

## 4.8 Reclame

### 4.8.1 Omschrijving en uitgangspunten

Reclame mag geen aantasting zijn van de leefbaarheid of de ruimtelijke kwaliteit.

Voor monumenten en het beschermd stadsgezicht historische binnenstad gelden naast onderstaande reclamecriteria, ook de specifieke toetsingscriteria onder 5.1.4 .

Bij het plaatsen van verlichte reclame is de 'Richtlijn Lichthinder' van de commissie lichthinder van de Nederlandse Stichting Voor Verlichtingskunde (NSVV) van kracht.

### 4.8.2 Criteria voor reclame

Algemeen

- Reclame is ondergeschikt aan de omgeving of het gebouw waarop het is aangebracht.
- Reclame op of aan een gebouw is bij voorkeur mee ontworpen, zodat het er qua kleur, materiaal en vormgeving bij past.
- Reclame met of in de vorm van lichtconstructies en/of -effecten moeten de architectuur van het gebouw ondersteunen. Het gebouw mag als het ware niet de ondersteuningsconstructie voor de lichtinstallatie gaan vormen.
- Op of aan een gebouw of op een particulier terrein mogen alleen reclamedragers worden geplaatst als het een directe functionele relatie heeft met de handelsactiviteit in het gebouw of op het particuliere terrein. Dit houdt in dat alleen de naam van het bedrijf en/of het daar geproduceerde en/of verkochte hoofdproduct mag worden getoond en bijvoorbeeld niet de naam van toeleveranciers of onderdelen van dat hoofdproduct.
- \* Losse reclamedragers zijn alleen toegestaan in gebieden die als bedrijfsterrein zijn ingericht. Deze beperking geldt niet voor die reclameobjecten in het openbaar gebied welke het college van burgemeester en wethouders (of de gemeenteraad) heeft aangewezen om in opdracht van de gemeente door derden te laten exploiteren. Deze objecten staan in de beleidsnota 'Reclame in Dordrecht', het zijn: (digitale) billboards, reclamemasten,abri's, AO- of drievlaksborden, stadsplattegronden, telefooncellen en rotondes.
- Reclame mag door zijn kleur in combinatie met te sterke, alternerende, bewegende of aan en uit knipperende verlichting het woongenot van omwonenden niet onaanvaardbaar aantasten.
- In omgevingen waar winkels, bedrijven en wonen gemengd voorkomen, geldt dat lichtreclames met verlichting tenminste tussen 22:00 uur en 06:00 uur uitgeschakeld moeten zijn. Dit geldt ook voor lichtreclames of licht uitstralende schermen die binnen staan, maar duidelijk naar buiten zijn gericht.
- Herhaling van een reclame-uiting aan één gevel, bijvoorbeeld meer dan twee maal dezelfde tekst, is niet toegestaan.
- \* Overgangsbepaling: vanaf de vaststelling van deze richtlijnen voor reclame geldt, dat als de boodschap of de vorm van een reclame wijzigt, voldaan moet worden aan de in deze welstandsnota geformuleerde richtlijnen.

#### Plaatsing, aantal en maatvoering

- Reclame is alleen toegestaan op gevels die zich richten naar het dichtstbijzijnde openbare gebied.
- Reclamevoorzieningen die doorlopen over meerdere panden zijn niet toegestaan.
- De maximale breedte voor reclameborden en lichtbakken dwars op de gevel is 0,80 meter.
- De totale oppervlakte van de reclame dient in verhouding te staan tot de schaal en maat van de gevel waarop de reclame is aangebracht. Hierbij moet worden gedacht aan de volgende maxima:
  - op winkelpanden maximaal 8% van het geveleppervlak, eventueel te verdelen over max. 3 reclames;
  - op kantoorpanden en bedrijfsgebouwen max. 5%, van het geveleppervlak, eventueel te verdelen over maximaal 2 reclames;
  - maximale afmeting van een reclamescherm aan een gevel is 7 bij 5 meter.
- Reclame mag – voor zover die meer dan 0,15 meter uit de gevel steekt – niet lager worden aangebracht dan:
  - 4,50 meter boven een rijweg of boven een strook ter breedte van 0,50 meter langs een rijweg;
  - 2,20 meter boven een voetpad, voor zover dit geen deel uitmaakt van de hierboven genoemde strook langs een rijweg.
- Reclame is niet toegestaan boven de onderdorpels van de ramen van de verdiepingen, voor zover achter die ramen woonruimte is gelegen.
- Reclame op bedrijfsgebouwen mag in principe niet op het dak worden geplaatst. Voor reclame die is ontworpen als onderdeel van het gebouw en zorgvuldig is vormgegeven en van beperkte hoogte kan hiervan worden afgeweken.

- In het geval dat er sprake is van een praktijk- of bedrijf aan huis zijn bescheiden reclame-uitingen op woningen toegestaan. Deze reclames dienen geen grotere oppervlakte te beslaan dan 1,0 m<sup>2</sup> en kunnen bestaan uit een bord of losse letters op eigen terrein of aan de woning. Verlichte of licht uitstralende reclames zijn hier niet toegestaan.
- Individuele reclames op gebouwen die meerdere bedrijven huisvesten zijn in principe niet toegestaan. Van bovenstaand principe kan worden afgeweken in het geval dat (liefst door de verhuurder/beheerder van het gebouw) op het gebouw een plaats wordt aangegeven waar individuele reclames geconcentreerd en in een onderlinge samenhang kunnen worden gepresenteerd. Maar grootte en aantal zullen altijd in relatie moeten zijn tot maat en schaal van de betreffende gevel. De totale oppervlakte van de verzamelde reclame mag niet meer dan 5% van het geveloppervlak bedragen.
- \* Reclamevlaggen zijn onderdeel van de beleving van de hoeveelheid reclame van een bedrijf en trekken de aandacht. Vlaggen dienen derhalve beperkt te worden toegepast of in plaats van andere reclame op het gebouw.

### Reclame op Industriegebieden, bedrijventerreinen en bij winkelcentra

- Het heeft de voorkeur dat in samenhangende commerciële gebieden, zoals een industrieterrein, bedrijfsterrein of winkelcentrum, de in het gebied gelegen individuele bedrijven samen reclame maken in plaats van dat ieder afzonderlijk een vrij in de ruimte staande reclame heeft. Dit ter ondersteuning van de uitstraling van het gebied.
- Individuele reclamevoorzieningen zijn alleen toegestaan op het eigen gebouw..
- Bij individuele reclamevoorzieningen zijn digitale schermen niet toegestaan.
- De maximale hoogte van vrijstaande, gezamenlijke voorzieningen staat in het bestemmingsplan.

### Criteria voor digitale schermen, zoals LED en LCD

Ook voor LED en LCD schermen zijn de regels onder 4.8.1 en 4.8.2 uitgangspunt.

LED en LCD schermen hebben een andere uitstraling en impact op hun omgeving dan gewone reclameborden en hebben daarom een aanvullend toetsingskader.

Voor LCD- LED en andere digitale schermen, al dan niet met bewegende of alternerende beelden geldt, ook als ze aan de binnenzijde achter een (etalage)raam zijn geplaatst, maar duidelijk op de openbare ruimte gericht:

- Digitale schermen mogen alleen worden aangebracht op de begane grond van gebouwen langs de grotere wegen: A16; N3; Rondweg; Laan der Verenigde Naties, Handelskade; Merwedestraat (vanaf de brug naar Papendrecht), Baanhoekweg tot de Baanhoekbrug.
- Digitale billboardschermen in het openbaar gebied mogen alleen worden aangebracht langs de wegen, zoals aangegeven in bijlage 4 (routekaart) bij de reclamenota 'Ruimte voor reclame' van 2019.
- De minimale afstand tussen de digitale schermen dient 500 meter te zijn.
- Het scherm dient functioneel bij een gebouw te behoren en niet los in de openbare ruimte te staan, tenzij vallend onder de definities reclamemasten op Industriegebieden en bedrijfsterreinen.
- De maximale hoogte voor digitale reclameschermen aan en gebouw is de eerste verdieping.
- De overgang tussen beelden dient te zijn afgestemd op dynamiek in de omgeving en de maat van het scherm. In het algemeen geldt: hoe groter het scherm, hoe rustiger en vloeiender de beeldovergangen dienen te zijn.
- Alleen digitale schermen met zelfregelende lichtuittreding worden toegestaan, door middel van een ingebouwde daglichtsensor en ingeschakelde dimregeling. Daarbij geldt dat de lichtuittreding in verhouding moet zijn met reclame-uitingen in de directe omgeving en het daglichtniveau.
- De schermen mogen geen lichthinder veroorzaken voor de omgeving en moeten voldoen aan de Richtlijnen Lichthinder van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde (NSVV).
- In omgevingen waar winkels, bedrijven en wonen gemengd voorkomen, geldt dat digitale schermen tussen 22.00 uur en 06.00 uur uitgeschakeld moeten zijn.
- Voor digitale schermen met bewegende of alternerende beelden geldt dat:
  - 1 Het scherm wordt aangebracht op de begane grond(laag) c.q. de onderzijde niet boven de 4 meter.
  - 2 De maat van het scherm in verhouding staat tot de maat van de gevel en maximaal 5% daarvan beslaat. Gevels met veel oppervlak verdragen grotere digitale schermen dan kleinere gevels. De maat heeft ook te maken met de stedenbouwkundige situatie: schermen gelegen aan grote openbare ruimtes kunnen meer oppervlak hebben dan schermen in smalle straten.
  - 3 Er niet meer dan één digitaal display per gebouw wordt geplaatst.
  - 4 Maximale schermafmetingen zijn in totaal 7 bij 5 meter.
- In de historische binnenstad en woonwijken zijn digitale schermen niet toegestaan als reclamedrager.

- Bij winkelcentra in de woonwijken kunnen digitale schermen alleen via een afwijkingsbevoegdheid op basis van de vigerende bestemmingsplannen.

## 5.1.4 Reclame in het beschermd stadsgezicht historische binnenstad en op monumenten

In een aantal gevallen is reclame verboden:

- aan de rivierzijde van de panden aan de Wolwevershaven;
- op de gevels aan de Voorstraatshaven.

De reclamecriteria voor de binnenstad richten zich op de (historische) winkelstraten. In overwegend woonstraten wordt minder toegestaan. Zie kaartje.

### Criteria voor reclame

- Horizontale reclameborden of lichtbakken mogen maximaal twee-derde van de gevelbreedte beslaan en maximaal 0,60 meter hoog zijn. De exacte maten zijn afhankelijk van het pand. Bij de genoemde maximale maten is uitgegaan van een gevelbreedte van niet meer dan 10 meter (binnenstadmaat). Bij bredere gevels is de maximale breedtemaat kleiner dan twee derde. Reclame mag in dergelijke gevallen niet meer dan 8% van het geveleppervlak beslaan en dient uit niet meer dan 3 reclameobjecten per pand te bestaan. Er is dan wel een grotere hoogte dan 0.60 m. mogelijk, afhankelijk van gevelhoogte en de compositie van de gevel.
- Reclameborden of lichtbakken zijn niet toegestaan doorlopend over meer dan één gevel, ook al zijn de panden (op de begane grond) samengevoegd.
- De maten van lichtbakken die haaks op de gevel staan, mogen in principe niet groter zijn dan 0,80 x 0,80 meter. De afmetingen van de lichtbakken moeten passen bij de afmetingen en de architectuur van de gevel. Bij grote (winkel)gebouwen kunnen daarom eventueel grotere afmetingen worden toegepast, voor zover schaal, maat en architectuur van het gebouw dit toestaan. Een en ander ter beoordeling van de Welstands- en Monumentencommissie. Ook richtlijnen in het bestemmingsplan kunnen leiden tot een kleinere toegestane maximale maat.
- \* De lichtuitstraling van de reclame of de aanlichting van de reclame mag qua kleur en lichtsterkte geen overlast geven naar de omgeving.
- \* Reclame-uitingen met bewegende beelden of letters zijn niet toegestaan.
- \* Reclame-uitingen met geluid is niet toegestaan.
- \* Alternierende, bewegende of aan en uit knipperende verlichting is niet toegestaan.
- \* LED- of LCD schermen zijn aan gevels in de historische binnenstad niet toegestaan.
- \* LED- of LCD schermen achter glas, maar zichtbaar vanuit de openbare ruimte, dienen tussen 22.00 uur 's avonds en 6.00 uur 's ochtends uit te zijn.
- Lichtstrengen, om bijvoorbeeld de contouren van een gebouw te accentueren, kunnen uitsluitend tijdelijk worden toegestaan bij bijzondere festiviteiten.
- Reclame-uitingen moeten zo dicht mogelijk worden geplaatst bij de entree van de commerciële functie waar ze bij horen. daarnaast mogen ze niet boven de onderkant van de vensters van de tweede verdieping uitsteken.
- Reclame aan een gebouw is alleen toegestaan aan de entreezijde van de winkel of het (horeca)bedrijf.
- Aan panden met het uiterlijk van een winkel wordt uitsluitend toegestaan: één reclame die vlak tegen de gevel is geplaatst en één, maximaal twee, uithangbord(en) of lichtbak(ken) loodrecht op de gevel.
- Zonneschermen en markiezen met reclame uitingen vallen ook onder het reclamebeleid, zie ook voorstel APV 4:14.
- Op luifels worden alleen reclames toegestaan die bestaan uit losse letters of een beschildering. Een lichtbak aan de onderkant van de luifel mag, als deze in verhouding tot de luifel niet te groot is en voetgangers niet hindert.
- Er kunnen altijd nadere eisen worden gesteld bij een karakteristieke en/of historische omgeving. Zo geldt voor de gestelde maximale maten dat deze niet overal automatisch worden toegestaan. Voorop staat dat reclame ondergeschikt moet zijn aan het (historische) pand en de omgeving.
- Reclames tegen of achter glas, zichtbaar vanaf de openbare weg, worden ook als reclame aangemerkt en dienen derhalve ook te voldoen aan de gestelde richtlijnen. Ruiten dienen ten minste gedeeltelijk doorzichtig te blijven. Naar de openbare weg gerichte ruiten mogen voor maximaal 10 % van het oppervlak worden beplakt.
- \* Vervanging van een reclame-uiting in een bestaande reclame voorziening die niet aan de richtlijnen voldoet is niet toegestaan.

Voor tijdelijke reclame (maximaal zes maanden) kunnen uitzonderingen op de criteria worden gemaakt.