup>.</li> <li>De plaatsing van twee- en drievlaksborden in de openbare ruimte wordt momenteel uitgewerkt, hierbij worden specifieke randvoorwaarden gesteld aan de plaatsing, vormgeving en uitstraling van de borden en reclame-uitingen hierin.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Plaatsen van reclame-uitingen op een pand met alleen een woonbestemming.</li> <li>Plaatsen van bewegende en/of knipperende reclame-uitingen.</li> <li>Plaatsen van reclame-uitingen in reflecterende en/of fluorescerende kleuren.</li> <li>Plaatsen van licht- en/of neoncontourlijnen.</li> <li>Aanbrengen van gevelbeschilderingen die dienen als reclame-uiting.</li> </ol>

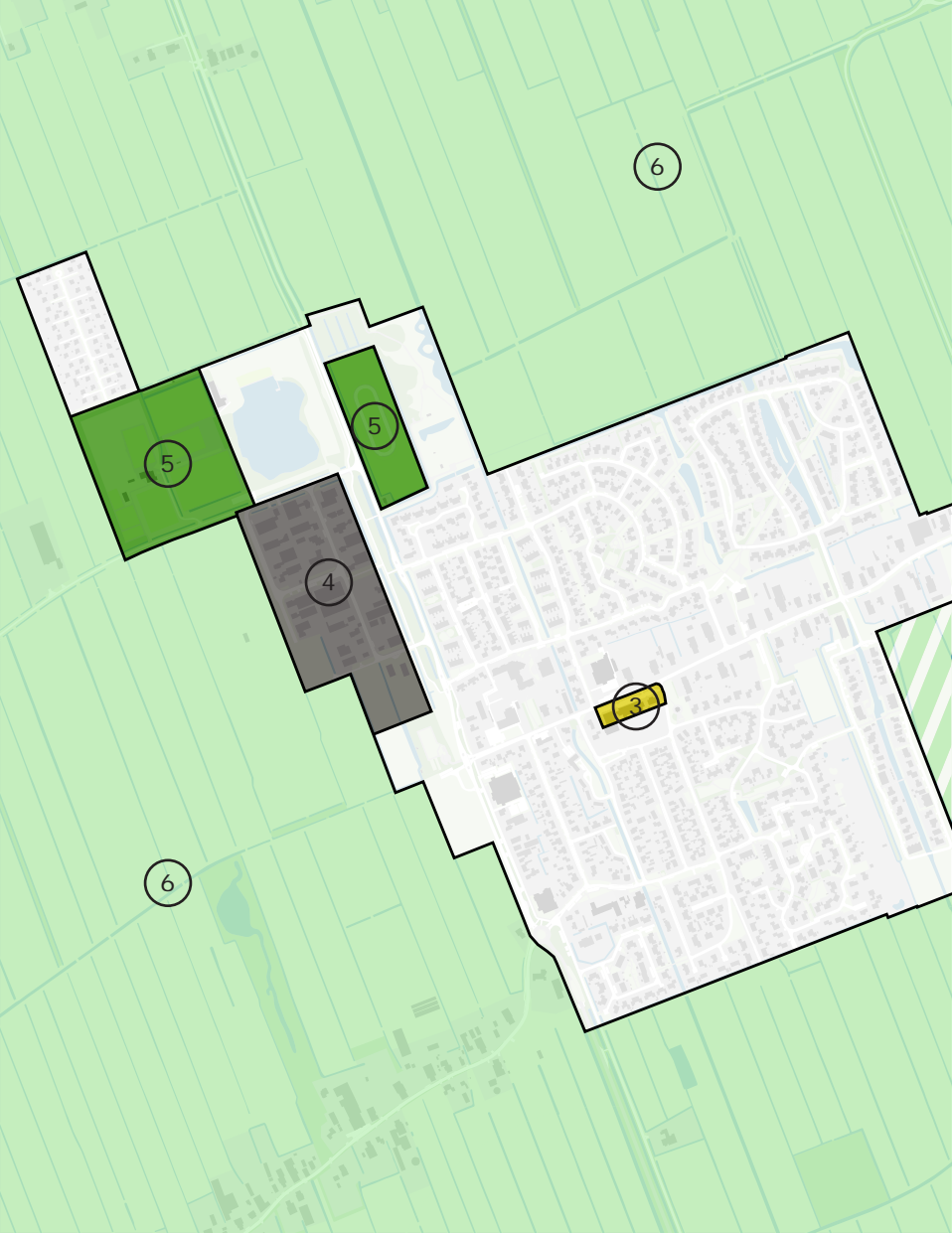
-  1. Binnenstad Meppel
-  2. Aanloopgebied
-  3. Winkelcentra
-  4. Bedrijven- en kantorenterreinen
-  5. Sportterreinen
-  6. Buitengebied
-  Ontwikkeling buitengebied naar woongebied
-  Woongebieden



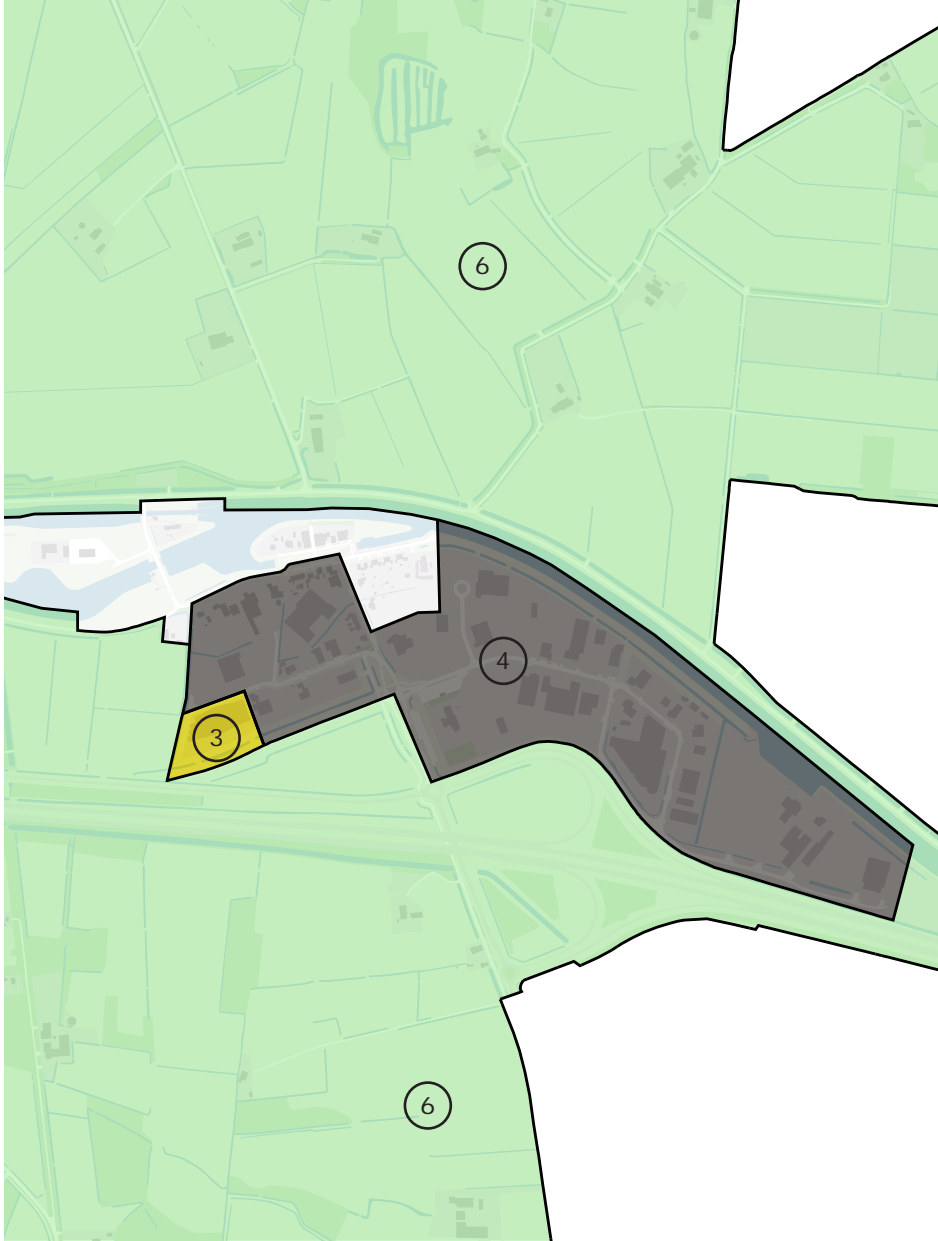
Detail Meppel



Detail Nijeveen



Detail Rogat





Sfeerbeelden Binnenstad Meppel

### 3.2 Binnenstad Meppel

De historische binnenstad van Meppel is het middelpunt van de stad en cultuurhistorisch en economisch een waardevol gebied. Een aantrekkelijk verblijfsklimaat van de binnenstad heeft een positieve uitstraling naar de stad als geheel. De binnenstad vertegenwoordigt een combinatie van woningen, winkels en horeca. Het cultuurhistorisch karakter is dominant in het straatbeeld, of zou dit moeten zijn. Daarom worden reclame-uitingen in dit deelgebied door de gemeente Meppel beperkt. Zo garandeert zij dat iedere ondernemer door het winkelend publiek gezien kan worden, maar ook dat het winkelend publiek de historische binnenstad kan beleven.

Voor de reclame-uitingen in de binnenstad van Meppel wordt onderscheid gemaakt tussen reguliere en monumentale panden. Voor monumenten zijn de randvoorwaarden stringenter dan voor reguliere panden en moet meer aandacht worden besteed aan de architectonische relatie met het pand. Reclame-uitingen aan de gevel worden in de binnenstad beperkt tot maximaal twee stuks per (bedrijfs)pand, hiervan staat er maximaal één haaks op de gevel. Reclame plat op de gevel is bij voorkeur uitgevoerd met open letters, bij monumenten is dit verplicht. Hiermee wordt het gevelbeeld en de architectonische relatie tussen onder- en bovenbouw zo min mogelijk verstoord. Om de toepassing van open letters te stimuleren is hier mee de grootste breedte toegestaan. In de tabel is per categorie aangegeven wat wel of niet wenselijk is.



BINNENSTAD MEPPEL	Wenselijk	Niet wenselijk:
<b>Regulier bedrijfspand</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plaatsen van maximaal twee reclame-uitingen per bedrijfspand, waarvan maximaal één haaks op de gevel (voor hoekpanden geldt één extra reclame-uiting per extra voorzijde).</li> <li>2. Reclame haaks op de gevel heeft een maximale afmeting van 0,80 x 0,60 m (h x b), waarbij de reclame maximaal 0,70 m uit de gevel steekt.</li> <li>3. Reclame-uitingen plat op de gevel zijn bij voorkeur uitgevoerd met open letters, deze hebben een maximale afmeting van 70% van de totale pand-breedte met een maximum van 4,50 m en een maximale hoogte van 0,40 m.</li> <li>4. Reclame-uitingen plat op de gevel met borden en/of platen hebben een maximale afmeting van 50% van de totale pandbreedte met een maximum van 3,50 m en een maximale hoogte van 0,40 m.</li> <li>5. Reclame-uitingen plat op de gevel met lichtbakken hebben een maximaal oppervlak van 0,50 m<sup>2</sup>.</li> <li>6. Volledig beplakken van glazen deuren en ramen tot een hoogte van maximaal 1,20 m boven straatniveau</li> <li>7. Beplakken van glazen deuren en ramen boven 1,20 m boven straatniveau tot maximaal 10% van het oppervlak</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plaatsen van reclame boven de onderzijde van de kozijnen op de 1e verdieping (zie pagina 19).</li> <li>2. Plaatsen van reclame boven op luifels.</li> <li>3. Plaatsen van reclame haaks aan erkers of balkons.</li> <li>4. Toevoegen van luifels, overkappingen of drooglopen.</li> <li>5. Plaatsen van spandoeken, vlaggen of spanframes.</li> </ol>
<b>Monumentaal bedrijfspand</b>	<p>Zie bovenstaande, met als aanvulling:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Reclame-uitingen zijn ondergeschikte bouwkundige elementen en passend bij het architectonisch karakter van het pand.</li> <li>9. Wanneer de bestaande architectuur specifieke mogelijkheden biedt voor reclame (koofborden, reclamevelden), dan dient deze ruimte gebruikt te worden.</li> <li>10. Reclame-uitingen plat op de gevel zijn uitsluitend uitgevoerd middels open letters.</li> </ol>	<p>Zie bovenstaande, met als aanvulling:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Plaatsing van lichtbakken, reclameborden en/of -platen.</li> </ol>



Referentie open letters



Referentie reclame-uitingen op historisch pand



Referentie reclame-uiting haaks op gevel



Referentie open letters

## BINNENSTAD MEPPEL



### Reclame haaks op gevel:

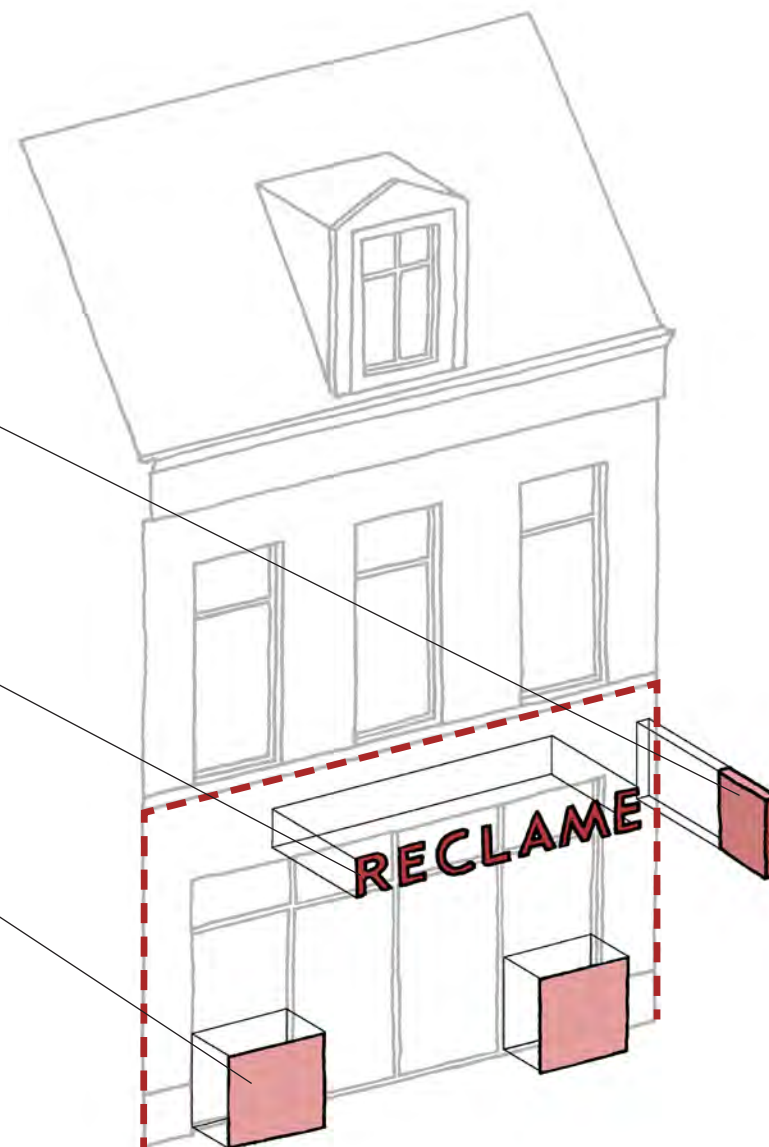
- max 0,80 x 0,60 m (h x b)
- max 0,70 m uit de gevel

### Reclame plat op gevel (open letters):

- max 70% van totale pandbreedte met max van 4,50 m
- max 0,40 m hoogte

### Beplakken ramen / glazen deuren:

- 100% tot max 1,20 m boven straatniveau
- 10% vanaf 1,20 m boven straatniveau





### 3.3 Aanloopgebieden

Het deelgebied aanloopgebieden bestaat uit de verschillende invalswegen richting de binnenstad. Deze routes hebben veelal een cultuurhistorische kwaliteit (Marktstraat, Stationsweg, Zuideinde) en zijn mede bepalend voor de beleving en aantrekkelijkheid van de Meppeler binnenstad. In de aanloopgebieden is woningbouw de hoofdfunctie, maar daarnaast komt een mix van functies voor, zoals kleinschalige detailhandel, horeca en kantoorfuncties. Voor reclameuitingen in de aanloopgebieden gelden voor een groot deel dezelfde randvoorwaarden als in de historische binnenstad. Ook hier wordt onderscheid gemaakt tussen reguliere panden en monumenten. In de tabel is per categorie aangegeven wat wel en niet wenselijk is.



Sfeerbeelden Aanloopgebied

AANLOOPGEBIEDEN	Wenselijk	Niet wenselijk:
<b>Regulier bedrijfspand</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plaatsen van maximaal twee reclame-uitingen per bedrijfspand, waarvan maximaal één haaks op de gevel (voor hoekpanden geldt één extra reclame-uiting per extra voorzijde).</li> <li>2. Reclame haaks op de gevel heeft een maximale afmeting van 0,80 x 0,60 m (h x b), waarbij de reclame maximaal 0,70 m uit de gevel steekt.</li> <li>3. Reclame-uitingen plat op de gevel zijn bij voorkeur uitgevoerd met open letters, deze hebben een maximale afmeting van 70% van de totale pand-breedte met een maximum van 4,50 m en een maximale hoogte van 0,40 m.</li> <li>4. Reclame-uitingen plat op de gevel met borden en/of platen hebben een maximale afmeting van 50% van de totale pandbreedte met een maximum van 3,50 m en een maximale hoogte van 0,40 m.</li> <li>5. Reclame-uitingen plat op de gevel met lichtbakken hebben een maximaal oppervlak van 0,50 m<sup>2</sup>.</li> <li>6. Reclame bevindt zich op eigen terrein.</li> <li>7. Reclame bevindt zich op of nabij de entree van het pand.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plaatsen van reclame boven de onderzijde van de kozijnen op de 1e verdieping (zie pagina 23).</li> <li>2. Plaatsen van reclame boven op luifels.</li> <li>3. Plaatsen van reclame haaks aan erkers of balkons.</li> <li>4. Toevoegen van luifels, overkappingen of drooglopen.</li> <li>5. Plaatsen van bewegende of knipperende lichtelementen of lichtlijnen.</li> <li>6. Plaatsen van spandoeken, vlaggen of spanframes.</li> </ol>
<b>Monumentaal bedrijfspand</b>	<p><i>Zie bovenstaande, met als aanvulling:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Reclame-uitingen zijn ondergeschikte bouwkundige elementen en passend bij het architectonisch karakter van het pand.</li> <li>9. Wanneer de bestaande architectuur specifieke mogelijkheden biedt voor reclame (koofborden, reclamevelden), dan dient deze ruimte gebruikt te worden.</li> <li>10. Reclame-uitingen zijn uitgevoerd met open letters.</li> </ol>	<p><i>Zie bovenstaande, met als aanvulling:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Plaatsen van lichtbakken, reclameborden en/of -platen.</li> </ol>



Referentie reclamebord



Referentie reclamebord



Referentie reclamebord



Referentie open letters

## AANLOOPGEBIEDEN

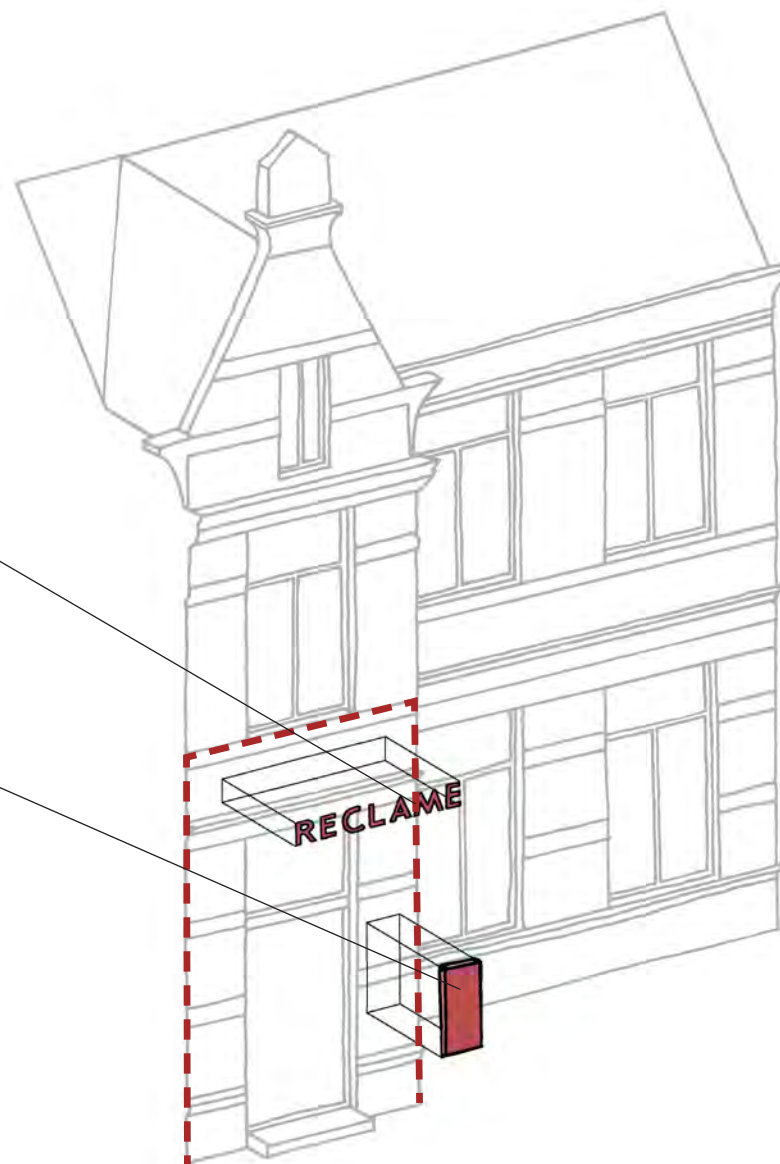


### Reclame plat op gevel (open letters):

- max 70% van pandbreedte met max van 4,50 m
- max 0,40 m hoogte

### Reclame:

- max oppervlak van 0,40 m<sup>2</sup>
- niet aangelicht





### 3.4 Winkelcentra

Het deelgebied winkelcentra omvat meer perifeer gelegen winkellocaties. Hierbij gaat het om de wijkwinkelcentra zoals Koedijklanden, Haveltermade, Oosterboer en Nijeveen. Verder omvat het de grotere detailhandelslocaties die zich voornamelijk richten op de meubel- en doe-het-zelfbranche als Blankenstein en Rogat. Het publiek bezoekt deze locaties veelal doelgerichter dan bijvoorbeeld de binnenstad en daarmee worden andere eisen gesteld aan de inrichting van de openbare ruimte.

Ten aanzien van reclame-uitingen in het deelgebied winkelcentra wordt ondernemers veel mogelijkheden geboden. Dit is in de tabel hiernaast aangegeven.



Sfeerbeelden Winkelcentra



WINKELCENTRA	tWenselijk	Niet wenselijk:
<p><b>Algemeen</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plaatsen van maximaal twee reclame-uitingen per bedrijfspand, waarvan maximaal één haaks op de gevel (voor hoekpanden geldt één extra reclame-uiting per extra zijde).</li> <li>2. Reclame haaks op de gevel heeft een maximale afmeting van 0,80 x 0,60 m (h x b), waarbij de reclame maximaal 0,70 m uit de gevel steekt.</li> <li>3. Reclame plat op de gevel heeft een maximaal (totaal) oppervlak van 3,00 m<sup>2</sup>.</li> <li>4. Reclame-uitingen zijn bij voorkeur uitgevoerd met open letters.</li> <li>5. Reclame-uitingen zijn geplaatst bij de publiekstoegang / entree.</li> <li>6. Volledig beplakken van glazen deuren en ramen tot een hoogte van maximaal 1,20 m boven straatniveau. Beplakken van glazen deuren en ramen boven 1,20 m boven straatniveau tot maximaal 10% van het oppervlak.</li> <li>7. Plaatsen van maximaal drie aan de gevel bevestigde vlaggen voor commerciële doeleinden, waarbij alle onderdelen van de vlag zich op minimaal 2,30 m boven straatniveau bevinden en geen onderdeel van de vlag zich binnen 0,50 m van het voor het rijverkeer bestemde gedeelte van de weg bevindt.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plaatsen van reclame boven de onderzijde van de kozijnen op de 1e verdieping of, wanneer deze niet aanwezig zijn, plaatsing boven de dakrand.</li> <li>2. Plaatsen van reclame boven op luifels.</li> <li>3. Plaatsen van reclame haaks aan erkers of balkons.</li> <li>4. Toevoegen van luifels, overkappingen of drooglopen.</li> </ol>



Referentie reclame-uiting bij grootschalige detailhandel



Referentie open letters

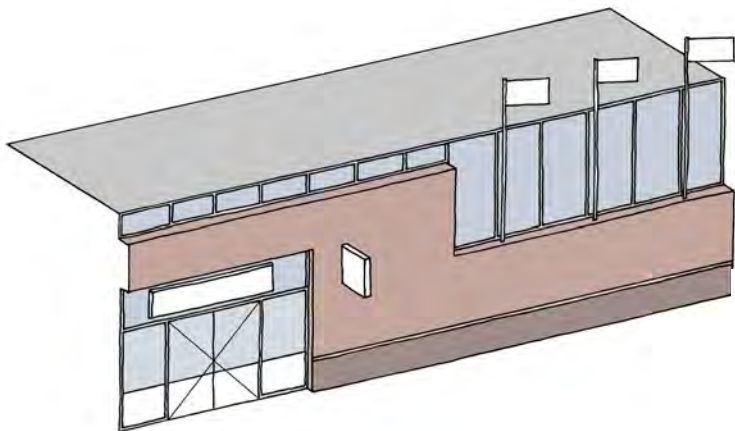


Referentie reclame-uiting haaks op gevel



Referentie transparantie gevels

## WINKELCENTRA

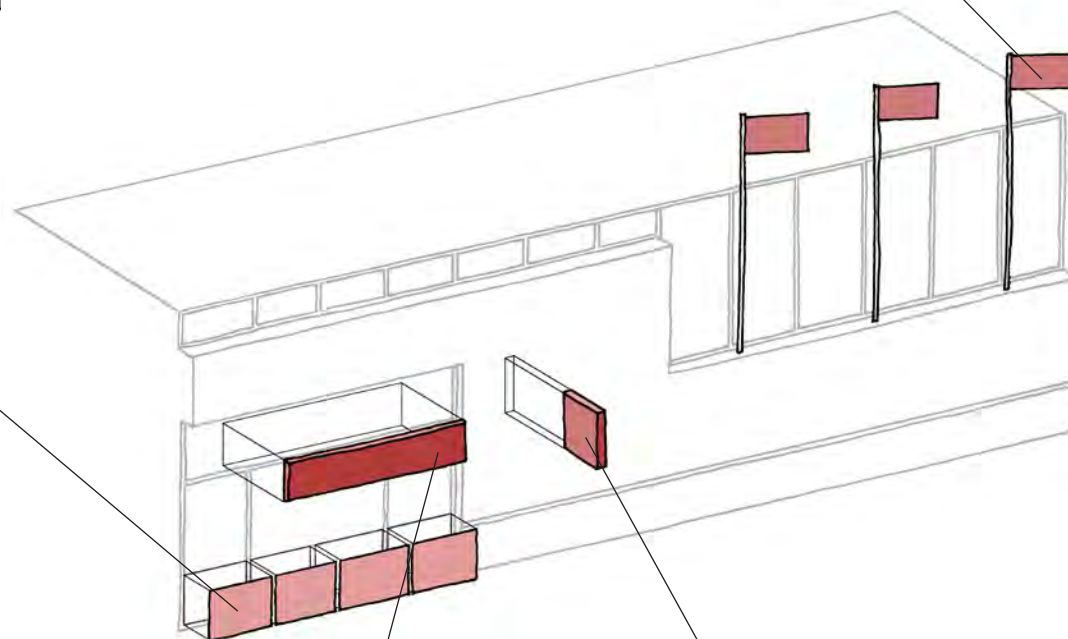


### Commerciële vlaggen:

- max 3 vlaggen
- aan de gevel bevestigd
- alle onderdelen bevinden zich op min 2,30 m boven straatniveau

### Beplakking ramen / glazen deuren:

- 100% tot max 1,20 m boven straatniveau
- 10% vanaf 1,20 m boven straatniveau



### Reclame plat op gevel:

- max oppervlak van 3,00 m<sup>2</sup>
- geplaatst bij (publieks)entree

### Reclame haaks op gevel:

- max 0,80 x 0,60 m (h x b)
- max 0,70 m uit de gevel



### 3.5 Kantoren- en bedrijventerreinen

Voornamelijk aan de noordzijde van Meppel en in Rogat zijn veel bedrijven- en kantorenterreinen. De openbare ruimte in deze gebieden hebben een andere maat en schaal dan bijvoorbeeld de binnenstad of woongebieden. De openbare ruimte is voornamelijk ingericht voor de toegankelijkheid van de automobilist. De randvoorwaarden ten aanzien van gevelreclame is hierop aangepast.

In het deelgebied bedrijven- en kantorenterreinen wordt ondernemers mogelijkheden geboden voor reclame-uitingen op de gevel en de dakrand, maar ook vrijstaand van de bebouwing. In de tabel is per categorie aangegeven wat wel en niet wenselijk is.



Sfeerbeeld Kantoren- en bedrijventerreinen

KANTOREN- EN BEDRIJVEN	Wenselijk	Niet wenselijk:
<b>Algemeen</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plaatsen van reclame-uitingen op de gevel van het pand voor ten hoogste 5% van het geveleppervlak waar de reclame op wordt geplaatst, met een maximum van 10,00 m<sup>2</sup>.</li> <li>2. Reclame-uitingen op de gevel zijn bij voorkeur uitgevoerd met open letters.</li> <li>3. Plaatsen van reclame-uitingen op de dakrand van het pand voor ten hoogste eenderde van de gevellengte waar de reclame op wordt geplaatst, met een maximum van 5,00 m.</li> <li>4. Reclame-uitingen op de dakrand van het pand hebben een maximale hoogte van 0,80 m.</li> <li>5. Reclame-uitingen op de dakrand zijn uitgevoerd in open letters.</li> <li>6. Plaatsen van één vrijstaande reclame-uiting (op eigen terrein) met een maximaal oppervlak van 2,50 m<sup>2</sup></li> <li>7. Vrijstaande reclame-uitingen hebben een maximale hoogte van 5,00 m.</li> <li>8. Plaatsen van maximaal drie vlaggen op eigen terrein</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plaatsen van lichtbakken op de dakrand van het pand.</li> </ol>



Referentie open letters op dakrand



Referentie reclame-uiting plat op gevel

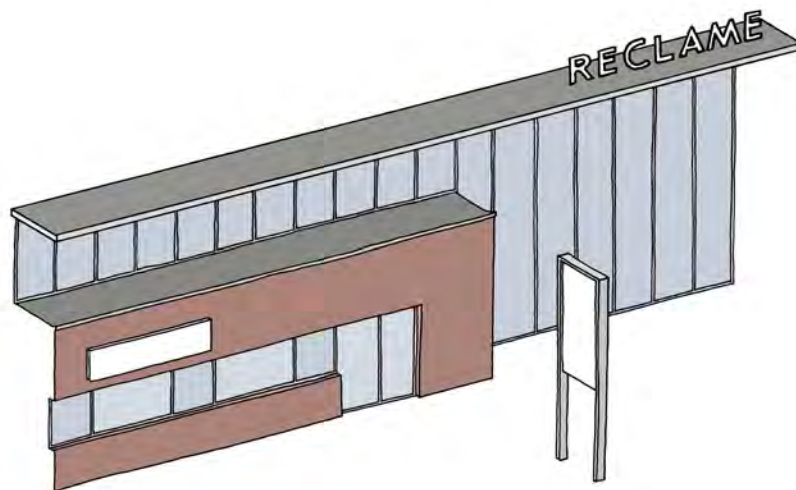


Referentie vrijstaande reclame-uiting



Referentie open letters op dakrand

## KANTOREN- EN BEDRIJVENTERREINEN



### Vrijstaande reclame:

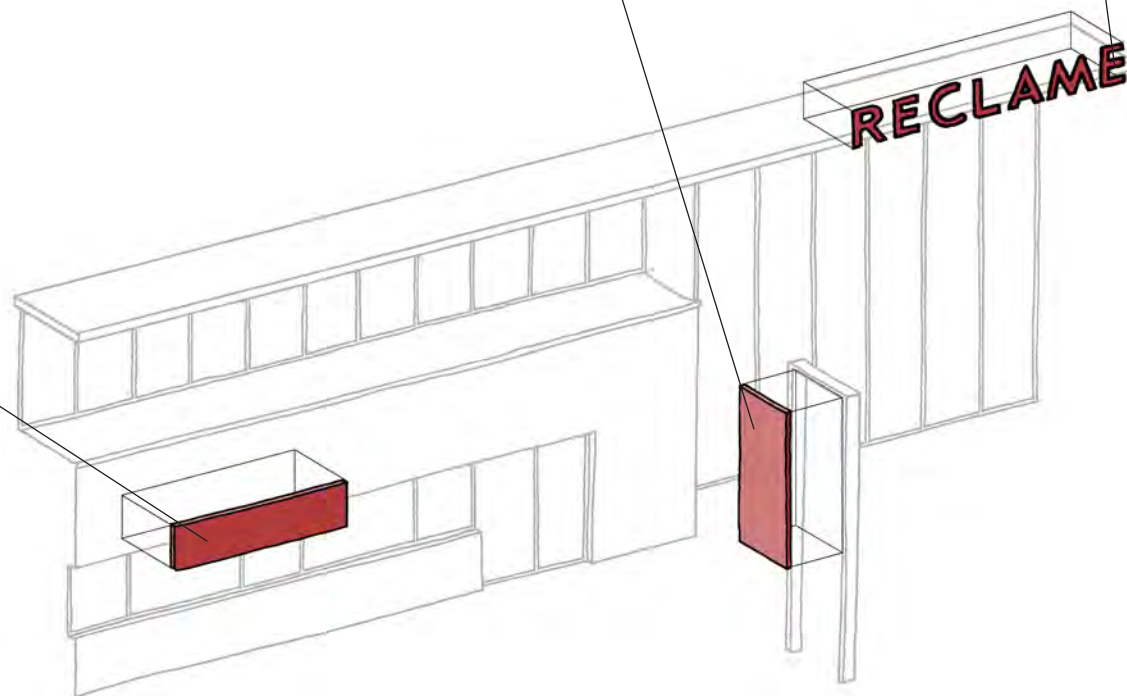
- max oppervlak van 2,50 m<sup>2</sup>
- max hoogte van 5,00 m

### Reclame op dakrand:

- max breedte eenderde van gevel-  
lengte met max van 5,00 m
- max hoogte van 0,80 m
- uitgevoerd in open letters

### Reclame plat op gevel:

- max oppervlak 5,0% van gevelopper-  
vlak met max van 10,00 m<sup>2</sup>
- voorkeur voor open letters





### 3.6 Sportterreinen

In de gemeente Meppel zijn drie sportterreinen, namelijk sportpark Ezinge en Koedijklanden in Meppel en in Nijeveen sportpark De Tussenboerslanden. Op en rond deze sportterreinen komt een veelheid aan reclame-uitingen voor. Deze zijn ondermeer van groot belang om de sportbeoefening (financieel) mogelijk te maken. Randvoorwaarde aan sponsorreclame is dat deze gericht is op het sportveld en niet specifiek op de openbare weg. Reclame-uitingen op de bebouwing beperkt zich tot de naam van de club of het clubhuis.

In de tabel is per categorie aangegeven wat wel en niet wenselijk is.



Sfeerbeeld Sportterreinen



SPORTTERREINEN	Wenselijk	Niet wenselijk:
<p><b>Algemeen</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plaatsen van aan het pand gerelateerde reclame (clubnaam) op de gevel van het pand met een maximaal oppervlak van 2,00 m<sup>2</sup>.</li> <li>2. Plaatsen van één vrijstaande reclame-uiting (op eigen perceel) met een maximaal oppervlak van 2,00 m<sup>2</sup>.</li> <li>3. Plaatsen van (sponsor)reclame gericht op het sportveld met een maximale hoogte van 1,20 m.</li> <li>4. Plaatsen van vlaggen op eigen terrein.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aanlichten van reclame.</li> </ol>



Referentie reclame (clubnaam) op bebouwing



Referentie sponsorreclame gericht op sportveld

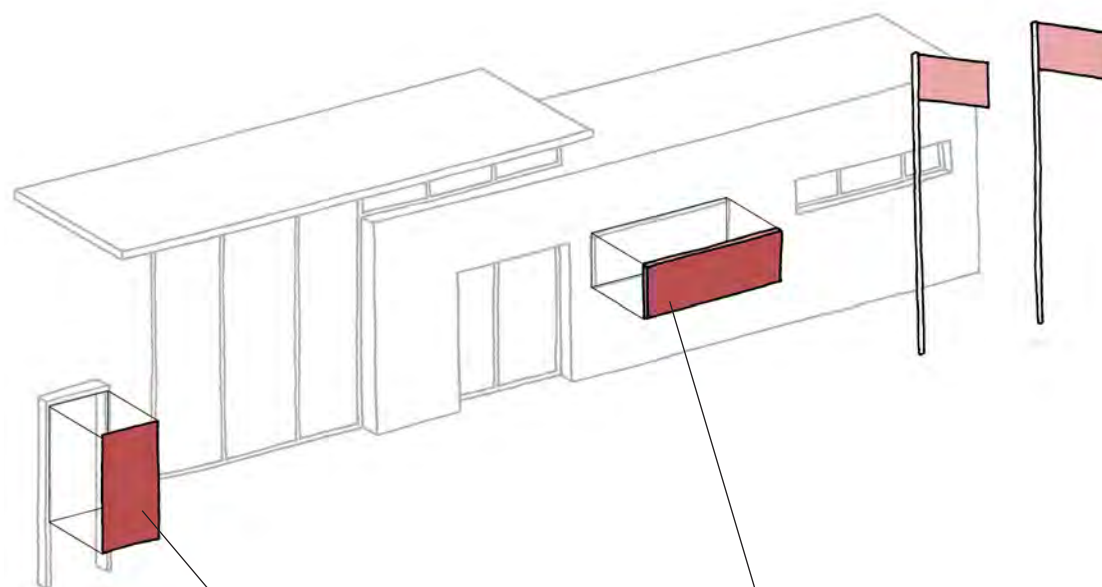
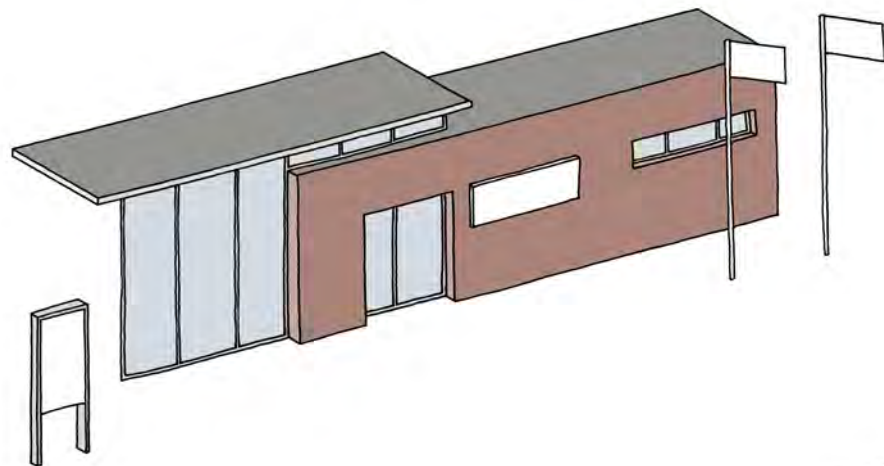


Referentie sponsorreclame gericht op sportveld



Referentie reclame (clubnaam) op bebouwing

## SPORTTERREINEN



Vrijstaande reclame:  
- max oppervlak van 2,00 m<sup>2</sup>

Reclame plat op gevel:  
- max oppervlak van 2,00 m<sup>2</sup>  
- reclame-uiting is aan het pand  
gerelateerd (bv clubnaam)



### 3.7 Buitengebied

Het buitengebied omvat globaal de gebieden buiten de bebouwde kom. Het bestaat voornamelijk uit agrarisch gebied met bosschages, houtwallen en watergangen. Het open karakter van dit deelgebied is een belangrijke kwaliteit en uitgangspunt voor het reclamebeleid. Alleen reclame-uitingen van beperkte omvang zijn daarom toegestaan en alleen op bebouwde percelen. Op onbebouwde percelen is geen reclame toegestaan.

In het buitengebied worden reclame-uitingen van beperkte omvang toegestaan, zowel aan de gevel als vrijstaand van de bebouwing.



Sfeerbeelden Buitengebied

BUITENGEBIED	Wenselijk	Niet wenselijk:
<b>Bebouwd perceel</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="824 421 1377 544">1. Plaatsen van maximaal één reclame-uiting op de gevel van het pand voor ten hoogste 5% van het geveloppervlak waar de reclame op wordt geplaatst, met een maximum van 2,00 m<sup>2</sup>.</li> <li data-bbox="824 552 1377 608">2. Plaatsen van maximaal één vrijstaande reclame-uiting op eigen terrein met een maximaal oppervlak van 2,50 m<sup>2</sup>.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1404 421 1955 443">1. Aanlichten van reclame.</li> </ol>



Referentie vrijstaande reclame



Referentie vrijstaande reclame

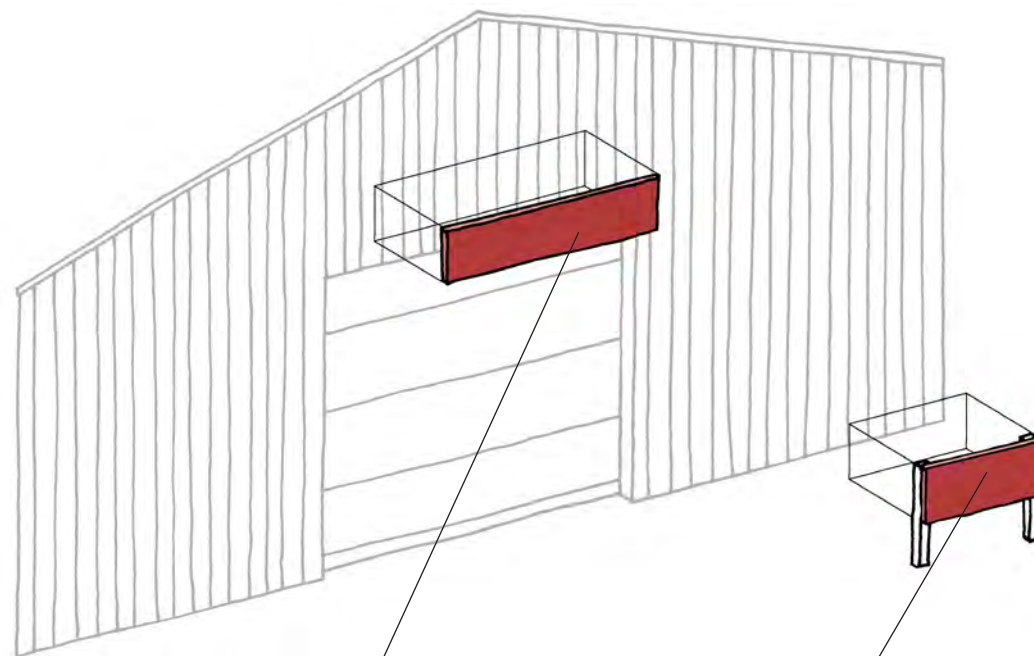
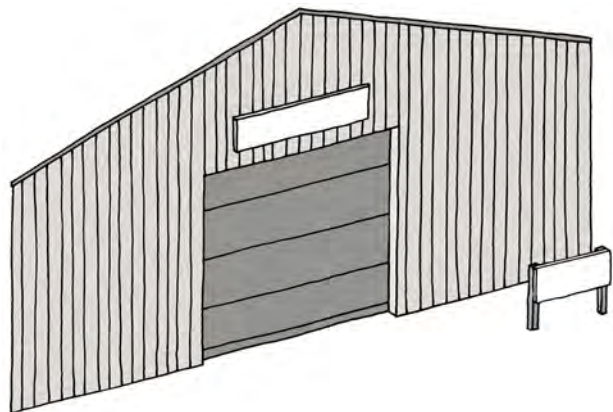


Referentie vrijstaande reclame



Referentie vrijstaande reclame

BUITENGEBIED



Reclame plat op gevel:  
- max oppervlak 5,0% van  
gevelopper-  
vlak met max van 2,00 m<sup>2</sup>

Vrijstaande reclame:  
- max oppervlak van 2,50 m<sup>2</sup>



Sfeerbeelden uitstallingen





## Hoofdstuk 4: Overige reclame

Naast reclame-uitingen aan de gevel of op het eigen erf komt er in de openbare ruimte een veelheid aan reclame voor: uitstallingen, twee- en drievlaksborden, verwijsborden enzovoorts. Met name in het kernwinkelgebied is een overdaad aan (reclame)objecten in de openbare ruimte aanwezig. Hierdoor is de kernkwaliteit, namelijk het cultuurhistorische karakter van de binnenstad, niet meer overal meer zichtbaar. In het kader van het project 'Meppel Schoon, Stads en Sjik' zet de gemeente Meppel zich in om de openbare ruimte van de Meppeler binnenstad zichtbaar en beleefbaar te houden. De herinrichting van de binnenstad is de directe aanleiding om het beleid ten aanzien van objecten in de openbare ruimte op te pakken. Hiermee kan de economische potentie van de binnenstad worden versterkt en het verblijfsklimaat worden verbeterd.

Voor uitstallingen in de openbare ruimte wordt in de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) verwezen naar Nadere regels voor uitstallingen. Deze zijn 25 juni 2012 vastgesteld door het college van burgemeester en wethouders. Hierbij gaat het om uitstallingen bij een winkel of horeca-voorzieningen, zoals reclameborden, bloembakken, kledingrekken enzovoorts. Ook voor terrassen en de inrichting daar van wordt in de APV verwezen naar Nadere regels voor terrassen, deze zijn 25 juni 2012 vastgesteld door de burgemeester.

Hieronder volgen nog een aantal overige categorieën van reclame-uitingen in de openbare ruimte. Per categorie worden de randvoorwaarden gespecificeerd.



Referentie uitstalling in openbare ruimte



Referentie uitstalling in openbare ruimte



Referentie tweevlaksbord



Referentie plakzuilen

### Twee- en drievlaksborden

1. In Meppel komen momenteel verschillende typen twee- en drievlaksborden voor van verschillende leveranciers. Om hier eenheid in aan te brengen zal door middel van een aanbesteding voor één nieuw type worden gekozen. Hiermee komen de oude borden te vervallen.

### Verwijsborden

1. Verwijsborden worden alleen met toestemming van de gemeente Meppel geplaatst.
2. De gemeente Meppel kan bij grote evenementen en bouwprojecten toestemming verlenen voor het plaatsen van een tijdelijk verwijsbord op een door de gemeente aan te wijzen locatie.
3. Overige verwijsborden zijn niet toegestaan.

### Reclamelichtmasten / attentiemasten

1. Reclamelichtmasten en/of attentiemasten - anders dan door de gemeente aangegeven - zijn niet toegestaan.

### Informatieborden en stadsplattegronden

1. Momenteel wordt er door gemeente Meppel gewerkt aan de plaatsing van een aantal (digitale) informatieborden. In het kader hiervan wordt ook onderzocht of de bestaande stadsplattegronden nog voldoen. Hiervoor zal (indien noodzakelijk) een afzonderlijk beleidsdocument worden opgesteld.
2. (Digitale) informatieborden en stadsplattegronden worden alleen in opdracht van de gemeente Meppel geplaatst.

### Vitrines, reclamezuilen en reclameframes

1. Vitrines, reclamezuilen en reclameframes - anders dan door de gemeente aangegeven - zijn in de openbare ruimte niet toegestaan.

### Vrije plakplaatsen

1. In de gemeente Meppel worden op een aantal publieke locaties plakzuilen geplaatst waarop vrije plak is toegestaan.
2. Anders dan op bovengenoemde plakzuilen worden geen vrije plakplaatsen toegestaan.
3. Verspreiders van folders zijn gehouden aan de opruimplicht wanneer de folders de openbare ruimte vervuilen.





## Hoofdstuk 5: Uitvoering beleid

### 5.1 Overgangsregeling

Na vaststelling door de gemeenteraad op 30 mei 2013 is deze Nota Reclamebeleid in werking getreden. Vanaf dat moment worden omgevingsvergunningen ook getoetst aan deze nota. Voor alle – reeds vergunde – reclame-uitingen aan de gevel geldt dat deze na verandering (bouwactiviteit) van het pand voldoen aan deze Nota Reclame-beleid. Daarnaast moedigt de gemeente Meppel bestaande ondernemers aan om niet in het beleid passende reclame-uitingen aan te passen. Deze maatregelen dragen bij aan de zichtbaarheid en beleefbaarheid van de gemeente Meppel.

### 5.2 Evaluatie

Het is mogelijk dat de gestelde regels in de toekomst niet meer synchroon lopen met de maatschappelijke ontwikkelingen. Drie jaar na vaststelling van de nota wordt bekeken of er aanpassingen nodig zijn aan de eisen en wensen van dat moment. Tevens kan op dat moment worden geëvalueerd of de nota voldoende handvatten biedt voor de regulering van reclame-uitingen.





## Bijlage 1: Begrippenlijst

### **Bebouwing**

Een of meer gebouwen en/of andere bouwwerken.

### **Bijgebouwen**

Grondgebonden gebouw (meestal van één bouwlaag) dat los van het hoofdgebouw staat. Vaak bedoeld als schuur, tuinhuis of garage

### **Bouwen**

Het plaatsen, het geheel of gedeeltelijk oprichten, vernieuwen, veranderen of vergroten van een bouwwerk.

### **Bouwlaag**

Horizontale reeks ruimten in een gebouw

### **Bouwwerk**

Algemene benaming voor alle soorten gebouwde objecten.

### **Context**

Omgeving, situatie, geheel van omringende ruimtelijke kenmerken.

### **Dak**

Overdekking van een gebouw of onderdeel daarvan, bestaande uit één of meer hellende vlakken (schilden) of uit een horizontaal vlak.

### **Detail**

Ontmoeting, aansluiting van verschillende bouwdeelen zoals gevel en dak of gevel en raam.

### **Detailering**

Uitwerking, weergave van de verschillende onderdelen c.q. aansluitingen.

### **Diversiteit**

Verscheidenheid, afwisseling, variatie.

### **Erf**

Al dan niet bebouwd perceel of een gedeelte daarvan dat direct is gelegen bij een gebouw en dat in feitelijk opzicht is ingericht ten dienste van het gebruik van dat gebouw en een bestemmingsplan deze inrichting niet verbiedt.

### **Eerste verdieping**

Tweede bouwlaag van een gebouw, een souterrain of kelder niet daaronder begrepen.

### **Gebouw**

Elk bouwwerk dat een voor mensen toegankelijke overdekte, geheel of gedeeltelijk met wanden omsloten ruimte vormt.

### **Gevel**

Verticaal scheidingsvlak van een gebouw tussen buiten en binnen.

### **Geleding**

Onderverdeling (van de gevel) in kleinere vlakken. Verticale, horizontale of figuratieve indeling van de gevel door middel van gevelopeningen, metselwerk, verspringingen of andere gevelkenmerken en –detaileringen.

### **Goothoogte**

Vanaf het peil tot aan de horizontale snijlijn van gevelvlak en dakvlak.

### **Gootlijn**

Veelal horizontale lijn die een goot of meerdere goten aan de gevel vormen.

**Hoofdgebouw**

Een gebouw dat op een perceel door zijn constructie of afmetingen als belangrijkste bouwwerk valt aan te merken.

**Maaiveld**

Bovenzijde van het terrein dat een bouwwerk omgeeft, de grens tussen grond en lucht, de gemiddelde hoogte van het terrein grenzend aan de gevels.

**Ondergeschikt**

Voert niet de boventoon

**Onderbouw**

Het onderdeel van een gebouw wat betrekking heeft op de begane grond van een gebouw met meerdere verdiepingen.

**Oorspronkelijk**

Origineel, aanvankelijke vorm, authentiek.

**Oriëntatie**

De hoofdrichting van een gebouw

**Profilering**

Aangebrachte vorm en maatvoering van profiel.

**Raamdorpel**

Horizontaal stenen element onder de onderdorpel van een houten kozijn dat er voor zorgt dat water onder het kozijn buiten het muurvlak wordt afgevoerd.

**Respecteren**

Met eerbied behandelen, eerbiedigen, waarderen.

**Ritmiek**

Regelmatige herhaling.

**Situering**

Plaats van het object (bijvoorbeeld een bouwwerk) in zijn omgeving.

**Traditionele kleuren**

Kleuren die doorgaans toegepast worden bij de betreffende bebouwing of in de omliggende bebouwing.

**Uitbouw**

Aan het gebouw vastzittend bouwwerk dat rechtstreeks vanuit het gebouw toegankelijk is.

**Voorerf**

Gedeelte van het erf dat aan de voorzijde van het gebouw is gelegen.

**Voorgevellijn**

Denkbeeldige lijn die strak langs de voorgevel van een bouwwerk loopt.

**Weg**

Weg als bedoeld in artikel 1, eerste lid, onder b, van de Wegenverkeerswet 1994.

**Woning**

Een complex van ruimten, uitsluitend bedoeld voor de huisvesting van één afzonderlijk huishouden.





## Bijlage 2: Deelgebiedenkaart





