

RECLAMENOTA

BINNENSTAD VENLO 2014

Inhoud

1. Inleiding 5
   - 1.1. Belang afgewogen reclamebeleid 5
   - 1.2. Redenen voor actualisering reclamebeleid 6
   - 1.3. Relatie met de welstandsnota 9

2. Beeldvorming 11
   - 2.1. Wettelijke basis reclame 11
   - 2.2. Uitstallingen 13
   - 2.3. Relatie met het terrassenbeleid en straatmeubilair 14
   - 2.4. Gebiedsafbakening 15

3. Visie reclamebeleid 17
   - 3.1. Ruimte voor ondernemerschap 17
   - 3.2. Reclame en ruimtelijke kwaliteit 19
   - 3.3. Evenwicht tussen ruimtelijke kwaliteit en ondernemerschap 21
   - 3.4. Begrijpbare regels 21
   - 3.5. Eenduidig beleid ter voorkoming van rechtsongelijkheid 22

4. Regels reclamebeleid 23
   - 4.1. Gemengd gebied 23
     - 4.1.1. Wensbeeld gemengd gebied 23
     - 4.1.2. Regels reclame gemengd gebied 24
     - 4.1.3. Regels uitstallingen 31
   - 4.2. Woongebied 35
     - 4.2.1. Wensbeeld woongebied 35
     - 4.2.2. Regels ondernemingen in woongebieden 36
     - 4.2.3. Regels praktijkruimten aan huis 36
   - 4.3. Regels bijzondere situaties 38

5. Uitvoering 43
   - 5.1. Communicatie 43
   - 5.2. Toezicht en handhaving 43
   - 5.3. Aanpassingstermijn 43

Bijlage
- 1: Wettelijk kader reclames en uitstallingen 45


CITY
MANFIELD
VERO MODA
SPORT
eye wish
GROENEVELD

Inleiding

1

1.1. Belang afgewogen reclamebeleid

De binnenstad van Venlo heeft een prominente plek gekregen in de toekomstvisie voor 2030. Belangrijke peilers voor een hoogwaardige binnenstad zijn de ruimtelijke kwaliteit en het individuele ondernemerschap. Een evenwichtige reclamevoering bevordert zowel de ruimtelijke kwaliteit als het ondernemerschap.

In 2012 is de binnenstad van Venlo beoordeeld door het platform binnenstadsmanagement. De meeste indicatoren worden als positief beoordeeld zoals de kwaliteit van het winkelaanbod, de kwaliteit van het horeca-aanbod, netheid en schoonheid, bereikbaarheid en parkeervoorzieningen. Daarentegen is de gevelreclame als verbeterpunt benoemd.

Het huidige gevelreclamebeleid van de gemeente Venlo is in 2001 in werking getreden. Daarbij komt dat voor de Maasboulevard afzonderlijk reclameregels is vastgelegd in de Shopfront Guide. Dit zorgt ervoor dat binnen de binnenstad verschillende regimes van kracht zijn. De verantwoording van dit onderscheid in beleid is niet goed gecommuniceerd. Dat leidt tot onbegrip. Om te komen tot actueel en eenduidig beleid met heldere regels heeft de gemeente Venlo het reclamebeleid voor de binnenstad van Venlo geactualiseerd.

Ondernemers voeren reclame van uitingen aan de gevels, maar ook met hun uitstallingen. Dan kan het gaan om uitstallingen die direct herkenbaar zijn als zijnde reclame zoals reclameborden. Maar ook andere vormen van uitstallingen zoals kledingrekken, vitrines, zitbanken en bloempotten hebben als doel bezoekers aan te trekken en kunnen dan ook beschouwd worden als reclamevoering. Ook voor het huidige uitstallingenbeleid uit 1990 geldt dat het verouderd is en niet voor iedereen duidelijk is welke regels van toepassing zijn. De lokale politiek heeft zich dat aangetrokken. Hierop hebben het CDA en de PvdA met een motie het college oproepen om het uitstallingenbeleid te harmoniseren.

Goed afgewogen reclamebeleid is van belang. Een groot aantal partijen is daarvan afhankelijk. Om te komen tot nieuw reclamebeleid is een uitgebreid proces doorlopen. Het conceptbeleid is door een integraal ambtelijk team opgesteld en vervolgens besproken met alle stakeholders (lokale ondernemers, het bestuur, Venlo Partners en de Commissie Ruimtelijke Kwaliteit). Dat heeft geleid tot een evenwichtige visie en gedetailleerde regels.

1.2. Redenen voor actualisering reclamebeleid

In de inleiding zijn reeds enkele redenen benoemd voor de actualisering van het reclamebeleid. Er is echter een breder scala aan redenen om het reclamebeleid te actualiseren. In dit hoofdstuk komen die redenen aan bod.

HET HUIDIGE BELEID IS VEROUDERD

In 2001 is het reclamebeleid van de gemeente Venlo in werking getreden. Dit beleid is opgenomen in de Welstandsnota Venlo juni 2004. In de Welstandsnota zijn daarbij enkele aanvullende bepalingen opgenomen. Kern van het vigerend reclamebeleid is dat alle gevelreclames vergunningsplichtig zijn en dat (in winkelgebieden) maximaal 3 reclameobjecten op één bepaald gevelvlak mogen worden geplaatst. Verder is in 2008 het Besluit meldingsplicht handelsreclame genomen. Indien de reclame voldoet aan de criteria is ze niet meer vergunningsplichtig.

Daarnaast is er ook uitstalbeleid. Afhankelijk van het gebied en de gevelbreedte zijn uitstallingen mogelijk. Dit beleid is in 1990 opgesteld. Ook voor dit onderdeel is actualisering wenselijk gezien de wildgroei aan uitstallingen in enkele straten.

HET HUIDIGE BELEID IS VERSNIPPERD

Bij het beoordelen van aanvragen om vergunningen voor reclameobjecten hanteert de gemeente Venlo onder andere de Welstandsnota. Hierin is specifiek gevelreclamebeleid opgenomen voor het winkelgebied in het centrum van Venlo. Voor de Maasboulevard is een afzonderlijk kader opgesteld in de vorm van de Shopfront Guide dat de eigenaar hanteert. Reclameregels uit de Welstandsnota en Shopfront Guide zijn niet met elkaar in overeenstemming. Ook binnen de Shopfront Guide gelden voor de bebouwing van de Stadswaker andere regels dan voor de bebouwing aan de Maaszijde.

Verschillende beleidsstukken met afwijkende regels worden dus gebruikt bij de vergunningverlening en handhaving van reclameobjecten en uitstallingen. Hierdoor is het met name voor burgers en ondernemers ondoorzichtig aan welke regels zij moeten voldoen. Eenduidigheid is gewenst.

VERSCHIL IN BELEID ZORGT VOOR ONBEGRIP EN GEVOEL VAN RECHTSONGELIJKHEID

Met name het verschil in reclamebeleid tussen de Maasboulevard en de rest van de binnenstad zorgt voor onbegrip en een gevoel van ongelijkheid. Maar ook binnen de Maasboulevard is onderscheid in beleidsregimes van toepassing. De redenen van onderscheid in verschillende

regimes is onvoldoende onderbouwd en gecommuniceerd. Het nut en de noodzaak van de specifieke regels leeft daardoor niet bij de ondernemers. Het onbegrip onder ondernemers leidt vervolgens weer tot gevoel van rechtsongelijkheid en illegale gevelreclames. In het nieuwe reclamebeleid is hiermee rekening gehouden.

Naast een goed onderbouwde verantwoording voor het te voeren beleid, is het tevens van belang dat de regels zelf begrijpbaar zijn. De ondernemers realiseren immers zelf de reclames. De regels moeten ondubbelzinnig zijn. Dat is in het belang van de ondernemers, maar ook voor de gemeente zelf. Toetsing van vergunningsaanvragen en de handhaving wordt daardoor eenvoudiger en moet tot minder conflictsituaties leiden.

BENUTTEN RUIMTELIJKE EN HISTORISCHE KWALITEIT BINNENSTAD

Prachtige historische panden, mooie smalle winkelstraatjes, gezellige pleinen en een levendige haven aan de Maas zijn enkele kenmerken die de binnenstad van Venlo kwaliteit geven. Een kwaliteit die te weinig gezien wordt en te weinig bekend is. Duitse gasten geven nog wel aan de ruimtelijke kwaliteit van de binnenstad te waarderen, maar de gemiddelde Nederlander zal denkend aan Venlo niet uitkomen op de historische binnenstad. Onterecht natuurlijk. Met de promotie van de stad wordt daar aan gewerkt. Van belang is dat we zuinig zijn op de kwaliteiten van de binnenstad en waar nodig die versterken. Een hoogwaardige historische binnenstad zorgt voor een grote aantrekkingskracht op bezoekers van buiten en geeft een impuls aan de ondernemers. Het zorgvuldig omgaan met de ruimtelijke en historische kwaliteiten zijn van grote invloed op de economische kracht van de binnenstad. Een rustig straatbeeld biedt economisch voordeel. Doordacht reclamebeleid geeft daar invulling aan.

VISIE 2030, KWALITATIEF HOOGWAARDIG CENTRUM

In de visie voor 2030 is binnen het programma ‘Centrum van de Euregio: hoofdstad en vitaal hart’ een hoge prioriteit bij de binnenstad van Venlo gelegd. Een aantrekkelijk en compleet stadshart is van groot belang voor zowel de stad als voor de regio. De verwachting is dat de mix van het hebben van een aantrekkelijke binnenstad en de ligging in een groene omgeving, kwaliteiten zijn, die van Venlo een aantrekkelijke gemeente maken om te wonen, om een bedrijf te vestigen of om als gast te bezoeken.



Benutten van ruimtelijke en historische kwaliteit.

De cultuurhistorie is daarbij als rode draad aangemerkt. Daarom wordt geïnvesteerd in de historische binnenstad. Zowel op het niveau van panden (historische gevels) als van de openbare ruimte. De kwaliteit van de winkels, horeca en andere voorzieningen moet hoog zijn. Er wordt bewust gekozen voor kwaliteit. Daarbij is aangegeven dat een goed onderhouden en ingerichte binnenstad maakt dat inwoners en bezoekers zich er veilig voelen.

Bij deze ambities hoort een evenwichtig reclamebeleid. Met name in het historische deel van de binnenstad, maar ook in andere zorgvuldig ontworpen deelgebieden als de Maasboulevard en Q4, dienen de reclames afgestemd te zijn op kwaliteit van de gebouwde omgeving. De reclamenota geeft hieraan vorm.

ROL HANDHAVING

Op dit moment vindt er geen actieve handhaving plaats van illegale reclames en uitstallingen, handhaving vindt plaats na ontvangst van klachten. Hierdoor komt het voor dat ondernemers zonder een vergunning reclameobjecten monteren aan de gevel die formeel niet zijn toegestaan. Doordat hiertegen doorgaans niet wordt opgetreden bij het uitblijven van klachten, veronderstellen overige ondernemers dat een dergelijk uiting is toegestaan. Dit leidt tot nog meer onbegrip bij ondernemers als een vergunningaanvraag wordt geweigerd voor een gelijkwaardige reclame. Het achterwege blijven van actieve handhaving versterkt de onduidelijkheid over het reclamebeleid.

1.3. Relatie met de welstandsnota

In de vigerende welstandsnota worden voor de verschillende stadsdelen en winkelgebieden regels voor reclametoepassingen gegeven. Het geactualiseerde reclamebeleid van de binnenstad vormt een onderdeel van de nieuwe welstandsnota.

PASSENDE VORMEN VAN RECLAME



Enkelzijdig reclameobject plat op de gevel.



Dubbelzijdig reclamebord loodrecht op de gevel.



Markiezen.


Reclame op lantaarns.



Zonwering.

Beeldvorming 2

Zowel voor reclames als voor uitstallingen geldt dat er een grote variatie is in soorten en afmetingen. Het gemeenschappelijk doel van de gevelreclames en uitstallingen is het aanprijzen van een onderneming, instelling, voorziening, evenement, product of dienst. De ondernemers, voorzieningen, instellingen, organisaties, particulieren, (publieke) instanties en dergelijke die de reclameobjecten aanbrengen noemen we ten behoeve van de leesbaarheid “ondernemers”.

Beleid voor reclameobjecten kunnen niet los worden gezien van uitstallingen. Gezamenlijk prijzen zij de onderneming aan en bepalen zij het aanzien van de bebouwing en de openbare ruimte. Het is van belang om voor beide en in samenhang met elkaar een visie te hebben, uitgewerkt naar regels. Zodoende gaat de reclamenota niet alleen in op gevelreclame, maar ook de uitstallingen.

2.1. Wettelijke basis reclame

Het wettelijke kader van de handelsreclame ligt in de APV Venlo, WABO en Monumentenwet. Reclame is een publieke aanprijzing van een onderneming met behulp van opschriften, aankondigingen, afbeeldingen in welke vorm dan ook, zichtbaar vanaf publiekelijk toegankelijk gebied. Het betreft zowel een aanprijzing van de ter plaatse aanwezige onderneming, als ook voor een onderneming die niet ter plekke aanwezig is. Daarbij geldt dat het reclameobject duurzaam is bevestigd aan het gebouw van de onderneming, (tijdelijk) is aangebracht op gevels, op etalageruiten of op korte afstand (1 meter) achter etalageruiten. Reclame bestaat bijvoorbeeld uit letters, vlaggen, lichtbakken, borden, symbolen of kleuren, of een combinatie daarvan.

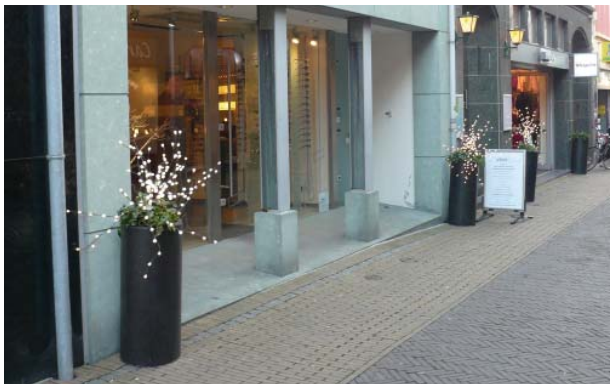
Bij reclames zijn vijf groepen te onderscheiden:

- Enkelzijdig reclameobject plat op de gevel.
- Dubbelzijdig reclamebord loodrecht op de gevel.
- Raamplakkaten, plakfolie en lichtbakken achter glas.
- Reclame op zonwering, markiezen, parasols, lantaarns en terrasafscheidingen/-schotten.
- Vlag, vaandel, wimpel of banier.

VOORBEELDEN UITSTALLINGEN



Verkoop in de openbare ruimte (Mgr. Nolensplein eo).



Plantenbakken.

ONGEWENSTE UITSTALLINGEN



Ongewenste straatverkoop.



Reclameborden verrommelen het straatbeeld.

2.2. Uitstallingen

Het wettelijk kader van uitstallingen is opgenomen in de APV, artikel 2.10 (zie bijlage 1). Uitstallingen zijn voorwerpen die ondernemers in de openbare ruimte te kijk stellen voor het publiek. Naast het reeds benoemde doel van het aanprijzen van een onderneming, geldt voor een uitstalling dat zij twee aanvullende doelen hebben. Enerzijds is dat het innemen van een standplaats ter bevordering van de verkoop gedurende de tijd dat de onderneming voor het publiek geopend is. Anderzijds is dat het verfraaien van het uiterlijk van een pand of de openbare ruimte. Beide doelen hebben indirect als hoofddoel het trekken van aandacht van passanten en daarmee het aanprijzen van de onderneming.

Uitstallingen zijn onder te verdelen in vier type objecten:

- Winkelartikelen - Artikelen die te kijk van het publiek worden gesteld. Bijvoorbeeld in de vorm van schoenrekken, kledingrekken, groentekisten, bloemen en planten. Belangrijk aspect hierbij is dat de artikelen binnen worden afgerekend.
- Objecten ten behoeve van verkoopactiviteiten - Objecten die bij panden worden geplaatst mede in verband met de uitbreiding van de verkoopactiviteiten in de openbare ruimte. Voorbeelden hiervan zijn kassa's, toonbanken, vitrines, kauwgombalautomaten en andere automaten voor de verkoop van drinken, etenswaren en speelgoed. In feite dus objecten om buiten artikelen te verkopen.
- Objecten ten behoeve van handelsreclame - Reclameborden die bij panden worden geplaatst en waarmee handelsreclame wordt gemaakt.
- Andere voorwerpen - Diverse voorwerpen, niet zijnde een winkelartikel of een voorwerp ten behoeve van verkoopactiviteiten of het maken van handelsreclame. Voorbeelden zijn: speeltoestellen, zitbanken, bloempotten en afvalbakken.

Aan het Mgr. Nolensplein is op enkele plaatsen verkoop vanuit de uitstallingen toegestaan. Daarvoor heeft de gemeente Venlo 'uitstal standplaatsvergunningen' verleend aan de betreffende ondernemers. Deze standplaatsen passen niet binnen het vigerend beleid voor vaste standplaatsen. Vanuit het oogpunt van het Mgr. Nolensplein als de marktplaats van de binnenstad, zijn de vergunningen voor onbepaalde tijd verleend. Op andere locaties in de binnenstad is de verkoop vanuit uitstallingen niet toegestaan. Daarom gaat deze nota niet verder in op de objecten ten behoeve van verkoopactiviteiten.

2.3. Relatie met het terrassenbeleid en straatmeubilair

Verschillende objecten die samen de terrassen vormen, tonen doorgaans ook de nodige handelsreclames. Voorbeelden daarvan zijn parasols, tafels, afvalbakken en terrasafscheidingen die zijn voorzien van een naamsaanduiding of de kleuren en logo's van een onderneming.

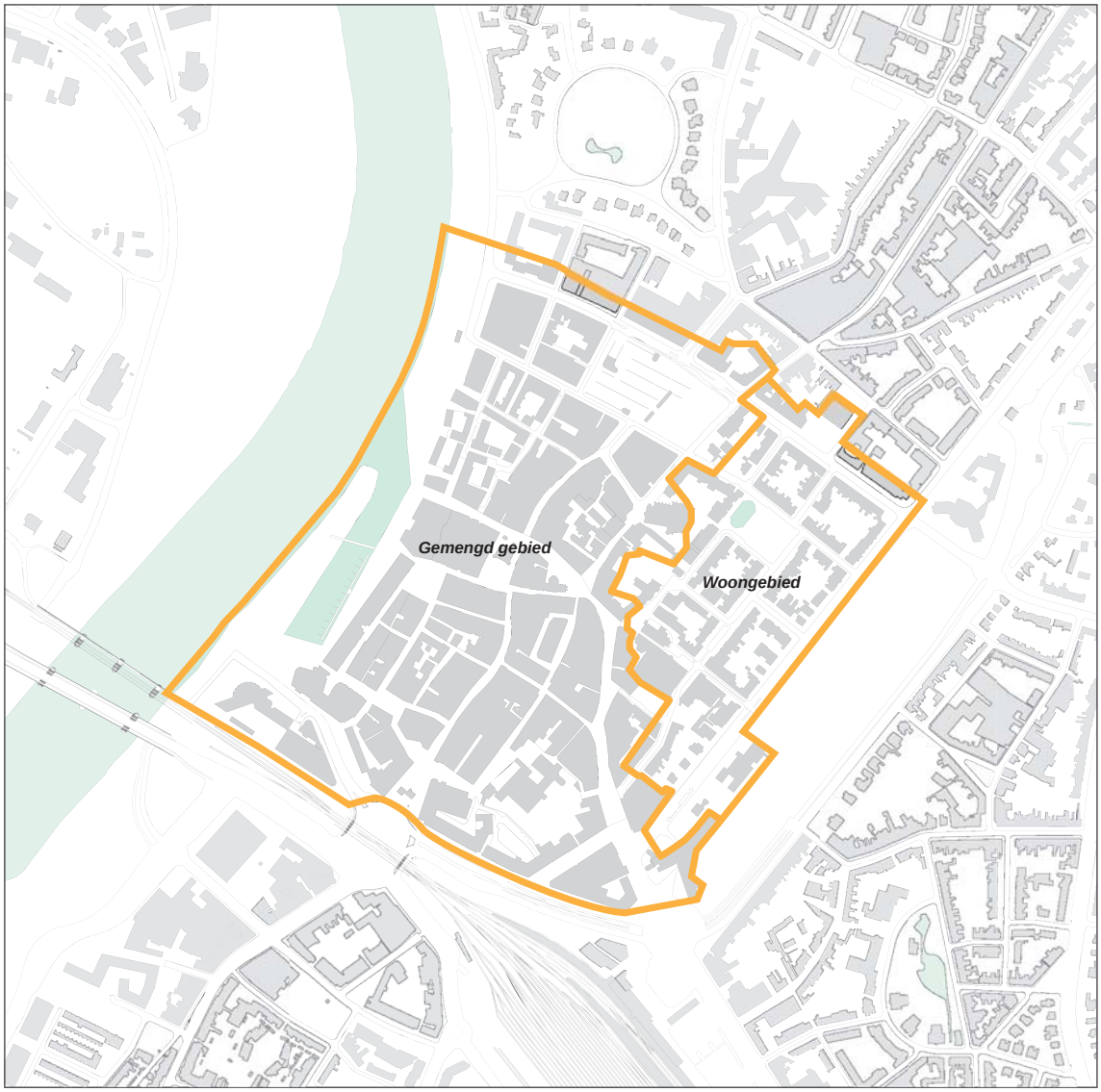
Het hoofddoel van de objecten die een terras vormen, is primair het bieden van een comfortabele verblijfsplek. Het voeren van reclame en daarmee het aanprijzen van een onderneming is een secundair doel. De inrichting en situering van terrassen is geregeld in het gemeentelijk terrassenbeleid van de gemeente Venlo. Zitelementen die ondernemers bij hun pand plaatsen als zijnde een uitstalling vallen eveneens binnen het terrassenbeleid.

Los van de panden en de daar aanwezige ondernemers, staan in de openbare ruimte diverse objecten die reclame voeren zoals lichtbakreclame aan straatverlichting, bushokjes, mupi's en driehoeksborden. Deze nota doet daarover geen uitspraken. Vanwege de aard van de objecten en de plaats van voorkomen wordt het beleid hierover in een gemeentebrede regelgeving opgenomen.

2.4. Gebiedsafbakening

Globaal bezien begrenzen de Maas, Eindhovenseweg, Roermondse Poort, Koninginnesingel, Koninginneplein, Burg. Van Rijnsingel, Goltziusstraat en Puteanusstraat de binnenstad. De exacte begrenzing van het gebied van de binnenstad is op bijgevoegde kaart weergegeven. Conform de begrenzing van de Nota Reclamebelasting zijn de panden direct ten noorden van de Goltziusstraat en Puteanusstraat ook meegenomen. Vanwege de belangrijke verkeersfunctie bepalen deze straten in hoge mate ook het aanzien van de binnenstad. Daarnaast zijn de functies in deze straatwand als gemengd te typeren.

In afwijking van de begrenzing van het gebied waarbinnen de gemeente reclamebelasting int, zijn ook Q4 en de woonwijk rond het Rosarium opgenomen binnen de begrenzing van de binnenstad. Q4 is opgenomen vanwege het beoogde gemengde stedelijke karakter. Daar krijgen met name in de plint een breed scala aan functies een plek. Het gebied rondom het Rosarium heeft primair een woonfunctie met diverse secundaire functies zoals beroep aan huis, zakelijke dienstverlening en kleinschalige ondernemingen. Gezien de aanwezigheid van deze functies, die doorgaans ook de behoefte hebben om reclame te voeren, is dit gebied ook bij deze nota betrokken.



Globaal gezien begrenzen de Maas, Eindhovenseweg, Roermondse Poort, Koninginnesingel, Koninginneplein, Burgemeester van Rijnsingel, Goltziusstraat en Puteanusstraat de binnenstad.



Individuele ondernemers onderscheiden zich met reclames.



Reclames zorgen voor een levendig beeld.



Reclames vergroten de herkenbaarheid van het stedelijk centrum.



Ingetogen reclamevoering vergroot de aantrekkingskracht van het centrum als geheel.

Visie reclamebeleid 3

Bij doordacht reclamebeleid gaat het om een zorgvuldige afweging van diverse belangen. In de eerste plaats natuurlijk de belangen van de individuele ondernemers. Maar ook het gezamenlijk belang van de ondernemers is groot. Een evenwichtig reclamebeleid leidt tot een hoogwaardige ruimtelijke kwaliteit voor het centrum als geheel, wat vervolgens weer zorgt voor een grote aantrekkingskracht op bezoekers. Ook voor bezoekers is een goed reclamebeleid van belang. Zij willen de individuele ondernemers kunnen vinden. Daarbij hebben bezoekers met name ook behoefte aan een comfortabel centrum. Zij willen dus niet teveel gehinderd worden door een groot aantal uitstallingen. Daarnaast worden bezoekers aangetrokken door het historische karakter van de binnenstad en een hoge ruimtelijke kwaliteit.

3.1. Ruimte voor ondernemerschap

Denkend aan ondernemerschap is het van belang om voldoende ruimte te bieden aan de individuele ondernemers om zichzelf te ontplooien en te onderscheiden van de concurrent. Ten behoeve van die individuele ontplooiing hebben de ondernemers de behoefte om de eigen onderneming aan te prijzen. Daarnaast geeft een veelheid en diversiteit aan reclameobjecten en uitstallingen een levendig beeld die passend is bij een binnenstedelijk centrum. Bezoekers typeren al snel een te leeg en klinisch centrum als ‘ongezellig’ en kiezen om een ander centrum te bezoeken. Een levendig beeld draagt bij aan de aantrekkingskracht en concurrentiekracht van de binnenstad als geheel. Daar profiteren de individuele ondernemers ook weer van.

Tegenover de behoefte aan een levendig beeld en aan vrijheid voor de ondernemer om zich individueel te onderscheiden, hebben ondernemers juist ook baat bij strenge regels. Bij een gebrek aan duidelijke regels gaan ondernemers elkaar veelal overschreeuwen. Dan verliest de reclame zijn functie. Door een woud aan reclameobjecten zijn de individuele objecten niet meer te onderscheiden en ontstaat een rommelig en onrustig beeld. (Te veel) uitstallingen zorgen voor een oncomfortabel centrum.

In een stad als ’s-Hertogenbosch, waar een streng reclame- en uitstallingenbeleid van kracht is, zijn de ondernemers opvallend positief over de stad. Het reclamebeleid is dusdanig streng dat loodrechte uithangborden en commerciële uitingen op de stoep (uitstallingen) niet zijn toegestaan. Ook zijn er heel strakke regels voor de gevels, de puien en voor eventuele luifels. De Bossche ondernemers hebben hier genade mee en zien zelfs de voordelen van het rustige beeld in de binnenstad. De gevels zijn fraai, er is weinig schreeuwerige reclame en het chique karakter van de binnenstad is duidelijk zichtbaar. Ondernemers profiteren zo van



Bijzondere bebouwing (historisch èn modern) kenmerkt het centrum van Venlo.



Terughoudende reclame vergroot kwaliteit van het straatbeeld als geheel.



Rustig straatbeeld vergroot aandacht voor de architectuur van het pand.



Beperkte reclamevoering zorgt ervoor dat de kwaliteit van de bebouwing goed zichtbaar is. De etalage zorgt voor de herkenbaarheid van de winkel.

de aantrekkingskracht die de binnenstad als geheel heeft en ze hebben de zekerheid dat de buurman geen schreeuwerige reclame aan de gevel hangt. Dat ze zich wat minder kunnen profileren nemen ze voor lief. Ook Maastricht hanteert streng beleid ten aanzien van reclames en uitstallingen. Hierdoor komen de ruimtelijke kwaliteiten van de binnenstad heel goed tot hun recht wat weer aantrekkingskracht heeft op bezoekers.

Voor Venlo is het van belang om enerzijds voldoende vrijheid te bieden aan de individuele ondernemers om zich individueel te profileren. Anderzijds is wel een set aan regels benodigd om te voorkomen dat ondernemers elkaar gaan overschreeuwen.

3.2. Reclame en ruimtelijke kwaliteit

Gevelreclames en uitstallingen vormen een belangrijk en beeldbepalend element van de binnenstad. In gebieden met commerciële functies zijn reclames op zijn plaats en kunnen, tot een kritische grens, bijdragen aan de visuele aantrekkingskracht. De bijzondere ruimtelijke kwaliteit van de binnenstad van Venlo met zijn historische panden, maar ook waardevolle moderne ingrepen, vraagt echter een ingetogen inpassing van reclameobjecten.

Eeuwenlang was Venlo een vestingstad. Ondanks het verdwijnen van de vestingwerken, de bombardementen uit de Tweede Wereldoorlog en ingrepen van na de oorlog, is de ontstaansgeschiedenis nog duidelijk zichtbaar. De binnenstad kent nog veel historisch erfgoed. In afwijking van veel andere Nederlandse steden is de wederopbouw in Venlo op een bijzondere en goede manier ingepast.

In de binnenstad is veel bijzondere architectuur te vinden uit tal van perioden en bouwstijlen. Echt oude bouwstijlen zoals Gotiek, Renaissance, Hollands classicisme en Lodewijkstijlen komen verspreid en incidenteel voor. Daarnaast kent de binnenstad ook veel 19e eeuwse bouwstijlen, bijvoorbeeld Neo-classicisme, Eclecticisme, Neo-gotiek, Neorenaissance, Chaletstijl en Art Nouveau. In die periode zijn ook nieuwe (19e eeuwse) gevels geplaatst voor middeleeuwse panden. Uit de 20e eeuw vallen een aantal panden op uit de stijlperiode van de Amsterdamse School, de Bossche School en uit het Nieuwe Bouwen.

Het stratenpatroon van de binnenstad is ontstaan uit een deels rechthoekige plattegrond met daar doorheen de loop van een beek. Opvallend zijn de fraaie perspectieven door de soms licht gebogen straatwanden. Vanuit het centrum leiden diverse oude routes naar de omringende steden en dorpen.

Nieuwe recente ontwikkelingen en plannen zoals de Maasboulevard, rondom het voormalige Dominicanenklooster en Q4 herbergen een hoge ruimtelijke kwaliteit en dragen bij aan de eigenheid van de binnenstad. Zij voegen ook een nieuwe stijl toe die naadloos aansluit op de oude binnenstad.

Het is de rol van de gemeente om te waken over de hiervoor beschreven kwaliteit van de binnenstad en dan met name over de kwaliteit als geheel. De consument stelt steeds hogere eisen aan de kwaliteit van winkelgebieden. Naast een goede branchering en bereikbaarheid gaat het dan met name ook over beeldkwaliteit en het comfort. Beperking van het aantal uitstallingen leidt tot een rustig beeld en comfortabel winkelgebied. Het gaat daarbij onder andere om een goede bereikbaarheid van de winkels en een ruime doorgang voor bezoekers. Een ruime doorgang is tevens van belang bij calamiteiten en voor het efficiënt beheer van de openbare ruimte.

Naast een comfortabele binnenstad, hechten bezoekers ook veel waarde aan een hoogwaardige beeldkwaliteit. In een enquête hebben veel Duitse bezoekers aangegeven juist naar Venlo te komen vanwege het historische karakter van de binnenstad. Om de ruimtelijke kwaliteit te blijven waarborgen is een evenwichtig straatbeeld nodig waarbij de kwaliteit van de bebouwing en de openbare ruimte goed zichtbaar blijft. Uitbundige reclame heeft veelal tot gevolg dat de kwaliteit van de bebouwing uit het zicht verdwijnt. Vanuit het ruimtelijke aspect is dus een ingetogen reclamevoering gewenst. Kijkend naar omliggende steden, dan valt het op dat juist steden die streven naar een hoogwaardige beeldkwaliteit in het centrum, door onder andere een (relatief) streng reclamebeleid (bijvoorbeeld ’s-Hertogenbosch en Maastricht), positief worden gewaardeerd door bezoekers. In Amsterdam heeft deze visie zelfs geleid tot het actief verwijderen van reclameobjecten op de Damrak.

3.3. Evenwicht ruimtelijke kwaliteit en ondernemerschap

Met het reclamebeleid geeft de gemeente Venlo invulling aan de Visie 2030 middels een ruimtelijke kwaliteitsimpuls voor de binnenstad. In het kader van de invoering van de reclamebelasting is dit als volgt geformuleerd: “Kernopgave is de aantrekkelijkheid van het winkel-, horeca-, kantoren- en dienstengebied te vergroten en specifieke kwaliteiten van de binnenstad te benutten om zo meer bezoekers te trekken, hun verblijfsduur te verlengen en hogere bestedingen te genereren. Een aantrekkelijke en goed functionerende binnenstad draagt bij aan een aantrekkelijk woon- en vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven.” Zorgvuldig omgaan met de ruimtelijke kwaliteit vergroot de aantrekkelijkheid van de binnenstad. Laat de kwaliteit van het pand, de openbare ruimte, maar vooral de kwaliteit van de binnenstad als geheel functioneren als visitekaartje van de individuele ondernemers. Die ruimtelijke

kwaliteitsimpuls mag echter niet een te ingetogen reclamevoering tot gevolg hebben die ertoe leidt dat individuele ondernemers teveel worden belemmerd in hun economische activiteiten. De ondernemer moet zich kunnen onderscheiden, zonder dat ze elkaar gaan ‘overschreeuwen’. De functie van de binnenstad moet gezien worden. Het reclamebeleid brengt evenwicht tussen het belang van de aanwezige ruimtelijke kwaliteit en het individuele ondernemerschap. Het college van B&W mag van een negatief welstandsadvies afwijken, maar moet wel motiveren (bijvoorbeeld economisch belang). Dit is geregeld in de Wabo.

3.4. Begrijpbare regels

Om zich te kunnen conformeren aan het reclamebeleid is het van belang dat de ondernemers zich kunnen vinden in het reclamebeleid. Ook is het belangrijk dat de regels te begrijpen zijn. Eenvoudige regels zijn dan ook het uitgangspunt. Dat geldt niet alleen voor de ondernemers, maar ook voor de gemeente zelf, met name ten behoeve van de vergunningverlening en handhaving. Om discussies te voorkomen is het tevens van belang dat de regels ondubbelzinnig zijn en niet multi-interpretabel.

3.5. Eenduidig beleid ter voorkoming van rechtsongelijkheid

In feite zijn er binnen de begrenzing van het plangebied twee verschillende functionele gebieden te onderscheiden. Enerzijds onderscheiden we het gemengde gebied met een veelheid aan functies als winkels, kantoren, (culturele) instellingen, (maatschappelijke) voorzieningen, zakelijke dienstverlening en woningen. Anderzijds onderscheiden we het woongebied rondom het Rosarium waar voornamelijk woningen staan, maar ook dienstverlening en kleinschalige ondernemingen een plek hebben gevonden. Zie 2.4 Gebiedsafbakening, de kaart op pagina 15.

Het gemengde gebied betreft het gebied waar reclamebelasting wordt geheven, uitgebreid met Q4. Het is logisch om binnen dit gebied uit te gaan van één kwaliteitsniveau. Dat betekent dat binnen het gebied één regime zal gelden en het onderscheid tussen de Maasboulevard en de rest van het gemengde gebied verdwijnt. Het afwijkende architectuurbeeld van de Maasboulevard is geen reden om een afwijkend reclameregime in de binnenstad te hanteren. De binnenstad huisvest heel veel verschillende bouwstijlen. Er is dan ook gekozen voor reclamebeleid dat zich verdraagt met een breed scala aan architectuurstijlen.

In het woongebied rondom het Rosarium is wonen de primaire functie en zijn de commerciële functies ondergeschikt. Het reclamebeleid voor dit gebied is met name gericht op het garanderen van het woongenot, maar ook het zichtbaar houden van de aanwezige kwaliteiten van de gebouwde omgeving.

Regels reclamebeleid 4

Regels inzake esthetische kwaliteit zijn moeilijk toetsbaar en veelal subjectief. Om toch richting te geven aan een hoogwaardige ruimtelijke beeldkwaliteit van reclameobjecten, volgt hieronder per deelgebied een wensbeeld. Met het wensbeeld geeft de gemeente Venlo de globale, kwalitatieve richting weer. Hiermee biedt het reclamebeleid ruimte voor creativiteit en individualiteit. Daarna volgen bij ieder deelgebied de regels in vorm van harde kwantitatieve regels die gelden als toetsingskader bij vergunningverlening en handhaving. De regels doen zoveel mogelijk recht aan alle afzonderlijke ondernemers, zonder daarbij de gemeenschappelijke belangen uit het oog te verliezen. De inzet is om een eenduidig beleid te voeren in ieder deelgebied, waarbij in hoofdlijnen wordt aangesloten op de bestaande praktijk.

4.1. Gemengd gebied

4.1.1. WENSBEELD GEMENGD GEBIED

De gevelreclame of uitstalling is bij voorkeur een verrijking van de gevel en of beleving van de openbare ruimte. Qua maatvoering, plaatsing, kleurstelling, materiaalgebruik en/of detaillering mag het reclameobject of de uitstalling niet ontsierend zijn voor het gevelbeeld en de openbare ruimte. De verschillende reclameobjecten moeten zich voegen naar de architectuur van een pand. Dat geldt ook voor huisstijlreclames van landelijke ketens. De samenhang en structuur van de gevel moet behouden blijven.

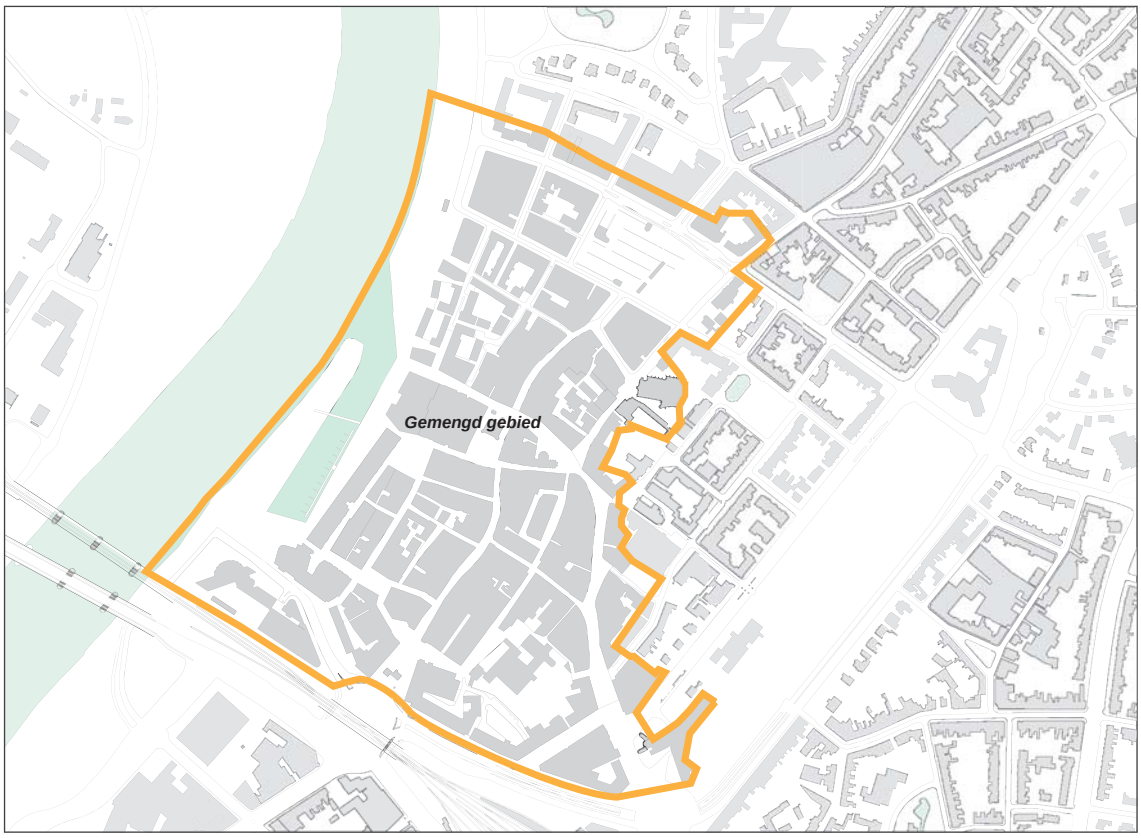
Bij nieuwbouw dient de architect de gevelreclame te integreren in het ontwerp/architectuur van het pand. Hierdoor verkleint de kans op misplaatsing op de gevel door achteraf bedachte en aangebrachte reclames. Bij bestaande bebouwing is veelal sprake van een samenhang in structuur en ritme in de gevel. Indien mogelijk voegt het reclameobject of uitstalling zich in die structuur of ritme. Indien de oorspronkelijke (historische) architectuur van bestaande bebouwing al voorziet in specifieke reclamemogelijkheden (koofboorden of geveldelen tussen raamkozijnen en –bogen) is de plaatsing van reclameobjecten zo goed als vanzelfsprekend op die plaatsen. Frequente en overdadige herhaling van dezelfde tekst, tekens en uitstallingen, of een te grote hoeveelheid tekst per reclameobject moet voorkomen worden. Herhaling van een reclameobject of uitstalling is slechts passend indien de architectuur daarvoor de ruimte biedt. Er moet een direct verband bestaan tussen de reclame en het gebruik van het pand.

Tekst moet beperkt worden tot de hoofdboodschap (productaanduiding, bedrijfsnaam of andere aanduiding). De reclameobjecten zijn grafisch goed verzorgd, gebruikmakend van esthetisch verantwoorde letters en tekens. Het reclameteken is bij voorkeur niet groter dan voor een

goede leesbaarheid noodzakelijk is. Gevelbeschilderingen alleen toepassen als dat passend is in de oorspronkelijke architectonische uitwerking van de gevel. Herstel van een historisch geschilderde gevelreclame, ook al bestaat er geen relatie met de activiteiten in het betreffende pand, is toegestaan.

4.1.2. REGELS RECLAME GEMENGD GEBIED

Om te komen tot ingetogen gevelreclame, waarbij de kwaliteit van de bebouwing zichtbaar blijft, volgen in deze paragraaf de harde regels. De regels zijn onderverdeeld naar de verschillende type reclameobjecten. Deze regels zijn voornamelijk gericht op het aantal en het formaat van de reclameobjecten.



Algemene criteria gevelreclame

- Bestaande uit de bedrijfsnaam, een thematische benaming van het ter plaatse uitgeoefend ambacht of de naam van een product dat de betreffende onderneming verkoopt. De reclame moet direct verband houden met het gebruik van het pand.
- Uitzonderingen op de regels zijn alleen mogelijk na positief onafhankelijk advies, bijvoorbeeld wanneer de schaal van het gebouw dit toelaat.
- Op luifels is louter een naamsaanduiding toegestaan in de vorm van losse letters op de voorkant van de luifel. De letters mogen niet uitsteken buiten de luifel.
- Vlaggen, vaandels, wimpels, raamplakkaten, gevelborden (niet zijnde losse letters en uithangborden) en lichtbakken (niet zijnde losse letters) zijn niet toegestaan. Voor banieren geldt speciaal beleid; zie 4.3
- Lichtbakken, niet zijnde losse letters, zijn louter toegestaan loodrecht op de gevel.
- Gevel(span)doeken (al dan niet in een buizenframe) zijn louter toegestaan gedurende bouwprojecten en louter voor het aanprijzen van het betreffende bouwproject.
- Eventuele verlichting van reclames dient van binnenuit, dan wel vanuit de achterzijde te gebeuren. Verlichting door middel van spotjes is niet toegestaan.
- Bewegende reclames, lichtkranten, licht- en geluidseffecten, projecties, lichtlijnen, tv's en led-schermen zijn niet toegestaan als onderdeel van de gevel, etalageraam of entree.
- Bestaande historische huisnamen, uithangtekens, gevelreclames en/of muurschilderingen, die verwijzen naar een historisch beroep of het historisch gebruik, alsmede bijzondere aanduidingen of markeringen, die vanwege hun hoogwaardige uitvoering en historische betekenis deel uitmaken van het pand en aanduidingen, markeringen en informatiepanelen m.b.t. cultuurhistorisch erfgoed mogen afwijken van de regels in deze reclamenota na positief onafhankelijk advies.
- Reclame op rolluiken is niet toegestaan.

Alle gevelreclames zijn vergunningsplichtig, uitgezonderd:

- Onverlichte gevelborden voor een vrij beroep, dienst of bedrijf en menuborden plat op de gevel naast de voordeur of entree tot een grootte van 0.36 m².
- Plakfolieletters, posters en lichtbakletters achter glas zijn vergunningsvrij; mits voldaan is aan de gestelde regels.
- Reclameaanduidingen op zonweringen, markiezen, parasols en lantaarns; mits conform bovengestelde regels.
- Reclame op terrasafscheidingen/-schotten; mits conform de gestelde regels.
- Tijdelijke reclame ten behoeve van uitverkoop voor maximaal 4 weken.
- Feestelijk vlaggen bij opening van een onderneming voor maximaal 1 week.
- Het aanbrengen van tijdelijke reclame bij collectieve activiteiten, evenementen, kerstverkoop, carnaval en dergelijke, voor een aaneengesloten periode van maximaal 4 weken. Van een dergelijke vorm van tijdelijke reclame dient vooraf melding te worden gemaakt.

Enkelzijdig reclameobject plat op de gevel

Hoeveel

- Maximaal 1 per gevel.
- Indien de gevel breder is dan 15 meter, dan is per afgeronde 15 meter extra gevelbreedte 1 aanvullend reclameobject toegestaan.

Waar

- Boven de entree, gecentreerd in de gevel of passend in de structuur van de gevel/pui en de gevelopeningen.
- Onder de onderdorpel van het kozijn op de eerste verdieping.
- Op minimaal 1 meter van de zijmuur, het naburige pand of de perceelsgrens.
- Minimaal 2.20 meter boven straatpeil.

Hoe

- Hoogte maximaal 0.60 meter.
- Maximaal 0.20 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.
- Uitgevoerd met losse letters in één enkele regel.
- Het plaatsen van het bedrijfslogo, aansluitend op de belettering, is toegestaan. Het bedrijfslogo mag niet hoger zijn dan de belettering en niet groter dan de grootste letter.



Dubbelzijdig reclamebord loodrecht op de gevel

Hoeveel

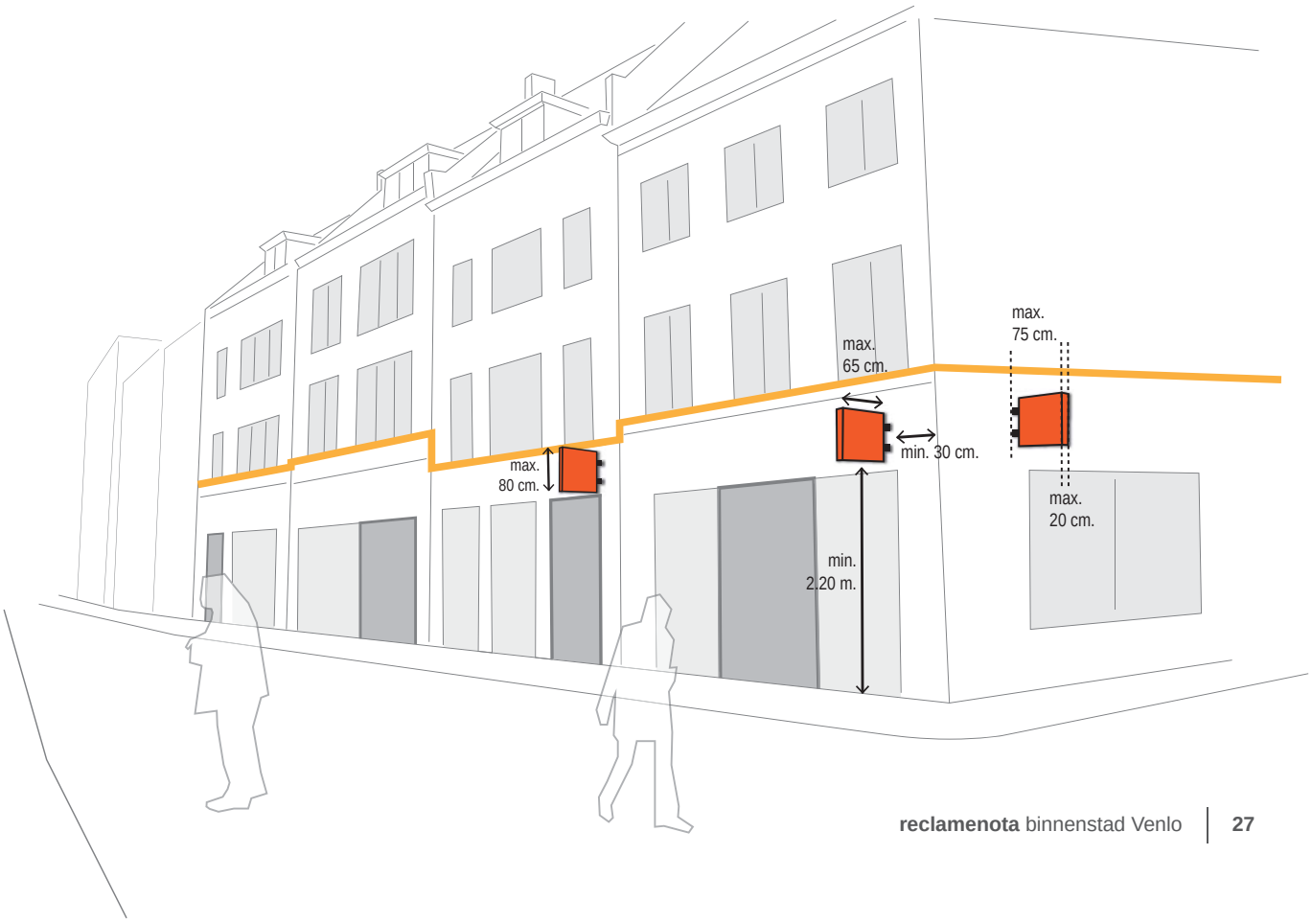
- Maximaal 1 per gevel.
- Indien de gevel breder is dan 15 meter, dan is per afgeronde 15 meter extra gevelbreedte 1 aanvullend reclameobject toegestaan.

Waar

- Onder de onderdorpel van het kozijn op de eerste verdieping.
- Minimaal 0.30 meter geplaatst van de zijmuur, het naburige pand of de perceelsgrens.
- Minimaal 2.20 meter boven straatpeil.

Hoe

- Maximaal 0.80 meter hoog, 0.65 meter breed en 0.20 meter dik.
- Maximaal 0.75 meter uit de gevel stekend, inclusief bevestigingsconstructie.



Plakfolie, posters en lichtbakken

Hoeveel

- Plakfolie, posters en lichtbakken hebben afzonderlijk en gezamenlijk een oppervlak van maximaal 20% van het glasoppervlak per raam.

Waar

- Geplaatst aan de binnenkant of buitenkant van het glasvlak van een etalageraam en/of glasvlak een deur.

Hoe

- Plakfolies alleen in de vorm van losse letters in verband met transparantie.
- Posters zijn semitransparant.
- Lichtbakken alleen in de vorm van losse letters en verlicht van binnenuit.



Reclame op zonweringen, markiezen, parasols en lantaarns

Hoeveel

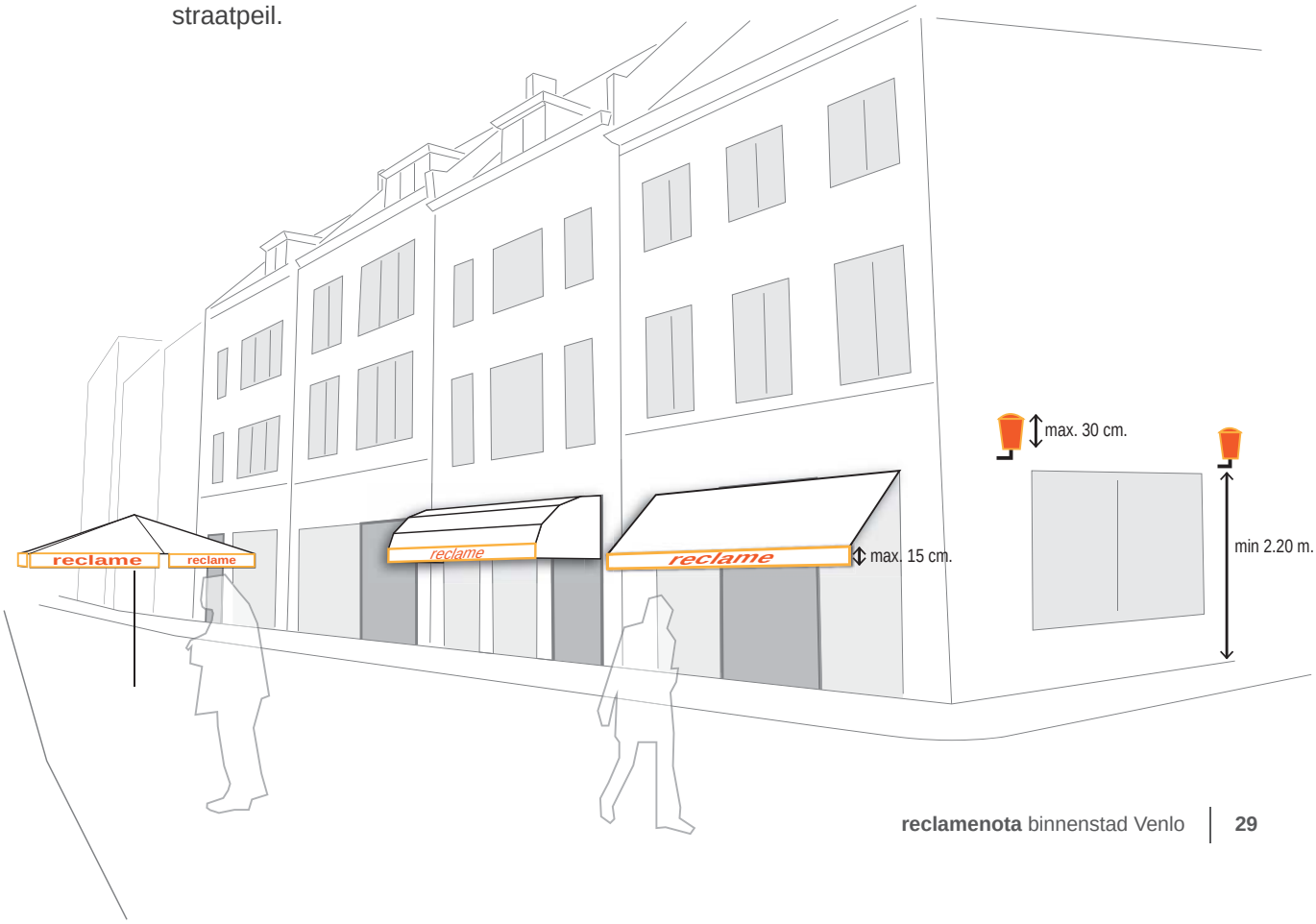
- Maximaal 1 reclameopdruk per zonwering.
- Maximaal 1 reclameopdruk per markies.
- Maximaal 1 reclameopdruk per volant van een parasol.
- Maximaal 2 lantaarns per gevel.

Waar

- Geplaatst op de volant van de zonwering, parasol of op het onderste segment van de markies.
- Tegen de zijkanten van markiezen zijn geen reclames toegestaan.
- Op het glas van de lantaarns.

Hoe

- Bestaande uit de bedrijfsnaam, een thematische benaming van het ter plaatse uitgeoefend ambacht of de naam van een product dat een horecabedrijf verkoopt.
- Uitgevoerd in éénkleurige letteropdruk van maximaal 0.15 meter hoog.
- Herhaling van teksten is niet toegestaan.
- Lantaarns mogen maximaal 0.30 meter hoog zijn en hangen minimaal 2.20 meter boven straatpeil.



Reclame op terrasafscheidingen/-schotten

Hoeveel

- Op maximaal 2 terrasafscheidingen/-schotten per pand.

Waar

- Geplaatst op het niet transparante gedeelte van de terrasafscheiding.

Hoe

- Maximaal 0.20 meter hoog.
- Op terrasafscheidingen/-schotten die geheel transparant zijn, mag de reclame alleen worden aangebracht op een wijze die de transparantie zo weinig mogelijk aantast.



4.1.3. REGELS UITSTALLINGEN GEMENGD GEBIED

Beleid voor uitstallingen is nodig om een bijdrage te leveren aan een prettig en veilig verblijfs- en winkelklimaat. Het doel is een verzorgd stads- en straatbeeld en goed toegankelijke straten, met name voor ouderen en gehandicapten. Daarbij is het van belang dat uitstallingen niet duurzaam verenigd zijn met het pand of de stoep en straat en na sluitingstijd binnen worden opgeslagen. Uitstallingen mogen niet gebruikt worden om waren te verkopen en te verhandelen. Alle verkoopactiviteiten dienen inpandig plaats te vinden.
De winkels rondom het Mgr. Nolensplein mogen uitstallingen plaatsen op basis van reeds verleende uitstal-/ standplaatsvergunningen. De vergunningen zijn verleend op basis van de marktfunctie die het Mgr. Nolensplein heeft. In verband met die marktfunctie is het ook voor de kiosken op het Mgr. Nolensplein toegestaan om uitstallingen te hebben. De randvoorwaarden voor uitstallingen bij de kiosken op het Mgr. Nolensplein vormen geen onderdeel van deze reclamenota, maar zijn anderszins privaatrechtelijk of bestuursrechtelijk vastgelegd.

Overkoepelende regel uitstallingen

- Als regel geldt dat maximaal 2 uitstallingen zijn toegestaan.
- Indien het pand breder is dan 15 meter, geldt per 15 meter extra gevelbreedte dat er 1 extra uitstalling is toegestaan.

Algemene criteria

- Alle uitstallingen zijn vergunningsvrij indien aan de regels wordt voldaan.
- Meubilair zoals stoelen, banken, tafels en dergelijke vallen onder het terrassenbeleid.
- De winkelartikelen en objecten ten behoeve van handelsreclame hebben een onmiskenbare relatie met de handel van de in het pand gevestigde onderneming.
- Uitstallingen zijn niet duurzaam verenigd met het pand of de stoep en straat en worden na sluitingstijd binnen opgeslagen.
- Voorwerpen ten behoeve van verkoopactiviteiten zijn niet toegestaan. Daaronder vallen bijvoorbeeld kassa's, toonbanken, vitrines, kauwgomballenautomaten en andere automaten ter verkoop van drinken, etenswaren en speelgoed. Verkoop vanuit de uitstalling is niet toegestaan. Deze criteria zijn niet van toepassing als hiervoor een vergunning is verleend.
- Een uitstalling mag niet aan een luifel worden opgehangen.
- De uitstalling mag uitsluitend in de openbare ruimte aanwezig zijn indien een vrije doorgang van tenminste 3.50 meter gewaarborgd is.
- Het vorige lid is niet van toepassing indien sprake is van een weg die niet begaanbaar is voor gemotoriseerd verkeer op meer dan twee wielen. In dat geval is een vrije doorgang van tenminste 1.50 meter voldoende.
- Indien de vrije doorgang door onvoorziene omstandigheden wordt belemmerd, is de uitstalling niet meer vergunningsvrij en dient de uitstalling meteen te worden verwijderd.
- De toegankelijkheid van de onderneming moet altijd gewaarborgd blijven voor (minder valide) verkeersdeelnemers.
- Daar waar een blindengeleidestrook dusdanig dicht langs de gevels loopt, dat onvoldoende ruimte is voor de plaatsing van een uitstalling tussen de gevel en deze strook, dient de uitstalling een dusdanige beperkte afmeting te hebben, dat de vrije doorgang van de blindengeleidestrook blijft gewaarborgd.

Winkelartikelen

Hoeveel

- Maximaal 1 uitstalling met winkelartikelen per pand.

Waar

- Direct tegen de gevel.

Hoe

- Over een lengte van 1 meter bij een breedte van 1 meter, tot een hoogte van maximaal 2.20 meter boven straatpeil.
- Bloemen, planten, groente en fruit mogen over de volle breedte van het pand en tot een afstand van 1 meter vanaf de gevel worden uitgestald.



Object ten behoeve van handelsreclame

Hoeveel

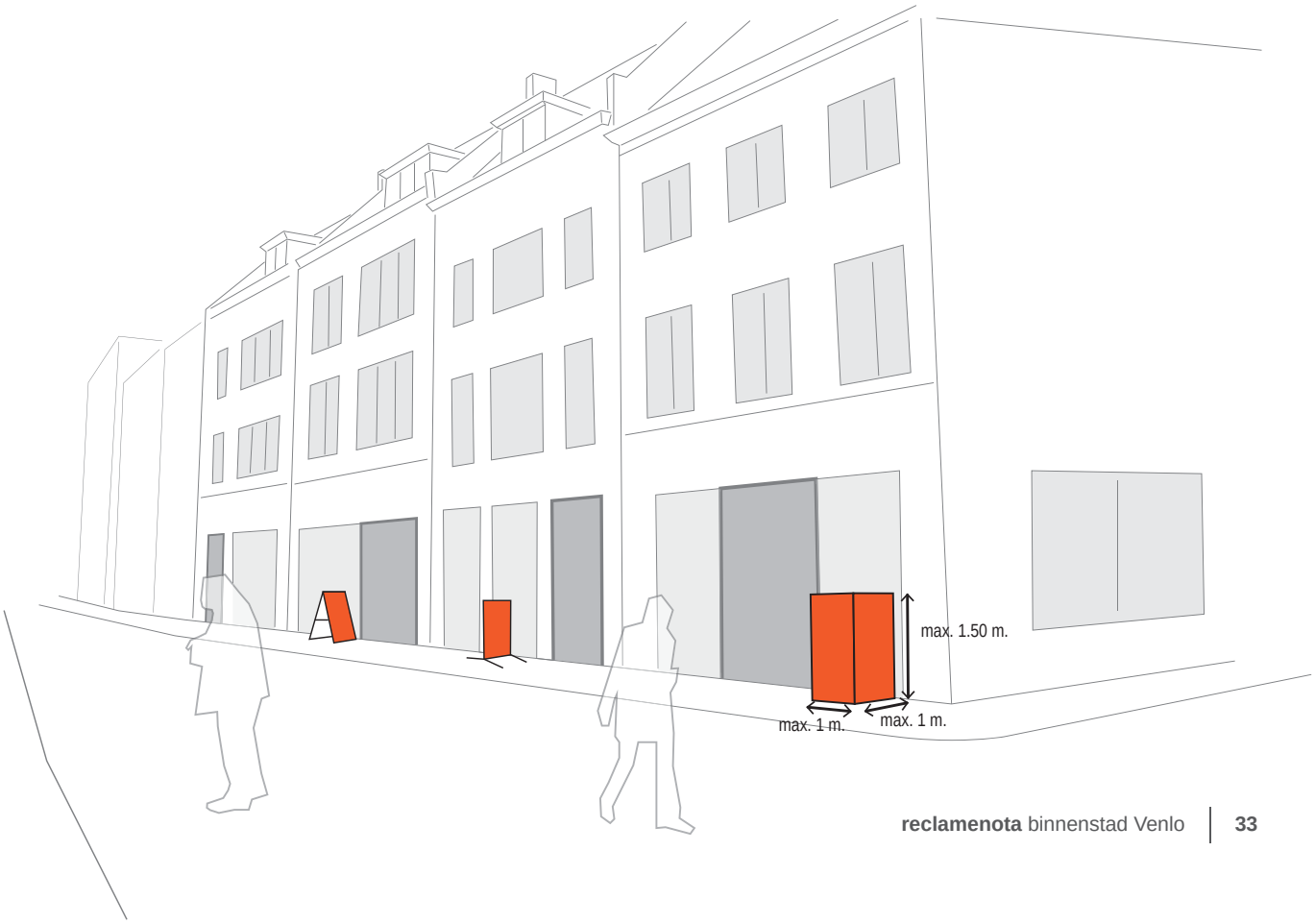
- Maximaal 1 object.

Waar

- Strak tegen de gevel.
- Daar waar een terras in de openbare publieke ruimte is toegestaan en feitelijk geplaatst, is het verplicht een object ten behoeve van handelsreclame op het terras te plaatsen.

Hoe

- De maximale afmeting bedraagt 1 meter bij 1 meter bij 1.50 meter hoog.



Overige objecten

Hoeveel

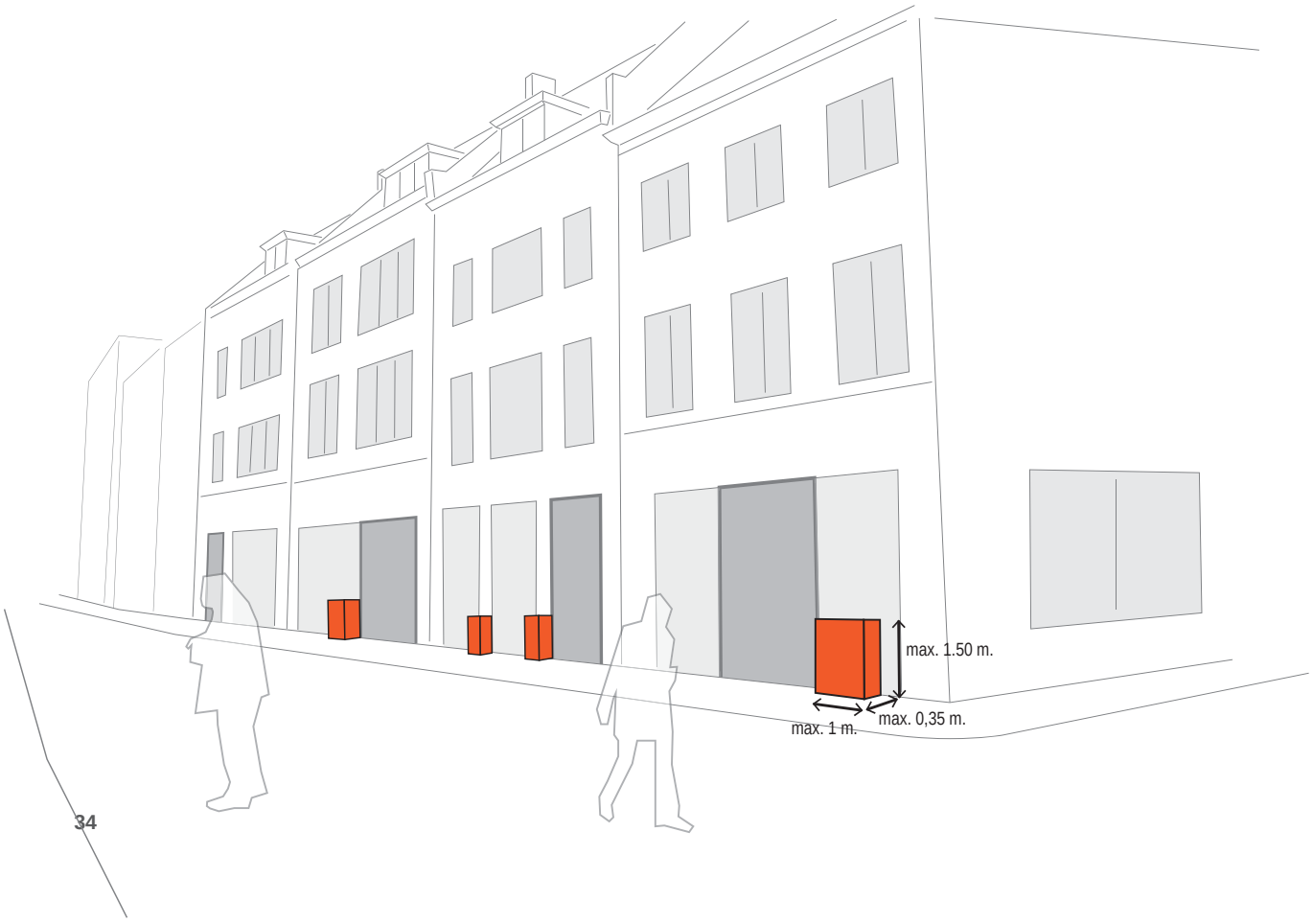
- Maximaal 2 objecten zonder reclame, waarvan maximaal 1 speeltoestel.

Waar

- Strak tegen de gevel.
- Daar waar een terras in de openbare publieke ruimte is toegestaan en feitelijk geplaatst, is het verplicht de objecten op het terras te plaatsen.

Hoe

- Vrij van reclame.
- De maximale afmeting bedraagt 1 meter bij 1 meter bij 1.50 meter hoog.

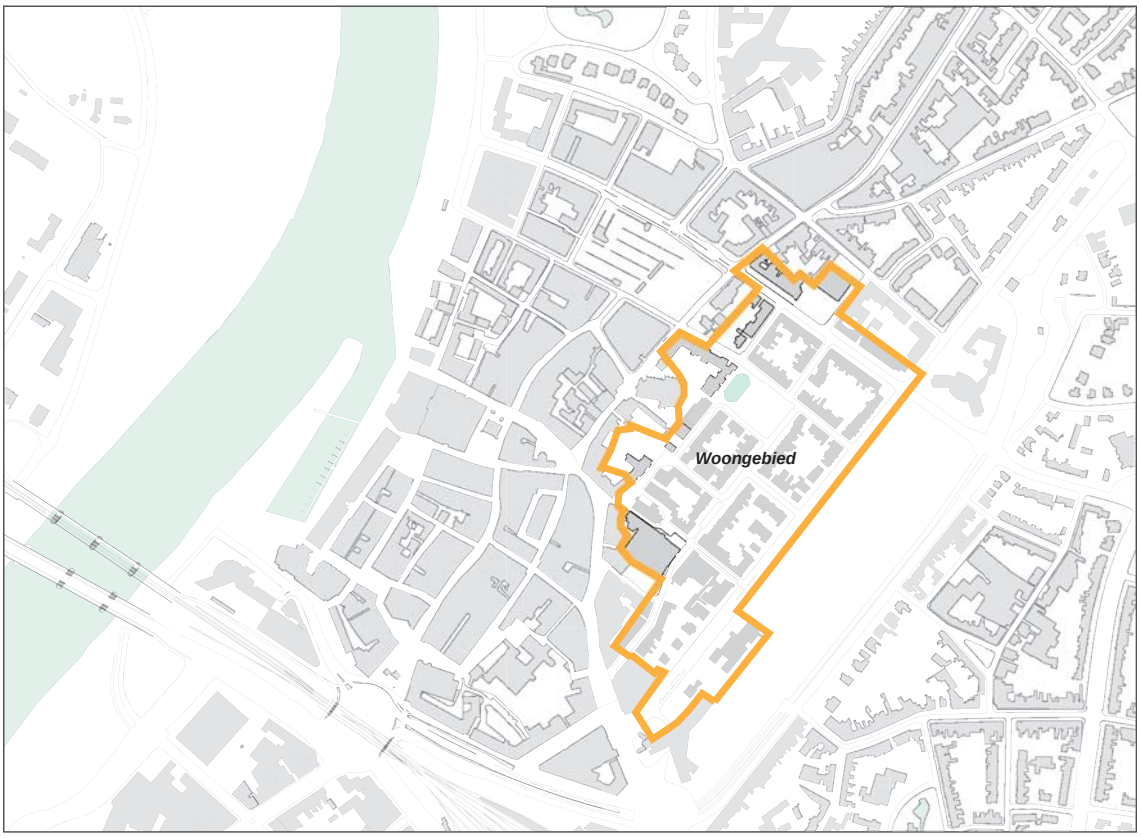


4.2 Woongebied

4.2.1. WENSBEELD

Het uitgangspunt is dat in gebieden met hoofdzakelijk een woonfunctie maar beperkt reclame-uitingen passen. Ten behoeve van de vindbaarheid van kleinere praktijkruimten voor het uitoefenen van beroep aan huis, moeten ondernemers, zij het beperkt, in woongebieden zich kunnen profileren. Voor deze gevallen is een bescheiden aanduiding aan de gevel of in de tuin aanvaardbaar. Voor panden met een positieve bedrijfs-, winkel- of horecabestemming in een woonomgeving gelden dezelfde regels als in het gemengd gebied. Uitgangspunt is dat voor woongebieden de reclameobjecten beperkt moeten zijn tot wat minimaal nodig wordt geacht. Ook in het woongebied zijn uitstallingen niet toegestaan, uitgezonderd plantenbakken met levend materiaal.

De reclameobjecten en uitstallingen zijn bij voorkeur ingetogen en fraai vormgegeven, met respect voor de bestaande ruimtelijke kwaliteit. De feitelijke reclame beperkt zich tot de aanwezige praktijk. De hoeveelheid tekst dient beperkt te zijn en goed leesbaar. Het tonen van meerdere ondernemingen met grote diversiteit aan schrijfstijlen en logo's dient voorkomen te worden.



4.2.2. REGELS ONDERNEMINGEN IN WOONGEBIEDEN

Zie regels paragraaf 4.1.2. en 4.1.3

4.2.3. REGELS PRAKTIJKRUIMTEN AAN HUIS

Reclamebord op de gevel

Hoeveel

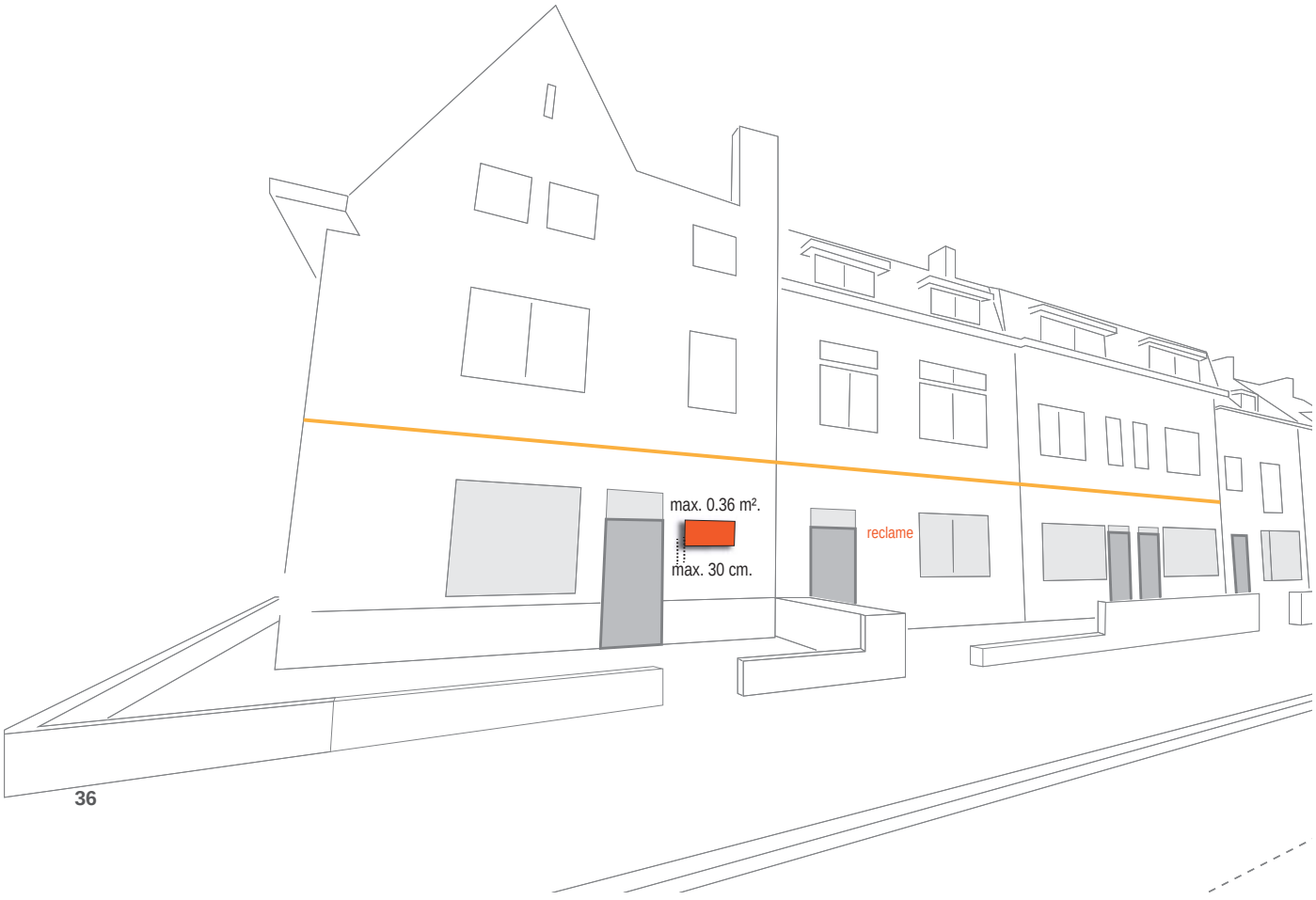
- Maximaal 1 per gevel.
- Indien in de voortuin reeds een reclamezuil is geplaatst, is een reclamebord op de gevel niet meer toegestaan.

Waar

- Naast de voordeur of entree van de praktijkruimte.
- Lager dan de vloer van de eerste verdieping.

Hoe

- Maximaal 0.36 m² groot.
- Maximaal 0.30 meter vanuit de gevel, inclusief bevestigingsconstructie.
- Uitgevoerd met losse letters of een passend vormgegeven naambord.



Reclamezuil

Hoeveel

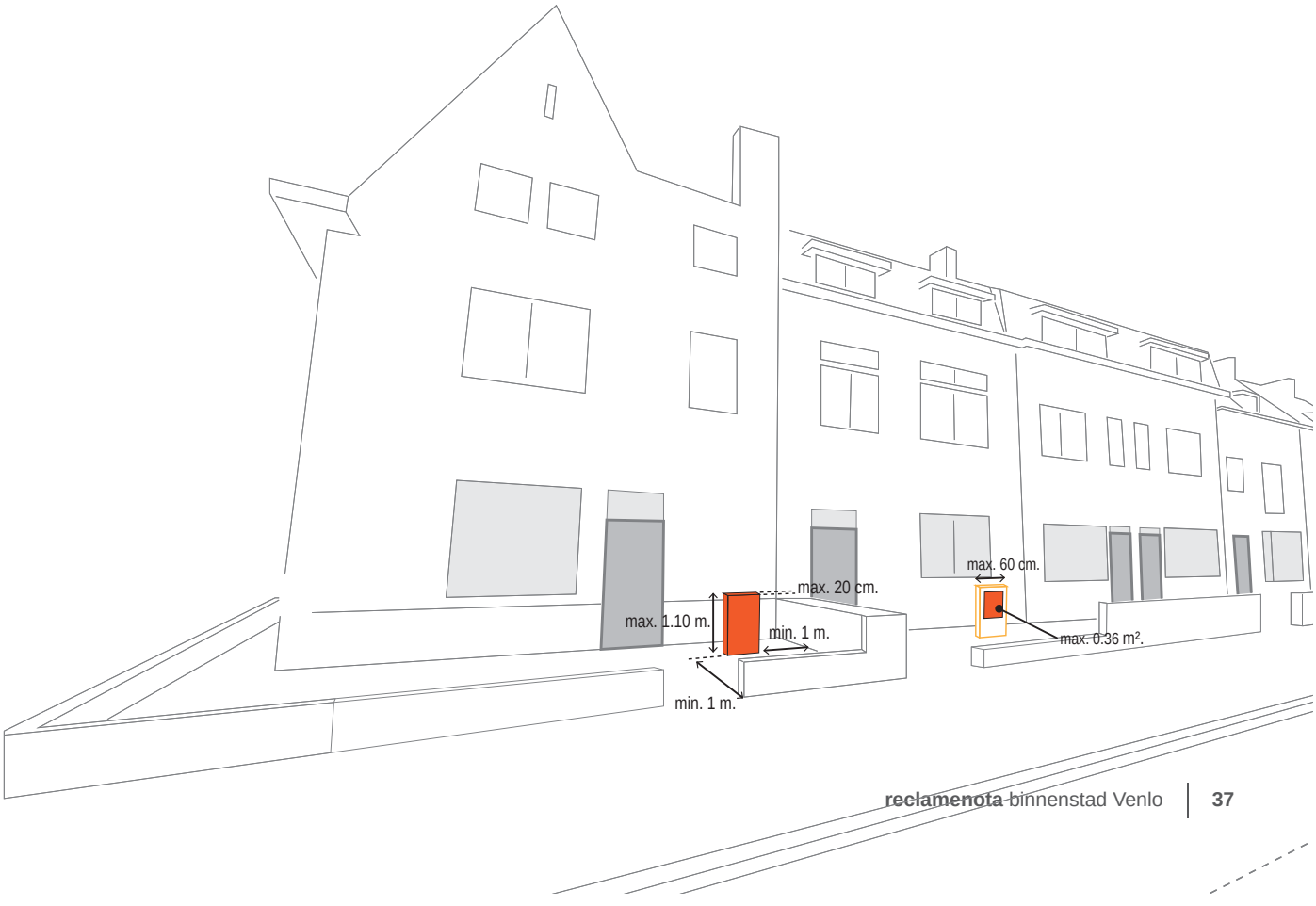
- Maximaal 1 per pand.
- Indien reeds een reclamebord op de gevel is geplaatst, is een reclamezuil in de voortuin niet meer toegestaan.

Waar

- Geplaatst in de voortuin op minimaal 1 meter afstand van de erfafscheidingen.

Hoe

- Maximaal 1.10 meter hoog, 0.60 meter breed en 0.20 meter dik.
- Bestaande uit een naam- en/of beroepsaanduiding van de aanwezige praktijk en één beeldmerk of logo van maximaal 0.36 m².



4.3. Regels bijzondere situaties

De regels zoals hiervoor omschreven gaan uit van een standaard situatie van veel voorkomende commerciële panden. Er valt niet aan te ontkomen om in te gaan op enkele bijzondere situaties. Daarvoor zijn globale regels opgenomen. Voor vergunningaanvragen voor reclames betreffende de bijzondere situaties, vraagt de gemeente Venlo altijd onafhankelijk welstandsadvies, om te toetsen aan redelijke eisen van welstand.

GROOTSCHALIGE ONDERNEMINGEN MET COMMERCIËLE RUIMTES OVER VERSCHILLENDE LAGEN

- Reclame op de eerste verdieping is alleen toegestaan indien daar ook een feitelijke winkelruimte is.
- Bij opslag, kantoor- of woonfunctie op de verdieping is daar geen reclame toegestaan.
- Alleen losse letters plat op de gevels en achter ramen zijn toegestaan.
- De reclames moeten voor het overige voldoen aan de regels zoals opgenomen in paragraaf 4.1.2.
- Bij vergunningaanvragen voor reclames op verdiepingen vraagt de gemeente Venlo altijd onafhankelijk advies om te toetsen aan redelijke eisen van welstand.

ONDERNEMINGEN OP DE VERDIEPINGEN, AFWIJKEND VAN DE ONDERNEMING OP DE BEGANE GROND

- Bij ondernemingen op de verdiepingen, die niet gelijk zijn aan de functie op de begane grond, zijn menuborden plat op de gevel, dubbelzijdige reclameborden loodrecht op de gevel en lantaarns toegestaan nabij de entree.
- De reclames moeten voldoen aan de regels zoals opgenomen in paragraaf 4.1.2.
- Plantenbakken met levend materiaal zijn toegestaan nabij de entrees met in acht neming van de regels in paragraaf 4.1.3.
- Bij vergunningaanvragen voor reclames voor ondernemingen die louter op de verdieping zijn gevestigd, vraagt de gemeente Venlo altijd onafhankelijk advies om te toetsen aan redelijke eisen van welstand.

MONUMENTEN

- Naast de regels uit de reclamenota zijn tevens de bepalingen uit de Monumentenwet van kracht.
- Reclameobjecten zijn ondergeschikt aan het pand.
- Bij de vormgeving is extra aandacht besteed aan verwantschap met de architectuur van het pand en het kleur- en materiaalgebruik.
- Voor reclame aan gemeentelijke- en rijksmonumenten is een monumentenvergunning vereist.

BIJZONDERE STEDELIJKE RUIMTES

- Bijzondere stedelijke ruimtes zijn locaties waar veel mensen bijeenkomen, waar infrastructuurlijnen samenkomen en hebben grote afmetingen.
- Het Mgr. Nolensplein, de Markt, de Oude Markt, Keulsepoort, Koninginneplein, Koninginnesingel, Vleesplein en Roermondsepoort zijn aangewezen als bijzondere stedelijke ruimtes.
- Rondom bijzondere stedelijke ruimtes zijn er ruimere mogelijkheden voor het aantal en de afmeting van reclames.
- De reclames moeten voor het overige voldoen aan de regels zoals opgenomen in paragraaf 4.1.2.
- Alleen bij de Roermondsepoort, de Koninginnesingel, het Vleesplein en het Koninginneplein zijn dakreclames toegestaan op panden uit de wederopbouwperiode: deze reclames passen bij de architectuurstijl en bij het karakter van de ruimte.
- Voor vergunningaanvragen voor reclames die afwijken van de regels zoals opgenomen in paragraaf 4.1.2. én gelegen zijn aan een bijzondere stedelijke ruimte, vraagt de gemeente Venlo een onafhankelijk welstandsadvies.

ONDERNEMINGEN IN EEN KELDER

- Bij gebruik van louter de kelder, is op de begane grond 1 enkelzijdig reclameobject plat op de gevel en 1 dubbelzijdig reclamebord loodrecht op de gevel toegestaan.
- De reclames moeten voor het overige voldoen aan de regels zoals opgenomen in paragraaf 4.1.2.
- Bij vergunningaanvragen voor reclames bij ondernemingen die louter in de kelder zijn gevestigd, vraagt de gemeente Venlo altijd onafhankelijk advies om te toetsen aan redelijke eisen van welstand.

ONDERNEMINGEN ACHTER ZUILENGALERIJEN

- De reclames komen tussen de kolommen.
- De reclames mogen niet aan de kolommen zelf worden bevestigd.
- De reclames mogen bestaan uit een doek of plaat met daarop losse letters conform de regels voor enkelzijdige reclameobjecten plat op de gevel.
- De reclames moeten voor het overige voldoen aan de regels zoals opgenomen in paragraaf 4.1.2.
- Bij vergunningaanvragen voor reclames bij ondernemingen achter een zuilengalerij, vraagt de gemeente Venlo altijd onafhankelijk advies om te toetsen aan redelijke eisen van welstand.

UITSTALLINGEN OP EN RONDOM MGR. NOLENSPLEIN

- Louter de ondernemingen waarvoor de gemeente Venlo een uitstal standplaatsvergunning heeft verleend, mogen uitstallingen plaatsen in de openbare ruimte conform de regels in de vergunningen.
- De ondernemers in de kiosken mogen uitstallingen plaatsen op basis van de randvoorwaarden zoals die privaatrechtelijk of anderszins bestuursrechtelijk zijn vastgelegd.

LEEGSTAANDE WINKELPANDEN

- De etalageruiten zijn (tijdelijk) te gebruiken voor de promotie van Venlo en de binnenstad als geheel.
- Bij gebruik voor promotiedoeleinden zijn de regels uit paragraaf 4.1.2. van toepassing.

BANIEREN

Banieren zijn in principe niet toegestaan omdat ze door afmeting en plaats aan de gevel de ruimtelijke kwaliteit in de binnenstad onder druk zetten. Er kunnen echter situaties zijn waar het ondernemerschap onvoldoende zichtbaar is en tevens de ruimtelijke kwaliteit niet in het geding is. In een dergelijke geval kan de gemeente de mogelijkheid bieden voor het aanbrengen van een banier bij een aantal bijzondere situaties zoals genoemd onder hoofdstuk 4.3 te weten:

- Grootschalige ondernemingen met commerciële ruimtes over verschillende lagen
- Ondernemingen op verdieping
- Bijzondere stedelijke ruimtes: Mgr Nolensplein, Markt, Oude Markt, Keulsepoort, Koninginneplein, Koninginnesingel, ‘Vleesplein’ en Roermondsepoort.
- Ondernemingen in de kelder
- Ondernemingen achter zuilengalerijen.

Bij het toepassen van banieren in genoemde bijzondere situaties, gelden de volgende randvoorwaarden:

- Geen andere reclame-uitingen haaks op de gevel aanwezig zijn;
- Maximaal één banier per gevel. Indien de gevel breder is dan 15 meter, dan is per afgeronde 15 meter extra gevelbreedte 1 extra banier toegestaan.
- De banier mag op de eerste verdieping worden aangebracht en de onderzijde dient zich minimaal 2,20m boven straatpeil te bevinden;
- De banier heeft een maximale hoogte overeenkomend met de eerste verdieping; de breedte dient afgestemd te worden op de architectuur van het pandomgeving en wordt getoetst aan redelijke eisen van welstand.
- Plaats, maat en uitvoering dient afgestemd op de architectuur van het pand; de gemeente vraagt advies om te toetsen aan redelijke eisen van welstand.

RECLAMES VIA LED-SCHERMEN

Bij deze reclamenota is uitgegaan van de reguliere reclame-uitingen. Niettemin dienen technologische ontwikkelingen zich aan, waardoor nieuwe vormen van reclame ontstaan, zoals LED-schermen. Deze reclamevorm wijkt af van de regels van paragraaf 4.1.2. waarin staat dat de gemeente Venlo terughoudend is ten aanzien van LED-schermen. Indien de gemeente Venlo toch medewerking wil verlenen aan de plaatsing van LED-schermen is dus maatwerk nodig. In voorkomende gevallen vraagt de gemeente Venlo onafhankelijk welstandsadvies.


Venlo verwelkomt
FLORIADE
HORTICULTURAL WORLD EXPO
VENLO 2012 HOLLAND
VERO MODA
MANGO
33
SALE

Uitvoering

5

5.1. Communicatie

Informatie aan de ondernemers over het vernieuwde reclamebeleid is van belang zodat zij weten wat de regels zijn en om begrip te kweken. Met voldoende begrip en kennis van de regels zullen ondernemers eerder geneigd zijn om zich te committeren aan het reclamebeleid. De beleidsnota zelf is gericht op de feitelijke regels. De rol van communicatie met ondernemers ligt voornamelijk bij Venlo Partners en Venlostad.com, maar ook bij de zittende ondernemers zelf. De gemeente gaat uit van een grote mate van zelfredzaamheid onder de ondernemers. De nota en regels zullen via de website van de gemeente Venlo beschikbaar zijn.

5.2. Toezicht en handhaving

Handhaving is een belangrijk middel om de gestelde doelen van het reclamebeleid te bereiken. De reclamenota zelf gaat echter niet in op de toekomstige wijze van handhaving. De gemeente Venlo heeft besloten om actief te handhaven bij monumenten. Aangezien in de binnenstad een groot aantal monumenten aanwezig zijn, wordt automatisch in de binnenstad in de toekomst ook strenger gehandhaafd. Als vervolgstap op het nieuw reclamebeleid gaat de gemeente ondernemers over illegale gevelreclames aanschrijven. Uitstallingen zijn vergunningsvrij indien ze voldoen aan de regels; handhaving is daarbij een ‘check’ achteraf. Daarbij is het van belang op een efficiënte wijze om te gaan met personele capaciteit.

5.3. Aanpassingstermijn

Voor alle, op basis van het oude reclamebeleid, vergunde reclames in de binnenstad van Venlo die niet voldoen aan de regels uit deze nota, geldt een aanpassingstermijn van vijf jaar vanaf de datum van inwerkingtreding. Dat betekent dat de regels zoals die in het beleid zijn opgenomen zowel gelden voor nieuwe aanvragen als voor reeds aanwezige reclames. Het is wenselijk dat na deze termijn alle reclameobjecten voldoen aan de nieuwe regels. In de praktijk blijkt dat ondernemers reclameobjecten gemiddeld binnen een periode van drie tot vijf jaar vervangen. Winkels verplaatsen, ondernemers wisselen, merken krijgen een nieuw beeldmerk of reclameobjecten zijn technisch verouderd. Illegale reclames zullen worden aangepakt.

Voor reclameobjecten die voldoen aan de nieuwe regels hoeft geen nieuwe vergunning te worden aangevraagd. Het is van belang om direct na vaststelling van de nota ondernemers te wijzen op de vereiste aanpassing van de gevelreclames en uitstallingen.

Bijlage

1: Wettelijk kader reclames en uitstallingen

APV, artikel 1:1 Begripsomschrijvingen
In deze verordening wordt verstaan onder:
h. handelsreclame: iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen;

APV, artikel 1:4 Voorschriften en beperkingen
1. Aan een vergunning of ontheffing kunnen voorschriften en beperkingen worden verbonden. Deze voorschriften en beperkingen strekken slechts tot bescherming van het belang of de belangen in verband waarmee de vergunning of ontheffing is vereist.
2. Degene aan wie een vergunning of ontheffing is verleend, is verplicht de daaraan verbonden voorschriften en beperkingen na te komen.

APV, artikel 1:5 Persoonlijk karakter van vergunning of ontheffing
De vergunning of ontheffing is persoonsgebonden, tenzij bij of krachtens deze verordening anders is bepaald of de aard van de vergunning zich daartegen verzet.

APV, artikel 1:6 Intrekking of wijziging van vergunning of ontheffing
De vergunning of ontheffing kan worden ingetrokken of gewijzigd:
b. indien op grond van een verandering van de omstandigheden of inzichten opgetreden na het verlenen van de ontheffing of vergunning, intrekking of wijziging noodzakelijk is vanwege het belang of de belangen ter bescherming waarvan de vergunning of ontheffing is vereist;

APV, artikel 1:7 Termijnen
De vergunning of ontheffing geldt voor onbepaalde tijd, tenzij bij de vergunning of ontheffing anders is bepaald of de aard van de vergunning of ontheffing zich daartegen verzet.

APV, artikel 2:10 Voorwerpen of stoffen op, aan of boven de weg
1. Het is verboden zonder vergunning de weg of een weggedeelte anders te gebruiken dan overeenkomstig de publieke functie daarvan.

APV, artikel 4:15 Ontsierende, hinderlijke of gevaarlijke reclames e.d.
1. Het is de rechthebbende op een onroerende zaak alsmede de hoofdgebruiker van die zaak verboden zonder vergunning van het bevoegd gezag deze zaak of een daarop aanwezige zaak te gebruiken of het gebruik daarvan toe te laten voor het maken van handelsreclame met

behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die vanaf de weg of vanaf een andere voor het publiek toegankelijke plaats zichtbaar is.
2. Het in het eerste lid gestelde verbod geldt niet ten aanzien van:
a. opschriften, aankondigingen en afbeeldingen op zuilen, borden, muren of andere constructies, aangewezen door de overheid;
b. opschriften en aankondigingen van tijdelijke aard, voor zolang zij feitelijke betekenis hebben doch niet langer dan 4 weken, mits van het aanbrengen ervan tevoren of vanwege de rechthebbende van de onroerende zaak schriftelijk kennisgeving is gedaan aan het college en dit college niet binnen 14 dagen na ontvangst van die kennisgeving van enig bezwaar heeft doen blijken.
3. Het in het eerste lid gestelde verbod is niet van toepassing op gedragingen voor zover in de bescherming van de door dit verbod beschermde belangen reeds wordt voorzien bij of krachtens de Woningwet, op de Wet milieubeheer gebaseerde voorschriften, de Monumentenwet, de Monumentenverordening Venlo of artikel 2:10 van toepassing is.
4. Een vergunning bedoeld in het eerste lid kan worden geweigerd:
a. indien de reclame, hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand;
b. in het belang van de verkeersveiligheid;
c. in het belang van de voorkoming of beperking van overlast voor gebruikers van de in de nabijheid gelegen onroerende zaak.

APV, artikel 4:16 Nadere regels
Het verbod, vervat in 4:15, eerste lid, geldt niet voor het maken van door het college bij openbaar bekend te maken besluit aangewezen categorieën handelsreclame, voor zover wordt voldaan aan bij of krachtens dat besluit vastgestelde voorschriften, welke betrekking hebben op de in artikel 4:15, vierde lid, genoemde belangen.

APV, artikel 5:7 Parkeren van reclamevoertuigen
1. Het is verboden een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame, op de weg te parkeren met het kennelijk doel om daarmee handelsreclame te maken.
2. Het college kan van het verbod ontheffing verlenen.

Erfgoedverordening Venlo 2010, artikel 6.4 Verbodsbepaling
1 Het is verboden om een gemeentelijk stads- en dorpsgezicht te verstoren, te beschadigen, te vernielen of te gebruiken of te laten gebruiken op een dusdanige wijze, dat het wordt ontsierd of in gevaar gebracht.

Wabo, artikel 2.1

1. Het is verboden zonder omgevingsvergunning een project uit te voeren, voor zover dat geheel of gedeeltelijk bestaat uit:

a. het bouwen van een bouwwerk,

f. het slopen, verstoren, verplaatsen of in enig opzicht wijzigen van een beschermd monument of het herstellen, gebruiken of laten gebruiken van een beschermd monument op een wijze waardoor het wordt ontsierd of in gevaar gebracht.

Wabo, artikel 2.2

1. Voor zover ingevolge een bepaling in een provinciale of gemeentelijke verordening een vergunning of ontheffing is vereist om:

b. een monument als bedoeld in een zodanige verordening:

1°. te slopen, te verstoren, te verplaatsen of in enig opzicht te wijzigen of

2°. te herstellen, te gebruiken of te laten gebruiken op een wijze waardoor het wordt ontsierd of in gevaar gebracht,

h. op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die zichtbaar is vanaf een voor het publiek toegankelijke plaats,

i. als eigenaar, beperkt zakelijk gerechtigde of gebruiker van een onroerende zaak toe te staan of te gedogen dat op of aan die onroerende zaak handelsreclame wordt gemaakt of gevoerd met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die zichtbaar is vanaf een voor het publiek toegankelijke plaats,

geldt een zodanige bepaling als een verbod om een project voor zover dat geheel of gedeeltelijk uit die activiteiten bestaat, uit te voeren zonder omgevingsvergunning.

Algemene wet bestuursrecht, artikel 4:81

Artikel 4:81 van de Algemene wet bestuursrecht bepaalt dat een bestuursorgaan beleidsregels kan vaststellen met betrekking tot een hem toekomende of onder zijn verantwoordelijkheid uitgeoefende, dan wel door hem gedelegeerde bevoegdheid.

Reclamenota
Binnenstad Venlo 2014

Gemeente Venlo
Postbus 3434
5902 RK Venlo
T: 14 077
E: info@venlo.nl
I: www.venlo.nl

De afdeling Ruimte en Economie, in nauwe samenwerking met de afdelingen Gebouwde Omgeving en Veiligheid en Handhaving.

Projectteam:

Anita Wijnands
Dimphy Gielen
Peter Jacobs
Hanneke Laarakker
Rob van der Wijst
Niek Marcelissen
Piet Pepels (adviseur)

Venlo, april 2014