

RECLAMEBELEID GEMEENTE VENLO

Inclusief geïllustreerde toelichting

RECLAMEBELEID GEMEENTE VENLO
Inclusief geïllustreerde toelichting

Stichting Ruimtelijke Kwaliteit Limburg
Postbus 131, 6040 AC ROERMOND
Tel 0475 - 357806 / Fax 0475 - 350973

Projectnummer: 2000-2.13
Opdrachtgever: Gemeente Venlo
Type: Beeldkwaliteitplan reclame algemeen
Titel: Geïllustreerde toelichting reclamebeleid Venlo
Datum: September 2000 / januari 2002
Basis lay-out: Stichting Ruimtelijke Kwaliteit Limburg
Auteur: ir. J.M.M. Jongeling-Rooth
Fotografie: Gemeente Venlo en ir. J.M.M. Jongeling-Rooth
Begeleidingsteam: mr. J.A.H Arts (hoofd afdeling Bouwen en Wonen),
mr. P.M.A. Jacobs (juridisch beleidsmedewerker afdeling Bouwen en Wonen) en
ir. P.H.P. Stevens (adviseur ruimtelijke kwaliteit)
Met dank aan: Commissie stadskwaliteit, ondernemers binnenstad,
ondernemers Blerick, ondernemersvereniging bedrijventerreinen

© 2000/2002
Samenstellers Stichting Ruimtelijke Kwaliteit Limburg, Roermond

Inhoud :

| | |
|---|----|
| 1. Inleiding | 6 |
| ▪ Inleiding | 6 |
| ▪ Chronologie | 6 |
| 2. Reclamebeleid in Venlo | 7 |
| ▪ Reclames in het stadsbeeld | 7 |
| ▪ Kwaliteit van de panden | 7 |
| ▪ Samen bouwen aan winkelstad Venlo | 7 |
| ▪ Rol van de ondernemer | 8 |
| ▪ Voorbeelden | 8 |
| ▪ Definitie gevelreclame | 8 |
| ▪ Hoofdropzet van het gewenste kwaliteitsbeeld | 8 |
| ▪ Procedures | 9 |
| ▪ Overgangstermijn | 9 |
| 3. Regelgeving in schema's | 10 |
| ▪ Algemeen geldende regels voor reclames | 10 |
| ▪ Regelgeving voor reclames in winkelgebieden | 11 |
| ▪ Standaardvoorbeeld reclamemogelijkheden | 12 |
| ▪ Overzichtskaart gebiedsindeling reclamebeleid | 13 |
| ▪ Regelgeving voor reclames op bedrijventerreinen | 14 |
| ▪ Regelgeving voor reclames in woongebieden | 14 |
| ▪ Regelgeving voor reclames in het buitengebied | 14 |
| 4. Voorbeelden op thema | 15 |
| ▪ Binnenstad | 15 |
| - Algemeen straatbeeld | 15 |
| - Invloed reclame op het straatbeeld | 17 |
| - Te veel reclames | 19 |
| - Beplakking | 27 |
| - Luifels | 30 |
| - Vlaggen | 32 |
| - Te hoog aangebrachte reclames en dakreclame | 37 |
| - Uitzonderingen | 38 |
| - Structurele verbeteringen | 41 |
| ▪ Bedrijventerreinen | 49 |
| ▪ Woongebieden | 53 |
| ▪ Buitengebied | 55 |

1. Inleiding

In 1994 is in Venlo de nota Architectuurbeleid vastgesteld. Een van de beleidsvoornemens was om een inhaalslag te maken op het gebied van reclamevoering in de bebouwde omgeving. In 1997 is gestart met het ontwikkelen van een visie over reclamevoering. In dit proces is al een heel traject afgelegd. Belangrijke aandachtspunten daarbij zijn een breed maatschappelijk draagvlak, (snel) inzichtelijk beleid en een overgangsregeling voor realisering in redelijke tijd. Uit het proces tot nu toe is tevens gebleken dat duidelijke voorbeelden (goed – slecht) verhelderend werken. Vanuit de ondernemers is te kennen gegeven dat de gemeente een meer adviserende rol zou moeten spelen. Verbetering moet gestimuleerd worden en gerichte hulp dient te worden geboden. Maar uiteindelijk zouden toch ook harde maatregelen moeten worden getroffen tegen de onwilligen.

De ondernemers hebben gevraagd de gewenste sfeer te visualiseren door het geven van voorbeelden die de beoogde kwaliteit duidelijk maken. Daarom is deze geïllustreerde toelichting op het reclamebeleid in Venlo met sfeerbeelden voor reclames opgesteld. Het is een heldere en eenduidige handleiding over welke reclames wel en niet kunnen. De spelregels worden begrijpelijk, helder en eenduidig uitgelegd. Deze toelichting doet tevens dienst als publieksfolder of –brochure. Ondernemers en aspirant-vestigings in Venlo worden door deze brochure vooraf ingelicht over de gewenste visuele kwaliteit van hun bedrijf in het straatbeeld.

In het kort komt het nieuwe beleid er op neer dat alle reclames, ook de onverlichte, de waren aan de gevel, de vlaggen met opschrift en dergelijke, vallen onder de vergunningsplicht. Dit beleid wordt hier duidelijk gemaakt door foto's. Afwijkingen van de regels zijn mogelijk met goedkeuring van de commissie stadskwaliteit.

In het belang van zowel de ondernemers als de gemeente zijn snelle en duidelijke procedures gemaakt. Als een reclame wordt aangevraagd en deze voldoet aan de afspraken kan binnen 4 weken de vergunning worden verleend. Natuurlijk moet de aanvraag voorzien zijn van duidelijke tekeningen en een volledig ingevuld aanvraagformulier.

Chronologie

| | |
|------------|--|
| 1994 | de nota architectuurbeleid is vastgesteld, het beleidsvoornemen is hogere kwaliteitseisen te stellen om de kwaliteit van de stad zichtbaar te maken |
| 13-02-1998 | het college van B&W is akkoord met de bespreknota gevelreclame, waarin ook aandacht is voor reclame in de openbare ruimte |
| 13-10-1998 | overleg college van B&W met de commissie stadskwaliteit over reclamebeleid |
| 02-02-1999 | het college is akkoord met de 'leeswijzer reclamebeleid 1999', het streven is een continue open discussie met het oog op een zo breed mogelijk draagvlak |
| 31-03-1999 | informatiebijeenkomst voor opinionleaders, overeenstemming wordt bereikt over het opwaarderen van de kwaliteit van reclames |
| 29-09-1999 | informatiebijeenkomst voor ondernemers in de Maaspoort |
| 20-06-2000 | presentatie concept reclamecatalogus aan besturen ondernemers en |
| 28-06-2000 | presentatie concept reclamecatalogus aan commissie stadskwaliteit |
| 25-08-2000 | presentatie aangepast concept 'geïllustreerde toelichting reclamebeleid' in projectcollege |
| 27-09-2000 | vaststelling 'geïllustreerde toelichting reclamebeleid' door de raad |
| 01-10-2000 | start pilot-projecten |

2. Reclamebeleid in Venlo

De sfeer van een binnenstad als Venlo is heel belangrijk voor het winkelende publiek en dus ook voor de ondernemer die er zijn zaak heeft. De binnenstad heeft een grote belevingswaarde, al was het alleen al omdat er zoveel mensen komen. Tegenwoordig gaan alle binnensteden steeds meer op elkaar lijken. Dat is niet omdat overal dezelfde gebouwen staan, maar omdat het straatbeeld wordt bepaald door de reclames en standaardpuien van landelijke winkelketens ('corporate identity').

Venlo is niet zo maar een stad als ieder ander. Het heeft zijn eigen historie, sfeerbepalende monumenten en een zeer gevarieerd winkelaanbod. Het is nodig dat bezoekers van Venlo zich goed kunnen oriënteren in en identificeren met de stad. Mensen moeten zich prettig en thuis voelen in de winkelstraten. Als de ambiance gezellig is, verblijft het publiek langer en neemt de kans op bestedingen toe.

Reclames in het stadsbeeld

Reclames bepalen voor een groot deel hoe de sfeer in de binnenstad is. Soms is een (karakteristiek) pand niet meer zichtbaar vanwege de reclames, anderzijds kan een mooi vormgegeven reclame of verzorgde winkelpui een meerwaarde voor de winkel zijn.

Vroeger was het voldoende om de naam en soort van de zaak in losse letters op de winkelruit te vermelden. Dit is in ieder geval te verkiezen boven de grote hoeveelheden neon die sommigen tegenwoordig denken nodig te hebben.

Ook is het mogelijk dat de architect bij het ontwerpen al een speciale plaats voor de naam of reclame heeft gereserveerd op de gevel. Dat is beter dan het later aanbrengen van bijvoorbeeld een willekeurige plaat van opvallende kleur met plakletters.

Reclame is nodig om duidelijk aan te geven om welke zaak het gaat en wat de klant kan verwachten. Eigenlijk is de reclame het visitekaartje van de zaak, net zo goed als de etalage of de kwaliteit van de waren of diensten. De laatste tijd leek het wel alsof de ondernemers tegen elkaar moesten opbieden met steeds grotere of kleurrijkere reclames. Hierdoor is het straatbeeld 'vervuild' geraakt.

Kwaliteit van de panden

Vaak bezitten panden zelf al een goede architectuur. Door deze bestaande eigenschappen te gebruiken of zelfs te versterken maak je optimaal gebruik van alle kwaliteit en sfeer die het pand zelf biedt. En daarvan is in Venlo genoeg te vinden! Het merendeel van de bestaande panden is van behoorlijk niveau.

In sommige gevallen drijft een reclame of luifel echter letterlijk een wig tussen de onder- en de bovenpui van een pand, waardoor twee verschillende werelden ontstaan: een meer historische bovengevel en een geheel open en transparante onderpui. Hierdoor lijkt de etage te zweven. Dit levert een topzware gevel die letterlijk 'geen poot heeft om op te staan'.

Samen bouwen aan winkelstad Venlo

Zowel de gemeente als de ondernemers vinden het nu tijd om de kwaliteiten van winkelstad Venlo weer zichtbaar te maken en de sfeer aan te passen aan de hedendaagse eisen. Grote reclames, spandoeken en vlaggen zijn achterhaald. Meer is niet altijd beter! De consument wil meer recreatief shoppen en

zoekt gezellige straatjes, terrasjes en winkeltjes met een gevarieerd aanbod. Er wordt meer dan ooit besteed, maar wel op kwaliteit gelet.

Rol van de ondernemer

Voor de ondernemer heeft reclame een belangrijke betekenis: hij wil een groot publiek bereiken. De consument moet de zaak makkelijk kunnen vinden. Reclame-uitingen aan een pand aanbrengen is een behoorlijk kostbare zaak. Tijd is geld en een nieuwe huisstijl of (her)opening van een zaak moet altijd zo snel mogelijk worden gerealiseerd (liefst gisteren!). Het kost tijd om een vergunning aan te vragen en goedkeuring van de commissie stadskwaliteit te krijgen. Dan is het erg handig als je tevoren weet waar je aan toe bent, dat er vastgestelde regels zijn waar reclames aan moeten voldoen. Dan weet je als ondernemer waar je je aan te houden hebt en ook dat dat net zo goed geldt voor de buurman. Deze zekerheid voor de ondernemer biedt tijdwinst en voorkomt nodeloze irritatie bij alle partijen. De ondernemer kan bovendien zijn reclameadviseur of architect beter instrueren als hij de plaatselijk gewenste sfeer kent. Goede reclame voegt een stuk kwaliteit en sfeer toe aan het straatbeeld en dat is ook weer in het belang van die ondernemer en zijn zaak. Kortom: het vaststellen van regels door het vaststellen een reclamebeleid biedt alleen maar voordelen. Een steun in de rug in de vorm van gericht advies is daarbij welkom en kan het proces van gevelverbetering versnellen.

Voorbeelden

In deze toelichting zijn verschillende voorbeelden opgenomen van goede en minder goede reclames. Dit betreft eenvoudige zaken van het verwijderen van niet meer aan de hedendaagse eisen beantwoordende reclames tot meer ingrijpend gevelherstel. Over het algemeen kan al groot effect worden bereikt met het opschonen van de gevels. Dit verhoogt de aantrekkingskracht van de zaak op zichzelf en heeft tevens uitstraling op het hele straatbeeld. Het is een uitdaging om iets extra's aan de gevel toe te voegen, dat werkelijk een meerwaarde is; dat bewijst dat reclame mooi en tegelijk functioneel kan zijn.

Definitie gevelreclame

Reclame is iedere vorm van handelsreclame (verlicht of onverlicht) met behulp van opschriften, aankondigingen, afbeeldingen in welke vorm dan ook die vanaf de weg of vanaf een andere voor publiek toegankelijke plaats zichtbaar is aan een onroerende zaak. Hieronder vallen dus onder andere alle naamsaanduidingen, logo's, kleding of andere waren aan de gevel, (permanente) reclame-afbeeldingen tegen ramen, spandoeken, banieren, vlaggen, menuborden, etc.

Hoofdpunten van het gewenste kwaliteitsbeeld

In grote lijnen komt het nieuwe reclamebeleid van de gemeente op het volgende neer.

- Alle reclames zijn vergunningsplichtig
- Er zijn maximaal 3 reclames toegestaan
- Plaatsing van de reclames alleen binnen het daarvoor bestemde vlak (zie standaardvoorbeeld)
- De reclame moet worden afgestemd op de architectuur van het gebouw en de omgeving
- Afwijkingen worden voorgelegd aan de commissie stadskwaliteit, bij goedkeuring door de commissie wordt de (bouw)vergunning verleend

De eisen die aan reclames worden gesteld staan in een aparte schema's vermeld (vanaf bladzijde 10). Deze eisen c.q. richtlijnen zijn beleidsregels als bedoeld in artikel 4.81 van de Algemene Wet Bestuursrecht (AWB). Het betreft de bevoegdheid van het college van Burgemeester en Wethouders om

te oordelen over het uiterlijk en de plaatsing van de reclame zowel op zichzelf als in verband met de omgeving of de te verwachten ontwikkeling daarvan. De reclame mag niet in strijd zijn met redelijke eisen van welstand als bedoeld in artikel 4.27 van de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) of artikel 12 van de Woningwet (WW).

Procedures

Als een vergunning wordt aangevraagd voor een reclame die voldoet aan de gestelde eisen kan de vergunning binnen 4 weken worden verleend. Natuurlijk moeten er dan wel duidelijke tekeningen en een volledig ingevuld aanvraagformulier bij worden ingediend. Uitzonderingen op het beleid zijn mogelijk met goedkeuring van de commissie stadskwaliteit.

Overgangstermijn

Na de vaststelling van het reclamebeleid worden alle aanvragen om nieuwe reclame aan het nieuwe beleid getoetst. Ook veranderingen van bestaande reclames dienen aan het nieuwe beleid te voldoen. Voor bestaande reclames (met vergunning) die niet passen binnen het nieuwe beleid wordt een overgangstermijn gehanteerd van 5 jaar ingaande 1 januari 2001.

Na 5 jaar dienen ook deze reclames te voldoen aan het nieuwe beleid.

Inmiddels hebben veel winkeliers bij verbouwingen of nieuw-vestigingen ook de reclames gewijzigd die reeds voldoen aan het nieuwe beleid. Ook binnen de overgangstermijn van 5 jaar zullen veel ondernemingen hun huisstijl aanpassen en daarmee ook hun reclames.

Verder wordt verwacht dat van de actieve benadering door de Stichting Ruimtelijke Kwaliteit Limburg met pilot-projecten in de Klaasstraat en Kloosterstraat een sneeuwbaaleffect uitgaat. Ook andere ondernemers zullen gaan investeren in de kwaliteit van hun bedrijfspan.

3. Regelgeving in schema's

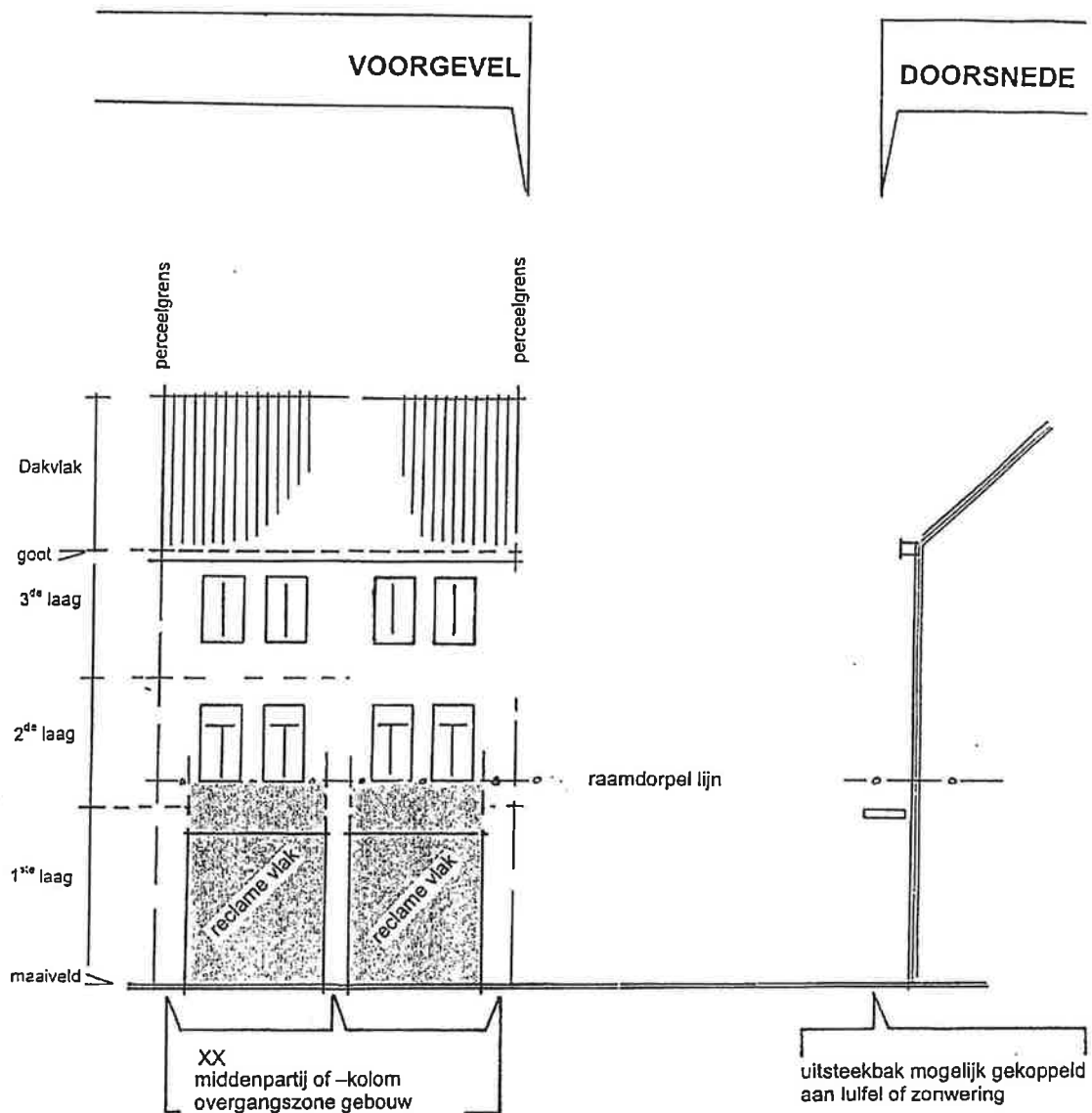
ALGEMEEN GELDENDE REGELS VOOR RECLAMES

| RECLAMEBELEID GEMEENTE VENLO | |
|----------------------------------|---|
| Toetsing: | |
| Monumentenwet | Extra eisen aan rijksbeschermden en gemeentelijke monumenten: Reclame moet ondergeschikt zijn aan het pand, Extra aandacht voor kleur- en materiaalgebruik. |
| Woningwet art 12 APV art 4:27 | Voldoet de reclame aan redelijke eisen van welstand, zowel op zichzelf als in relatie tot zijn omgeving. |
| Algemene criteria | <p>Reclame qua plaats, schaal, maat, vorm en kleur afstemmen op architectuur van het gebouw en/ of de bestaande omgeving.</p> <p>Bij nieuwbouw reclame integreren in het ontwerp (wel afzonderlijk aanvragen!). Indien de reclame niet geïntegreerd is in het ontwerp, dient de reclame te worden uitgevoerd in de vorm van losse letters.</p> <p>Bij bestaande bouw moet de reclame een verrijking van de gevel zijn, of tenminste een aanvaardbare toevoeging, uitgevoerd in losse letters.</p> <p>Er moet een direct verband bestaan tussen de reclame en het gebruik en / of de functie van de locatie/ pand/ voorwerp zelf.</p> <p>Eventuele verlichting van reclames dient van binnenuit dan wel vanuit de achterzijde te gebeuren, dus niet door middel van spotjes e.d.</p> <p>Het aantal toe te laten reclames aan een gebouw is afhankelijk van de aard en architectuur van het gebouw, alsmede van de omvang en grootte.</p> <p>De hoeveelheid tekst per reclame dient beperkt te zijn.</p> |
| Niet toegestaan zijn | <p>Bewegende reclames, lichtcouranten, licht- en geluidseffecten, projecties.</p> <p>Dakreclames (m.u.v. industrieterreinen en de locaties Roermondsepoort en Koninginneplein). Met toestemming van de commissie stadskwaliteit is ook dakreclame mogelijk bij belangrijke in- en uitvalswegen.</p> <p>Reclame aan zuilen van winkelgalerijen.</p> <p>Verticale reclames over verschillende bouwlagen.</p> <p>Lichtbakken direct geplaatst achter de ramen (binnen 1 m achter de ramen).</p> <p>Reclamevlaggen of nationale vlaggen indien zij worden gebruikt als reclameobject.</p> <p>Fluorescerende kleuren.</p> <p>Reclame aan blinde gevels (m.u.v. industriële gebouwen).</p> <p>Winkelwaren aan de gevel.</p> <p>Frequente herhaling van dezelfde reclame-uiting.</p> <p>Reclame horizontaal of loodrecht lager dan 2.20 m boven straatpeil.</p> <p>Reclame boven hekwerken of andere erfafscheidingen.</p> |

| | |
|---------------------------|---|
| Afwijkingen zijn mogelijk | Afwijkingen zijn mogelijk wanneer de schaal van het gebouw en de openbare ruimte (b.v. pleinen) dit toelaten en de commissie stadskwaliteit positief op de aanvraag adviseert. |
| Tijdelijke reclame | Dit is reclame voor een aaneengesloten periode van maximaal 4 weken. Het aanbrengen van tijdelijke reclame, bijvoorbeeld feestelijk vlaggen bij opening van de zaak of bij collectieve activiteiten (feest in de straat) of kerstverkoop, carnaval etc. dient vooraf te worden aangevraagd. |

REGELGEVING RECLAMES IN WINKELGEBIEDEN (nummer 1 op overzichtskaart bladzijde 52)

| | |
|--|---|
| <p>Specifieke criteria centra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Binnenstad Venlo • centrum Blerick • buurtwinkelcentra | <p>Eisen ten aanzien van reclames op zichzelf:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maximaal 3 reclames per pand; • Alle reclame-uitingen zoals vlaggen, lichtbakken, onverlichte borden e.d. gelden als reclame; • In het gevelvlak alleen losse letters (enkelzijdige lichtbakken alleen mogelijk indien goed geïntegreerd in het ontwerp); • Tegen luifels alleen losse letters; • Onder luifels lichtbak mogelijk tegen de onderzijde, ter breedte van de luifel, 15 cm breed. NB dergelijke bakken zijn vanwege de plaatsing vandalismegevoelig en hebben daarom niet de voorkeur; • Uitsteekbak loodrecht op de gevel: maximaal 60 x 60 x 20 cm (b x h x d), maximale uitsteekmaat 70 cm, zonder hinder voor verkeer en gezien in relatie tot de afmetingen van het pand zelf; • Op zonwering reclame alleen op de volant (15 cm breed), geen herhaling van teksten. |
| | <p>Plaatsing van de reclame in relatie tot de gevel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reclame aanbrengen binnen het aangegeven reclamevlak: <ul style="list-style-type: none"> - onder de dorpel van de 1^e etage; - 1 m van de perceelgrens vrijhouden; - bij voorkeur bij de hoofdingang. |
| | <p>Voor onverlichte reclames is een vergunning nodig. Een uitzondering hierop wordt gemaakt voor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Onverlichte reclames op ramen indien tot maximaal 10% wordt beplakt met een naamsaanduiding. Voor elke reclame van 10% of meer moet vergunning worden aangevraagd, waarbij in principe het beleid is om niet meer dan 10% toe te staan; • Bij vrije beroepen (advocatenkantoor, tandartspraktijk etc.) is een naambord toegestaan van maximaal 0,36 m². |
| | <p>Uitzonderingen op deze regels zijn alleen mogelijk met goedkeuring van de commissie stadskwaliteit, bijvoorbeeld wanneer de schaal van het gebouw en de openbare ruimte (bijvoorbeeld ligging aan een plein) dit toelaat.</p> |



XX

Zone ten behoeve van bouwkundige elementen, waardoor duidelijk wordt dat een gebouw op de grond staat. Hiertoe behoren kolommen tegen de perceelsgrens, kolommen midden in de gevel of een entree- of middenpartij. Deze zone verbindt in architectonisch opzicht de begane grondlaag met de bovenste bouwlagen. Deze zones, ook middenpartijen of -kolommen, dienen vrij te blijven van reclame. Uitgaande van een standaard perceel in stedelijk gebied is deze maat minimaal 1m.

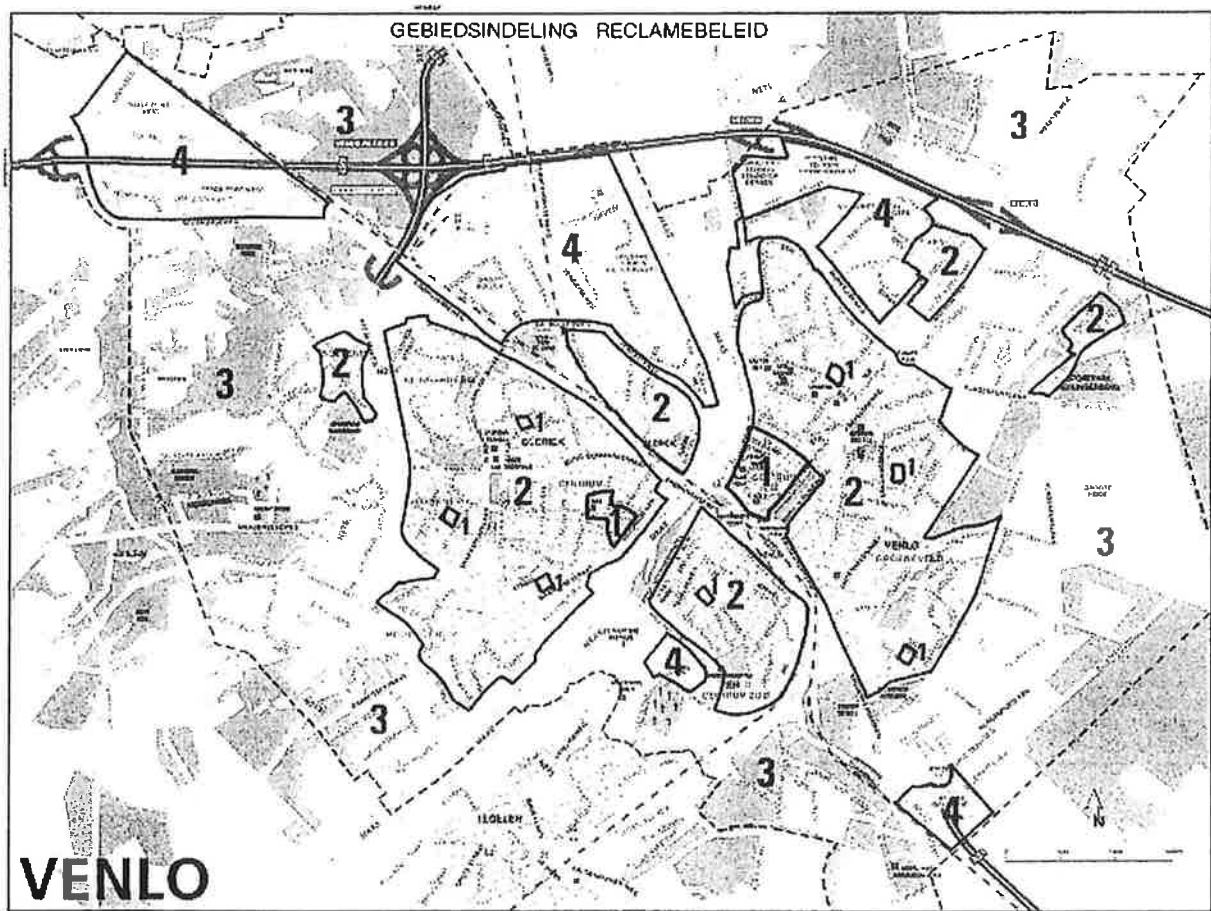
Reclamevlak.

Het deel van het gevelvlak waar reclame uitingen toegestaan zijn is beperkt tot het gebied tussen bovengenoemde zones en in hoogte tot aan de raamdorpel lijn. De raamdorpel lijn is per pand verschillend in hoogte. Deze lijn wordt nader bepaald door de hoogte van de vensterbanken of onderzijden van de ramen op de eerste verdieping van een pand. Boven de raamdorpel lijn zijn geen reclame uitingen toegestaan.

SCHEMATISCHE OPBOUW RECLAMEVLAK

datum: 1 augustus 2000

Kaart gebiedsindeling reclamebeleid



Gebiedsaanduiding

Nummer 1: winkelgebied

Nummer 2: woongebied

Nummer 3: buitengebied

Nummer 4: bedrijventerreinen

REGELGEVING VOOR RECLAMES OP BEDRIJVENTERREINEN (nummer 4 op overzichtskaart bladzijde 13)

| | |
|--|--|
| Specifieke criteria bedrijvenbestemming | Dakreclame mogelijk op industrieterreinen. De reclame mag hierbij het gevelvlak niet doorsnijden. |
| | Bij de hoofdingang van het terrein mag een vrijstaande reclamezuil, passend qua maat, schaal en vorm bij de bebouwing, hoogte maximaal 3 m. |
| | Het maximale aantal reclames is afhankelijk van de grootte en omvang van het gebouw, een overdaad is niet toegestaan, dit ter beoordeling aan commissie stadskwaliteit. |
| | Reclames in de buurt van woongebieden of gebieden met landschappelijke waarde dienen terughoudend te zijn. |
| | Meerdere vlaggenmasten op het terrein zijn mogelijk tot maximaal 3, afhankelijk van de grootte en omvang van de terreinindeling, bij voorkeur plaatsen bij de ingang tot het terrein of gebouw, dit ter beoordeling van de commissie stadskwaliteit. |
| | Uitzonderingen op deze regels zijn alleen mogelijk met goedkeuring van de commissie stadskwaliteit, bijvoorbeeld wanneer de schaal van het gebouw en de openbare ruimte (bijvoorbeeld ligging aan een plein) dit toelaat. |

REGELGEVING RECLAMES IN WOONGEBIEDEN (nummer 2 op overzichtskaart bladzijde 13)

| | |
|-------------------------------------|---|
| Specifieke criteria woongebieden | Geen reclames toegestaan. Bij praktijk aan huis wel onverlichte naam- of beroepsaanduiding, aangepast aan architectuur van het gebouw. |
| | Reclame of belettering aan gebouwen, niet zijnde woongebouwen zoals scholen e.d., moeten worden voorgelegd aan de commissie stadskwaliteit. |
| | Reclamezuiltjes op voorterrein maximaal 1.10 m hoog. |
| | Uitzonderingen op deze regels zijn alleen mogelijk met goedkeuring van de commissie stadskwaliteit, bijvoorbeeld wanneer de schaal van het gebouw en de openbare ruimte (bijvoorbeeld ligging aan een plein) dit toelaat. |

REGELGEVING RECLAMES IN BUITENGEBIED (nummer 3 op overzichtskaart bladzijde 13)

| | |
|-------------------------------------|---|
| Specifieke criteria buitengebied | In het buitengebied is geen reclame toegestaan |
| | Voor (tijdelijke) seizoensverkoop van eigen producten zijn per bedrijfsperceel 2 onverlichte reclameborden met een maximale oppervlakte van 1 m ² toegestaan. |
| | Uitzonderingen op deze regels zijn alleen mogelijk met goedkeuring van de commissie stadskwaliteit, bijvoorbeeld wanneer de schaal van het gebouw en de openbare ruimte (bijvoorbeeld ligging aan een plein) dit toelaat. |

Tot slot

De stad is tegenwoordig niet alleen een plek waar functies geconcentreerd zijn, maar wordt meer en meer een verblijfsruimte voor een groot publiek waarvan de kwaliteit bijzonder van belang is. De bewoner of bezoeker van Venlo zoekt een kwalitatief hoogwaardige zaak met overeenkomstige uitstraling, geen overdaad aan prikkels, maar uitstraling van kwaliteit!

Dit is uw kans om optimaal gebruik te maken van de kwaliteiten van uw zakenpand en mee te bouwen aan een aantrekkelijke winkelstad Venlo!



Vleesstraat, overzicht komend vanuit de Kleine Beekstraat te Venlo

BINNENSTAD

TE VEEL RECLAMES IN HET STRAATBEELD

Negatieve punten reclames:

- een gevelbeeld zoals dat in veel steden voorkomt: overal dezelfde reclames van landelijke ketens
- de lichtbakken hangen te hoog
- de lichtbakken zijn te groot
- de lichtbakken strekken zich uit over meer etages
- de reclames ontnemen het zicht op de panden en de achterliggende ondernemers, waardoor steeds grotere reclames 'nodig' zijn.
- Is dit nu Venlo of een willekeurige andere stad in Nederland? Waar is het eigen karakter?

Te ondernemen acties:

- de reclames verkleinen en aanbrengen op de toegestane hoogte onder de raamdorpels van de 1e etage



Vleesstraat, overzicht vanaf de hoek met de Klaasstraat te Venlo

BINNENSTAD

SCHOON STRAATBEELD

Negatieve punten reclames:

- de vlag is geen kwaliteitstoevoeging

Positieve punten reclames:

- geen verticale reclames
- reclame ulingen zijn beperkt tot de juiste hoogte

Aanvullende opmerkingen:

- de gevelwanden en het gebogen straatverloop komen optimaal tot hun recht
- het ritme van de gevels met vertikaal karakter is typerend voor het stedelijk gebied
- individuele panden zijn duidelijk te onderscheiden. De gevelwand met het gevarieerd kleurgebruik is een karakteristiek deel van de binnenstad en vormt een voorbeeld voor terughoudend reclame maken
- het uithangteken met gouden appel (in het midden van het beeld) hangt eigenlijk te hoog, maar vormt een afwijkend element dat de kwaliteit van de sfeer in positieve zin beïnvloedt. De commissie stadskwaliteit stemt in met deze afwijking van de richtlijnen.



Durlinger
Vleesstraat te Venlo

BINNENSTAD

EFFECT VAN RECLAME

Negatieve punten reclames:

- de reclame lichtbak (leeg) hangt te hoog

Positieve punten reclames:

- de naam in losse letters op het vlak onder de dorpellijn is goed
- doordat de platen van de lichtbak zijn verwijderd is het zicht op de gevel optimaal

Te ondernemen acties:

- lichtbak op verdieping geheel weglaten



Durlinger
Vleesstraat te Venlo

BINNENSTAD

EFFECT LICHTBAK

Negatieve punten reclames:

- met ingevulde lichtbak is het zicht op de gevel weggenomen, waardoor ook de symmetrie van de gevel verloren gaat

Te ondernemen actie:

- uitsteekbak verwijderen



Lomstraat te Venlo (oude situatie)

BINNENSTAD

ONGEWENSTE HERHALING

Negatieve punten reclames:

- ongewenste herhaling teksten
- te hoog geplaatste reclames
- ongewenste productuitstalling is ook reclame

Positieve punten reclames:

- logo van de zaak boven de entree (wel te groot)

Te ondernemen acties:

- alle (luifels met) belettering bij 1 verwijderen
- productuitstalling bij 2 verwijderen



Lomstraat te Venlo (nieuwe situatie)

BINNENSTAD

VERBETERDE SITUATIE

Positieve punten reclames:

- door verwijdering van reclames komt pand beter tot zijn recht
- een enkele uitstalling is voldoende effectief

Aanvullende opmerking:

- de luifel is transparant en doorbreekt zo de architectuur van het pand niet
- een naamsaanduiding in losse neonletters zou mogelijk zijn



Snackbar De Picardie
Picardie te Venlo (oude situatie)

BINNENSTAD

RECLAMES OP ONGEWENSTE PLAATSEN

Negatieve punten reclames:

- te veel reclames (ook nog lichtbak achter raam)
- ongewenste productinformatie
- reclames op kolommen zijn niet toegestaan
- ook onverlichte reclames zijn vergunningplichtig; deze zijn in dit geval te uitbundig

Te ondernemen acties:

- belettering bij 1 qua afmetingen terugbrengen en uitvoeren als losse letters
- productinformatie bij 2 achterwege laten
- teksten op kolommen bij 3 achterwege laten



Snackbar De Picardie
Picardie te Venlo (nieuwe situatie)

BINNENSTAD

STRUCTUREEL VERBETERDE SITUATIE

Positieve punten reclames:

- reclame geïntegreerd in nieuwe pui
- geen overschrijding van maximaal aantal reclames

Aanvullende opmerkingen:

- bij de wijziging is de originele boog weer in het zicht gebracht, waardoor het geheel aanzienlijk meer sfeer en uitstraling heeft gekregen



D'n Eiken Hook
Puteanusstraat te Venlo

BINNENSTAD

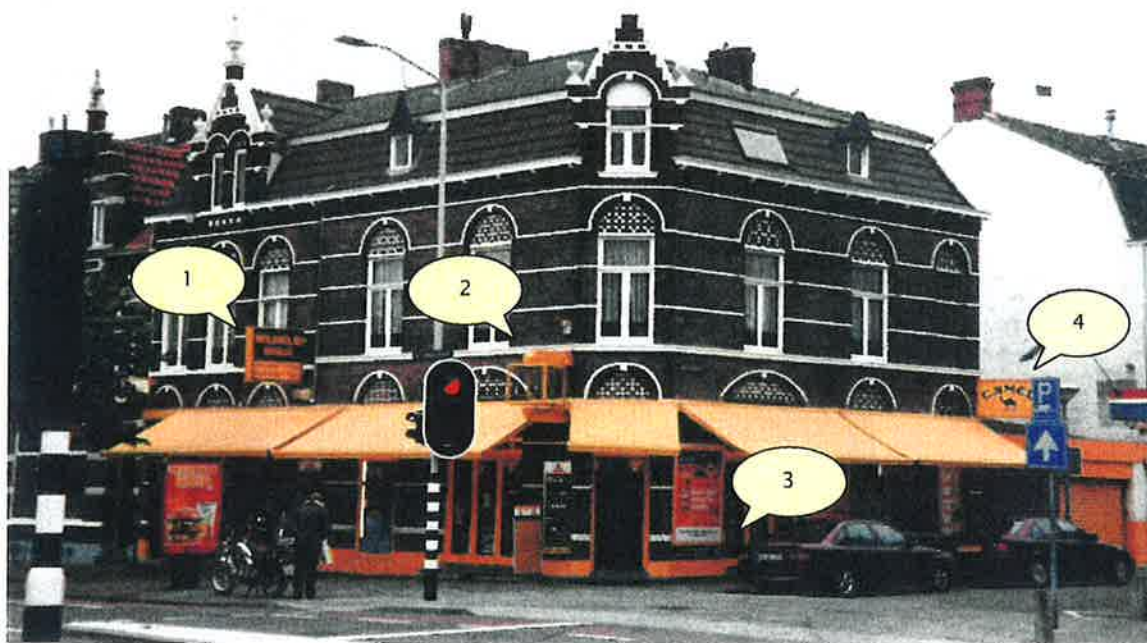
TE VEEL TEKSTEN

Negatieve punten reclames

- de reclames zijn te hoog geplaatst
- een ongewenste hoeveelheid aan teksten (zelfs op de ramen)
- ongewenste productinformatie
- de reclame en luifel loopt door tot de perceelsgrens
- te grote reclame letters onder de raamdorpellijn

Te ondernemen acties:

- het verwijderen van alle teksten
- de reclame in aangepast formaat aanbrengen op de band onder de ramen van de 1e etage



Wilhelm
Puteanusstraat te Venlo

BINNENSTAD

KLEURSTELLING EN ZONWERING

Negatieve punten reclames:

- de reclamebak is te hoog geplaatst
- reclamebak is te groot
- de kubusvorm is niet toegestaan
- er is een overvloed aan ongewenste productinformatie
- de reclamebak op de erfgrans rechts is niet toegestaan
- de zonwering werkt als reclame

Te ondernemen acties:

- lichtbak bij 1 verkleinen en plaatsen onder de onderdorpel van de 1e etage
- de kubus bij 2 verwijderen
- de productinformatie bij 3 verwijderen
- de reclame op de erfgrans bij 4 verwijderen

Aanvullende opmerkingen:

- de zonwering aanpassen aan karakter, bijvoorbeeld markiezen binnen de raamopeningen, in bij dit pand passende kleuren
- de kleurstelling van de kozijnen werkt ook als reclame; de kozijnen dienen bij dit karakteristieke pand in een meer passende kleurstelling te worden uitgevoerd

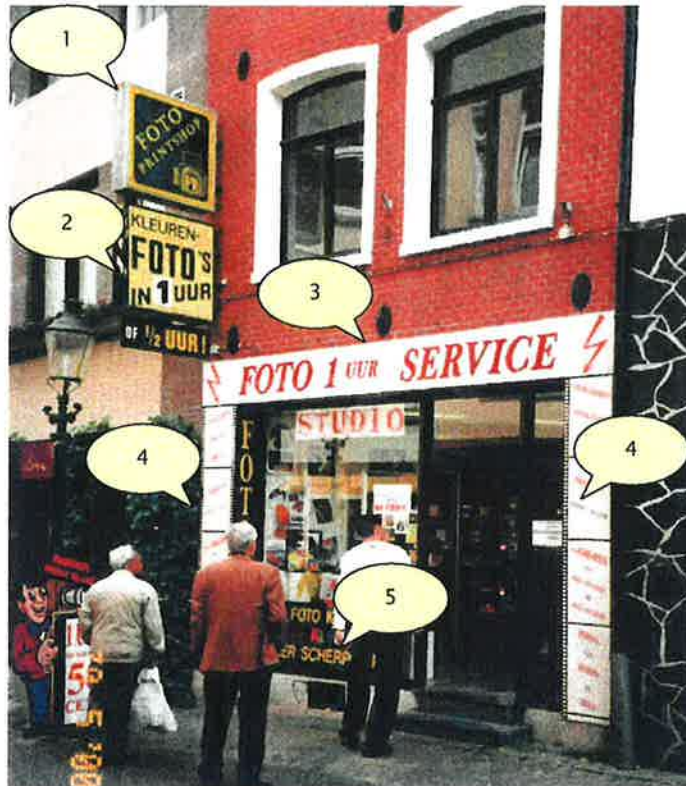


Foto Printshop
Gasthuisstraat te Venlo

BINNENSTAD

OVERDAAD AAN RECLAMES

Negatieve punten reclames:

- de uitsteekbakken belemmeren zicht op andere gebouwen
- reclames 1 en 2 hangen te hoog en zijn te groot
- de belettering bij 3 is te groot
- de reclame op de zijpanelen bij 4 is niet toegestaan (deze zone is gereserveerd om de overgang in architectuur te markeren)
- ongewenste productinformatie, ook in etalage
- te grote letters en teksten van zijgevel tot zijgevel
- onverlichte reclame bij 5 is ook reclame

Te ondernemen acties:

- verwijderen van reclames 1 en 2
- verwijderen teksten bij 3 in plaats daarvan bescheiden naam in losse letters op de band boven de deur
- de penanten ontdoen van teksten bij 4 en opnemen in de architectuur van het pand, bijvoorbeeld door ze uit te voeren in overeenkomstige baksteen
- de teksten bij 5 verwijderen
- wel mogelijk: een uitsteekbak centraal op het pand of boven de toegangsdeur



Capretto
Klaasstraat te Venlo

BINNENSTAD

TE GROTE EN HOOGGEPLAATSTE RECLAME

Negatieve punten reclames

- de uitsteekbak onttrekt een groot deel van de gevel aan het oog
- de reclame hangt veel te hoog
- onnodige herhaling van teksten
- bij 2 is een airco zichtbaar vanaf de straat
- deze reclamevoering "dwingt" buurman tot nog grotere reclames

Te ondernemen acties:

- verwijderen lichtbak bij 1

Aanvullende opmerking:

- integreren van technische/bouwkundige elementen als airco en beveiliging in het gebouw



Ter Huurne
Mgr. Nolensplein te Venlo

BINNENSTAD

ONGEWENSTE BEPLAKKING RAMEN

Negatieve punten reclames:

- de ramen zijn voor meer dan de toegestane 10% beplakt
- de lichtbak bij 2 is te groot en te hoog geplaatst
- het is niet toegestaan lichtbakken zoals bij 3 op de luifel te plaatsen

Te ondernemen acties:

- verwijderen beplakking ramen
- verwijderen lichtbak 2 (eventueel wel verkleind dwars op de gevel te plaatsen)
- naam van de zaak in losse letters tegen de luifel plaatsen

Aanvullende opmerkingen:

- de luifels zijn erg grof van schaal en maat
- de ondernemer beraadt zich over verbeteringen



Invito
Vleesstraat te Venlo

BINNENSTAD

ONGEWENSTE BEPLAKKING RAMEN

Negatieve punten reclames:

- de ramen zijn voor meer dan de toegestane 10% beplakt (zelfs op de etage).

Te ondernemen acties:

- het voorzien van 10% van de ramen met een onverlichte naamsaanduiding is zonder vergunning toegestaan. Voor elke reclame van 10% of meer van het raamoppervlak moet vergunning worden aangevraagd, waarbij in principe het beleid is om niet meer dan 10% toe te staan.

Aanvullende opmerking:

- het beleid is er op gericht geen gesloten straatwanden te hebben door het dichtzetten van ramen, maar transparantie van het raam waardoor het straatbeeld aantrekkelijker is.



Edah
Blerick

WINKELCENTRA

RECLAME OP RAMEN

Positieve punten reclames:

- de naamsaanduiding van een bedrijf op ramen, kleiner kan 10%, is niet vergunningplichtig; deze naam mag herhaald worden

Aanvullende opmerkingen:

- het dichtplakken van ramen (links) is niet toegestaan. Wel mogen lamellen achter de ramen worden aangebracht



Brouwer
Vleesstraat te Venlo

BINNENSTAD

GOED VOORBEELD

Positieve punten reclames:

- bescheiden losse letters op de band onder de ramen van de 1e etage
- het geheel straalt kwaliteit uit

Aanvullende opmerkingen:

- transparante luifel laat het pand en de architectuur in zijn waarde



Geerlings
Klaasstraat te Venlo

BINNENSTAD

ONGEWENST SAMENVOEGEN VAN PANDEN

Negatieve punten reclames:

- de uitsteekbak is iets te groot en te hoog geplaatst
- herhaling van teksten, echter vanwege de gevelbreedte is deze herhaling van teksten hier niet storend

Te ondernemen actie:

- de uitsteekbak aanpassen
- de doorgaande luifel verwijderen
- elk individueel pand een eigen uitstraling geven, met bijvoorbeeld een gezamenlijk logo op de ruiten (niet meer dan 10%)

Aanvullende opmerkingen:

- vier verschillende panden zijn aaneengebonden door een luifel. Dit verstoort het ritme van de gevelwand, zeker in een smalle straat als de Klaasstraat. Het ontkent ook de bouwkundige structuur en de perceelbreedte zoals die in een binnenstad behoort te zijn. Wel is bij de perceelgrens een kleine insnoering gemaakt, maar dit is niet voldoende om de individuele panden voelbaar te maken



De Hert
Grote Kerkstraat te Venlo

BINNENSTAD

BESCHEIDEN RECLAME

Positieve punten reclames:

- bescheiden reclames, geen overschrijding van het maximum aantal reclames
- bijpassende, fijn gedetailleerde zonwering
- positieve uitstraling

Aanvullende opmerkingen:

- bij de winkelpui is het blokthema van de etage gebruikt, zodat onder- en bovengevel goed bij elkaar passen
- de verfijnde verdeling van bijvoorbeeld de ramen komt terug bij de driedeling in de zonwering
- het afgestemde kleurgebruik werkt de eenheid van onder en bovenzijde in de hand



Bakkerij Bart
Markt te Venlo

BINNENSTAD

ONGEWENST VLAGGEBRUIK

Negatieve punten reclames:

- overmatig veel vlaggen
- vlaggen ontnemen het zicht op de buurpanden waardoor deze ook grotere reclames willen aanbrenge
- te veel afbeeldingen op de luifel
- de reclame loopt door over de penanten

Te ondernemen acties:

- verwijderen vlaggen
- verminderen afbeeldingen op de luifel
- penanten vrijhouden van reclame en luifel

Aanvullende opmerkingen:

- deze zaak is inmiddels verplaatst en de situatie gewijzigd



Markt te Venlo

BINNENSTAD

FEESTELIJK VLAGVERTOON

Positief:

- bij collectieve activiteiten of feestelijkheden kunnen vlaggen de sfeer verhogen



Schwalmtaler Backhaus (oude situatie)
Lomstraat te Venlo

BINNENSTAD

RECLAME OP LUIFELS

Negatieve punten reclames:

- (veel) te veel teksten
- het is niet toegestaan de luifel te gebruiken als reclamebak
- teksten op de zijkant van luifels is niet toegestaan
- te veel productinformatie
- de kleurstelling van de luifel is storend
- het toegevoegde element (koffiekopje) heeft geen meerwaarde

Te ondernemen acties:

- verwijderen teksten van de luifel
- aanbrengen van bescheiden belettering centraal op de luifel
- verwijderen toegevoegd element
- een uitsteekbak is in verband met de grote luifel niet mogelijk

Aanvullende opmerking:

- de nieuwe ondernemer heeft de reclamebak (luifel) verwijderd



Bakkerij Bart (nieuwe situatie)
Lomstraat te Venlo

BINNENSTAD

VERBETERDE SITUATIE

Negatieve punten reclames:

- uitsteekbak te dicht bij erfgrans

Positieve punten reclames:

- losse letters boven entree



Zeeman
Vleesstraat te Venlo

BINNENSTAD

TE GROTE RECLAMES

Eigenlijk is ieder commentaar overbodig!

Negatieve punten reclames:

- de verticale reclame over twee verdiepingen is veel te hoog
- de gevel wordt te veel aan het oog onttrokken
- het is niet toegestaan de vlag tegen de luifel te plaatsen
- de lichtbak onder de luifel is niet toegestaan
- de lichtbak conflicteert met de luifel
- de luifelband loopt van zijgevel tot zijgevel
- reclame achter ramen verdieping is niet toegestaan
- reclame van onder tot boven tast de bestaande gevel grof aan

Te ondernemen acties:

- de verticale reclame weglaten
- de uitsteekbak en luifel weglaten
- de vlag weglaten
- losse letters onder de dorpellijn aanbrengen



Grand Cafe
Markt te Venlo

BINNENSTAD

UITZONDERINGEN ZIJN MOGELIJK!

Niet toegestaan:

- volgens het beleid is de belettering te hoog aangebracht

Uitzondering:

- de commissie stadskwaliteit heeft deze belettering goedgekeurd omdat dit gebouw een grote voorruimte heeft, waardoor de beleving anders is dan in bijvoorbeeld een smalle straat en vanwege de inpassing in de architectuur



Tempo Team
Roermondsepoort te Venlo

BINNENSTAD

DAKRECLAMES

Negatieve punten reclames:

- dakreclames zijn niet toegestaan, met uitzondering van de locaties Roermondsepoort en Koninginneplein. Bij belangrijke in- en uitvalswegen is in enkele gevallen een dakreclame mogelijk; hiervoor is dan toestemming van de commissie stadskwaliteit nodig
- het beplakken van ramen is zonder vergunning toegestaan tot 10% van het raamoppervlak

Te ondernemen acties:

- het verwijderen van de beplakking



Bedaux
Lomstraat te Venlo

BINNENSTAD

UITZONDERINGEN ZIJN MOGELIJK!

Niet toegestaan:

- volgens het beleid is de belettering te hoog aangebracht

Uitzondering:

- de commissie stadskwaliteit heeft deze belettering goedgekeurd omdat dit gebouw op een markante hoek ligt, waardoor ook het zicht van veraf meespeelt, terwijl de kwaliteit van de (neon-)reclame van hoog niveau is



Hamstraat 18a
Ter Horst van Geel te Roermond (oude situatie)

BINNENSTAD

ONGEWENSTE HERHALING RECLAMES

Voldoet niet aan reclamebeleid Venlo:

- ongewenste herhaling van teksten

Positieve punten reclames:

- de losse letters tegen de luifel boven de entree zijn wel toegestaan en voldoen qua uitvoering, typografie en kleurstelling

Maatregelen om te voldoen aan het gewenste beeld:

- verwijderen van belettering tegen luifel bij 1 en 2

Aanvullende opmerkingen:

- de luifel doorbreekt de architectuur van het pand



Hamstraat 18a
Ter Horst van Geel te Roermond (nieuwe situatie)

BINNENSTAD

STRUCTUREEL VERBETERDE SITUATIE

Positieve punten reclames:

- reclame stijlvol geïntegreerd
- reclame geplaatst bij entree
- reclame beperkt tot één, dus binnen het maximum aantal van drie

Aanvullende opmerkingen:

- door het verwijderen van de luifel is het pand weer één geheel geworden
- de gevel is qua stijl en met aangepaste kleuren en materialen aangevuld
- het pand is weer stevig met 'beide benen op de grond' gezet
- het totaal heeft een positief effect op het straatbeeld



Langstraat 19-19a
Trekpleister te Weert (oude situatie)

BINNENSTAD

OVERDAAD AAN RECLAME-UITINGEN

Negatieve punten reclames:

- te veel reclames
- vlaggen zijn alleen toegestaan bij festiviteiten of speciale activiteiten
- vlaggen tegen luifel zijn niet toegestaan
- spandoeken zijn niet toegestaan
- lichtbakken zijn te hoog aangebracht, ontnemen zicht op belendende panden
- lichtbakken zijn te groot
- lichtbakken zijn bij perceelgrens aangebracht

Te ondernemen acties:

- verwijderen van lichtbakken bij 1 en 2
- achterwege laten van vlaggen bij 3
- belettering vervangen door losse letters tegen de luifel bij 4
- achterwege laten van spandoek bij 5

Aanvullende opmerkingen:

- een lichtbak dwars op de gevel is in deze situatie niet mogelijk in verband met de aanwezige luifel
- de uitstalling op straat maakt het geheel nog onrustiger en rommeliger



Langstraat 19-19a
Petra Sueters Schoenen en Trekpleister te Weert (nieuwe situatie)

BINNENSTAD

STRUCTUREEL VERBETETERDE SITUATIE

Negatieve punten reclames:

- de lichtbak zou in Venlo moeten worden vervangen door losse letters, deze oplossing is alleen mogelijk met instemming van de commissie stadskwaliteit
- de uitsteekbak nabij de erfgrans is niet toegestaan

Positieve punten reclames:

- reclame nabij entree
- geen overschrijding van het maximum aantal reclames
- niet teveel tekst

Overige opmerkingen:

- dit gemeentelijk monument is integraal gerestaureerd
- door de terughoudende invulling van de winkelpuien met een afgestemde kleurkeuze heeft het geheel meer kwaliteit
- de monumentale bovengevel is beter in het zicht gekomen, waarbij de onderzijde nu niet meer alle (negatieve) aandacht trekt
- het karakter en de architectuur komen weer volledig tot hun recht, waardoor dit pand een positieve bijdrage aan het straatbeeld levert
- genomineerd voor de Architectuurprijs Weert 2000



Langstraat 31-37

Paul Jacobs Man en Mode bv en Young Fashion Jacobs-Koppers Mode bv te Weert
(oude situatie)

BINNENSTAD

RECLAME OP ONGEWENSTE PLAATSEN

Negatieve punten reclames:

- de uitsteekbak is te hoog aangebracht
- de uitsteekbak is te groot
- de uitsteekbak conflicteert met de luifel

Positieve punten reclames:

- geen overschrijding van maximum aantal reclames

Te ondernemen acties:

- lichtbak bij 1 verwijderen (in dit geval van grote luifels is geen uitsteekbak mogelijk)

Aanvullende opmerkingen:

- de uitsteekbak ontnemt het zicht op delen van de gevel en het karakteristieke balkon



Langstraat 31-37

Paul Jacobs Men and Fashion bv en Young Fashion Jacobs-Koppers Mode bv te Weert
(nieuwe situatie)

BINNENSTAD

STRUCTUREEL VERBETERDE SITUATIE

Positieve punten reclames:

- reclame nabij entree
- geen overschrijding van maximum aantal reclames
- niet teveel tekst
- duidelijke meerwaarde in toegevoegde elementen

Aanvullende opmerkingen:

- elk pand is weer als zodanig herkenbaar
- deze eigen identiteit van de panden afzonderlijk zorgt voor een gevarieerd en herkenbaar straatbeeld
- het geheel heeft veel aan zeggingskracht en uitstraling gewonnen. De panden zijn weer duidelijk verbonden met de ondergrond.
- winnaar van de Architectuurprijs Weert 2000



Heuts
Straalseweg te Venlo

BEDRIJVENTERREIN

TE VEEL TEKST

Negatieve punten reclame:

- te uitvoerige aanduiding van alle te leveren diensten en merken

Te ondernemen acties:

- overtollige teksten verwijderen



Ars Munda
Van Heemskerckweg te Venlo

BEDRIJVENTERREIN

BELETTERING BINNEN BOUWMASSA

Positieve punten reclame:

- stijlvolle belettering volgens beleid aangebracht binnen de bouwmassa (ook geheel boven de bouwmassa is toegestaan, maar geen overlap)



Kamer van Koophandel
Noorderpoort te Venlo

BEDRIJVENTERREIN

BELETTERING BINNEN BOUWMASSA

Positieve punten reclame:

- losse letters op een markante plek in de gevel als aanduiding van een pand op het bedrijventerrein Noorderpoort, volgens beleid aangebracht binnen de bouwmassa (ook geheel boven de bouwmassa is toegestaan, maar geen overlap)



Scheuten Glasgroep
James Cookweg te Venlo

BEDRIJVENTERREIN

BELETTERING BEDRIJVENGEBOUWEN

Positieve punten reclames:

- stijlvolle belettering volgens beleid aangebracht geheel boven de bouwmassa (geheel binnen de bouwmassa is ook toegestaan, maar geen overlap)



Schaapsdijkweg te Venlo

WOONGEBIED

RECLAME IN WOONWIJKEN NIET TOEGESTAAN

Negatieve punten reclame:

- reclamevoering hoort niet thuis in woonwijken en dient daarom achterwege te worden gelaten

Te ondernemen actie:

- eventuele beroepsuitoefening vermelden op een bescheiden en onverlicht naambord naast de entree



Standaardmolen te Weert

WOONGEBIED

RECLAME IN WOONWIJKEN

Negatieve punten reclame:

- reclamevoering hoort niet thuis in woonwijken en dient daarom achterwege te worden gelaten

Te ondernemen actie:

- eventuele beroepsuitoefening vermelden op een bescheiden en onverlicht naambord naast de entree



Rijksweg N271 te Bergen

BUITENGEBIED

RECLAME IN BUITENGEBIED

Positieve punten reclame:

- reclame in het buitengebied is niet toegestaan, tenzij het tijdelijk is en eigen producten betreft
- het bord overschrijdt de maximaal toegestane maat van 1 m² niet

