

SLIEDRECHT

reclamebeleid



Reclamebeleid Sliedrecht



....



....



....

1. INLEIDING

Reclame is een publieke aanprijzing van een bedrijf, een product of een dienst. De invloed daarvan op het straatbeeld is groot. Reclames op borden, lichtreclames en spandoeken of vlaggen vormen een belangrijk en beeldbepalend element van de openbare ruimte. Reclame kan bijdragen aan de levendigheid van een gebied, maar ook ten koste gaan van het straatbeeld. In gebieden met commerciële functies zijn reclames op zijn plaats en kunnen ze de visuele aantrekkingskracht van de omgeving verhogen, hoewel daar een kritische grens aan verbonden is. In andere gebieden mag van reclame-uitingen in de regel enige terughoudendheid worden gevraagd.

Vergunning

Een reclame is in veel gevallen vergunningplichtig. Een welstandsbeoordeling maakt deel uit van de vergunningprocedure. De criteria beogen passende reclame toe te laten en ontsierende reclame tegen te gaan. Zij gelden als welstandscriteria in de zin van de Woningwet én als nadere regels voor de toelaatbaarheid van reclame als bedoeld in de Algemene Plaatselijke Verordening.

2. OVERWEGINGEN EN UITGANGSPUNTEN

Uitgangspunt voor reclame is, dat er gelegenheid moet zijn om goederen en activiteiten aan te prijzen. Tegelijkertijd mogen reclameuitingen geen afbreuk doen aan de kwaliteit van de openbare ruimte. Het toezicht hierop is gebaseerd op de Wabo (Wet algemene bepalingen omgevingsrecht) en de APV (Algemene Plaatselijke Verordening). De overwegingen en uitgangspunten hieronder vormen een nadere uitwerking van deze grondbeginselen.

2.1 Kader

Het wettelijk kader voor reclamebeleid bestaat uit de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) en de Algemene plaatselijke verordening (APV).

Wabo

De Wabo regelt het realiseren en wijzigen van bouwwerken. In deze wet heeft de rijksoverheid de vergunningaanvraag voor bouwen, wonen, monumenten, ruimte, natuur en milieu geïntegreerd en voorschriften op elkaar afgestemd. Op basis van de Wabo wordt getoetst of een plan past in het ruimtelijk beleid en voldoet aan voorschriften met betrekking tot onder meer veiligheid en gebruik. Niet voor elk bouwwerk hoeft een vergunning te worden aangevraagd. In het Besluit omgevingsrecht (Bor) heeft de rijksoverheid een aantal kleinere bouwwerken en wijzigingen aan bestaande bouwwerken uitgezonderd van de plicht een vergunning aan te vragen.

Welstand is een onderdeel van de toetsing van een vergunningaanvraag. Een bouwwerk moet in Sliedrecht aan redelijke eisen van welstand voldoen, zowel op zichzelf als in relatie tot de omgeving. Op een bescheiden naamsvermeldingen na zijn permanent aangebrachte reclames in de regel vergunningplichtig. Deze plannen worden vooraf getoetst.

Voor vergunningvrije bouwwerken is in de wet geregeld, dat er vooraf geen toetsing is. Dat houdt niet in, dat de algemene regels hier niet voor gelden. Ook deze bouwwerken moeten deugdelijk zijn en geen grote inbreuk vormen

op de kwaliteit van de omgeving. Een vergunningvrij bouwwerk mag geen exces vormen. De gemeente kan achteraf toetsen.

Voor wijzigingen aan monumenten, vormt de Monumentenwet de grondslag voor beoordeling. Monumenten zijn aangewezen vanwege hun cultuurhistorische waarde. Het behoud van deze waarde vormt de basis voor een afweging tot wijziging aan of in de directe nabijheid van een monument. Om deze reden is het aanbrengen van een reclame bij monumenten altijd maatwerk.

APV

Voor objecten die niet onder de Wabo vallen, geldt de APV. In de APV van Sliedrecht uit 2010 is in een aantal artikelen een verwijzing opgenomen naar welstand voor het uiterlijk van het object op zich en op de relatie tot de omgeving. De strekking van de APV is wat betreft reclame het voorkomen van ontsteking van de openbare ruimte. Dit heeft betrekking op vergunningen voor het plaatsen van driehoeksborden, sandwichborden en vergelijkbare reclames, maar ook op het parkeren van reclamevoertuigen.

2.2 Overwegingen

Basis voor de overwegingen met betrekking tot het vergunnen van reclame in de openbare ruimte of zichtbaar vanuit de openbare ruimte is, dat deze niet in strijd mag zijn met de publieke functies en voldoende moet passen in de omgeving.

Veiligheid en verkeer

Een reclame is bedoeld om een zaak, evenement of een idee onder de aandacht te brengen. Dit mag niet ten koste gaan van de veiligheid, waarbij met name moet worden gedacht aan de verkeersveiligheid.

Een reclame mag niet zodanig afleiden, dat verkeersdeelnemers hierdoor niet meer goed opletten. Dit kan het geval zijn als een reclame licht geeft of sterk reflecteert, maar ook als de inhoud aanstootgevend is.

Ook mag de drager van een reclame geen hinder opleveren. Een reclame aan een gevel moet voldoende hoog hangen om niet je hoofd te stoten, wat in praktijk neerkomt op 2.20 meter hoogte. Een reclame op een trottoir moet 2.00 meter ruimte overlaten om te kunnen passeren en in beginsel 0.50 meter van een weg of fietspad verwijderd zijn. Ook mag een reclame geen scherpe uitstekende punten of bevestigingen hebben, waaraan het publiek zich kan verwonden.

Hinder

Reclame mag voor de omgeving geen fysieke hinder veroorzaken. Een voorbeeld hiervan is hinderlijke lichtreclame. Het is moeilijk de aandacht weg te trekken van een sterk licht of een intermitterend licht (steeds aan- en uitgaand). Ook mag een reclame in beginsel geen licht uitstralen, dat sterker is dan dat van de openbare ruimte er omheen. Zeker in een woonomgeving moet een reclame voldoende terughoudend zijn.

Goede zeden

Reclame mag niet in strijd zijn met goede zeden. Een reclame mag bijvoorbeeld niet discriminerend zijn, tot geweld aanzetten of op andere wijze de openbare zedelijkheid aantasten.

Tijdsduur

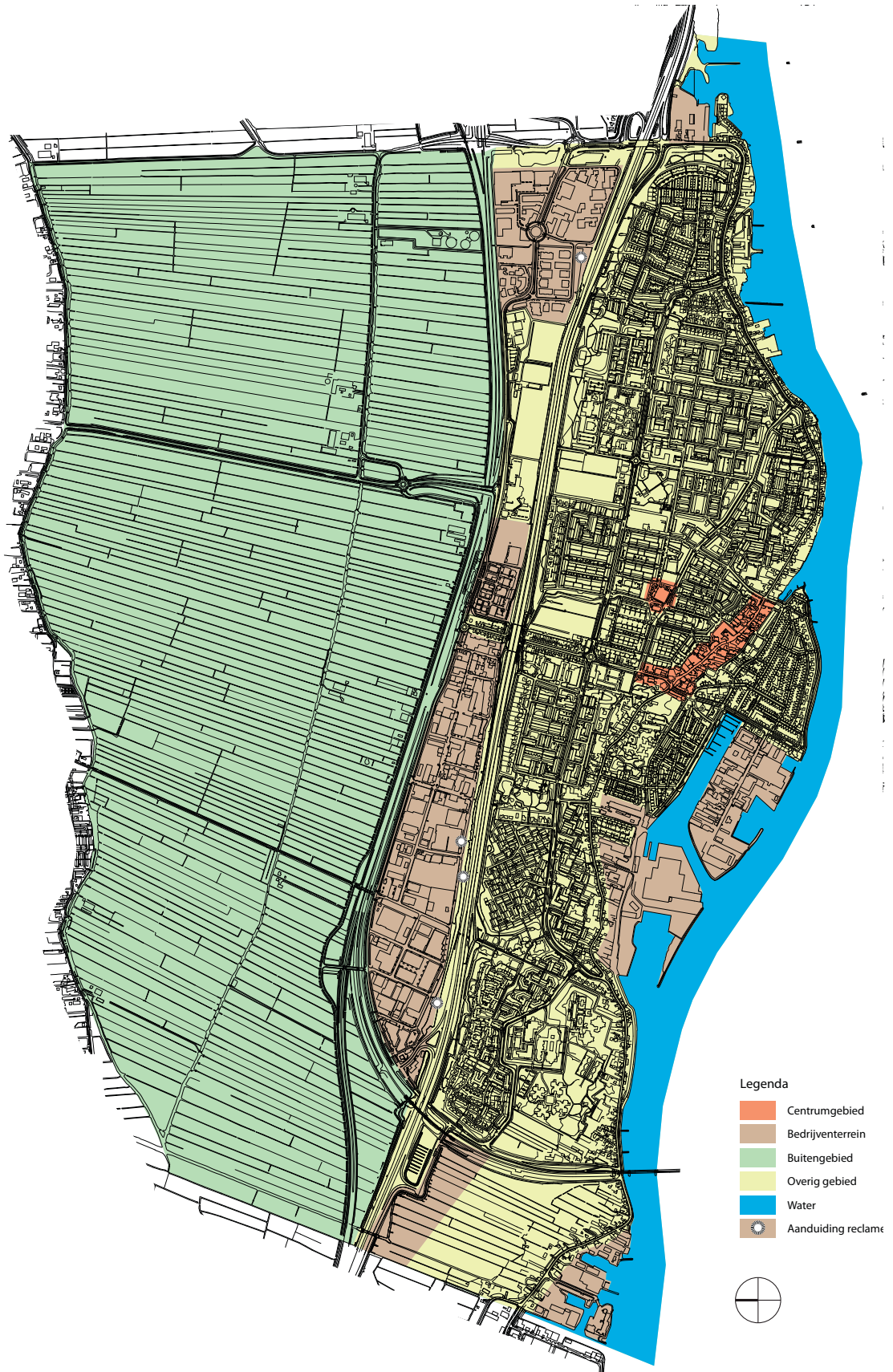
Aan een reclame met een permanent karakter mogen eisen worden gesteld, die waarborgen dat deze ook op de lange duur voldoende past in zijn omgeving. Materialen mogen niet snel verouderen en bevestigingen moeten langdurig bestand zijn tegen weer en wind. Voor een tijdelijke reclame gelden minder stringente eisen. Deze mogen gedurende de periode dat zij aanwezig zijn niet excessief verouderen.

2.3 Uitgangspunten

De criteria van het reclamebeleid zijn geschreven vanuit de wens, dat reclames het aanzien van de openbare ruimte danwel de bebouwing en daarmee de gemeente niet ontsieren. Ze zijn vormgegeven als richtlijnen en voorwaarden zoals nodig voor de toetsing op welstand en de APV. Hoe meer een reclame in het zicht staat, hoe zwaarder de eisen die worden gesteld. Andersom geldt, dat op plekken buiten het zicht de eisen minder zwaar zijn. Een reclame mag kortom niet in strijd zijn met redelijke eisen van welstand. De andere overwegingen vormen hierop een aanvulling en dienen waar nodig als interpretatiekader.

Juist voor reclame is de afweging of er geen strijd is met redelijke eisen van welstand niet altijd even makkelijk. De wens op te vallen is een particulier belang dat niet altijd parallel loopt aan het publiek belang van het beheer van de openbare ruimte en de aangrenzende bebouwing. Uitgangspunt voor de in het reclamebeleid opgenomen criteria voor reclame is een opgeruimd straatbeeld. De gemeente wil terecht ruimte bieden aan ondernemers, maar tegelijkertijd hinder en dissonanten voorkomen. In de criteria is waar nodig gekozen naar onderscheid tussen gebieden. In het buitengebied gelden (deels) andere criteria dan in de woongebieden. Op bedrijventerreinen geldt voor zichtlocaties en langs de randen (de A15 met de daaraan grenzende straten Leeghwaterstraat, Kubus, Trapezium en de route over de Parallelweg, Stationsplein en Sportlaan) een beoordelingsniveau, dat een stap hoger is dan dat voor de binnengebieden.

Gebiedstypen reclame





Een bescheiden maar toch goed zichtbare reclame



Meer reclame maakt de boodschap niet altijd duidelijker



Pandsgewijze reclame vraagt om afstemming op belendingen



Vlaggen kunnen de boodschap ondersteunen

3. CRITERIA RECLAME OP PARTICULIER TERREIN

Reclame is niet toegestaan als deze naar het oordeel van het bevoegd gezag ontsierend is voor het straatbeeld of afbreuk doet aan de kwaliteit van de openbare ruimte. Voor zover hierna criteria zijn aangewezen, wordt aan deze eis voldaan door toepassing van die criteria in het licht van de hiervoor beschreven uitgangspunten.

Voor reclame gelden de volgende criteria:

- reclame doet geen afbreuk aan het straatbeeld, gevelreclame is ondergeschikt aan de architectuur van het gebouw
- er is een functionele relatie met een in het gebouw of op het erf gevestigd bedrijf of een maatschappelijke instelling
- voorzieningen zoals bevestigingsmateriaal en bekabeling zoveel mogelijk aan het oog onttrekken
- geen mechanisch bewegende delen, lichtkranten of lichtreclame met veranderlijk of intermitterend licht
- niet aanbrengen op bouwlagen met een woonbestemming
- uitvoeren gelijk aan een gemeentelijke trendsetter danwel in overeenstemming met de criteria 'reclame aan een gebouw', 'reclame los van een gebouw' of 'tijdelijke reclame' (waarbij kleine afwijkingen denkbaar zijn om herhalingsplannen mogelijk te maken)

3.1 Criteria reclame aan een gebouw

Voor reclame aan een gebouw gelden onderstaande criteria en aanvullingen:

- plat tegen of dwars op een gevel op bouwlagen met winkel- of bedrijfsbestemming
- uitzicht op of vanaf de openbare ruimte behouden
- als zelfstandig element vormgeven
- maatvoering en detaillering afstemmen op de gevel
- bij straatwanden samenhang en ritmiek behouden
- losse letters of bord toepassen (eventueel aanlichten als dit geen hinder voor de omgeving oplevert)
- op luifels of markiezen alleen losse letters of een logo

Aanvullende criteria winkelgebied

- aan een voorkant aanbrengen
- bescheiden en ingetogen reclame passend in het gevelbeeld en afgestemd op de architectuur van het pand en de omgeving
- naast losse letters, borden of aangelichte reclameteksten is eventueel een lichtbak mogelijk
- plat tegen de gevel of op een luifel (bij aaneengesloten complexen per winkel):
 - één reclame ten hoogste 60% van de gevelbreedte met een maximale hoogte van 0,60 m
 - aangebracht onder de borstwering van een eventuele eerste verdieping
- dwars op de gevel:
 - één reclame tot 0,50 m² aangebracht
 - aangebracht onder de borstwering van een eventuele eerste verdieping (minstens 2,20 m vrije doorloopruimte)
- eventueel aanvullend vlaggen (niet meer dan één per 6,00 m)



De hoofdboodschap is duidelijk, het doekframe maakt het rommelig



Een enkele reclame op een bescheiden bedrijfspand



Bescheiden belettering ingepast in het gevelbeeld



Een bedrijf aan huis met een eenvoudige maar zichtbare naamsvermelding

Aanvullende criteria bedrijventerrein

- reclame aanbrengen aan de voorgevel (aan overige gevels eventueel een ondersteunende naamsvermelding)
- behalve losse letters en bordes zijn ook banners en spandoekframes mogelijk
- plat tegen de gevel:
 - aan hoofdroutes één reclame plat op de voorgevel (daarbij meerdere reclames zoals bij bedrijfsverzamelgebouwen eventueel binnen één kader aanschakelen of clusteren) en in binnengebied eventueel meerdere reclames (daarbij geldt de maatvoering voor de reclames gezamenlijk)
 - reclame beslaat hoogstens 25% van het geveleppervlak
 - eventueel uitvoeren als reclame bovendaks in losse letters en daarbij de hoogte van het gebouw met hoogstens 15% overschrijden
- dwars op de gevel:
 - één reclame tot 0.50 m²
 - aangebracht onder de borstwering van een eventuele eerste verdieping (minstens 2.20 m vrije doorloopruimte)
- eventueel in het binnengebied aanvullend één vlag of banier per 6.00 m gevellengte
- reclame op of onmiddellijk achter een raam bestaat uit één onverlichte tekst in losse letters van met een hoogte van niet meer dan 60 cm en laat tenminste 75% van het raamoppervlak vrij

Aanvullende criteria buitengebied

- één reclame in de vorm van een naamsvermelding
- aanbrengen aan de voorgevel van een bedrijfsgebouw
- plat tegen de gevel
- breedte tot 50% van de gevel met een maximum van 5,00 m en een maximale hoogte van 0.60 m
- losse letters of bord toepassen (onverlicht)

Aanvullende criteria overige gebieden

- naam/beroepsaanduiding tot 0,50 m² aan woningen met praktisch aan huis
- naamaanduiding van 1,00 m² aan bedrijven in woongebieden
- bij kantines en kiosken ten hoogste twee reclames tot 1.00 m²
- bij scholen:
 - een naamsvermelding met eventueel een logo aan de entreegevel (aan overige gevels eventueel een ondersteunende naamsvermelding)
 - gezamenlijk breedte maximaal 6,00 m en hoogte maximaal 0.90 m
- bij tankstations (in zoverre niet gelegen op bedrijventerrein):
 - per gevel één reclame met een oppervlak van hoogstens 25% van het geveleppervlak
 - op een luifel of boeibord per zijde een naamsvermelding met een breedte tot 25% van de breedte van deze luifel of dit boeibord
 - twee vlaggen of banieren
 - reclame op of onmiddellijk achter een raam heeft een hoogte van niet meer dan 60 cm en laat tenminste 75% van het raamoppervlak vrij



Gezamenlijk verwijzingsbord meubelboulevard Sliedrecht



Drie vlaggen bij elkaar op rij hebben een grote impact



Een verwijzingsbord plaatsen bij de erftoegang



Naar binnen gerichte reclame op een sportterrein

3.2 Criteria reclame los van een gebouw

Reclame los van een gebouw is in beperkte mate toegestaan op de bebouwde erven van bedrijventerreinen en in winkelgebieden. Het gaat daarbij onder meer om vlaggen, maar ook om verwijzingsborden. Reclame los van een gebouw voldoet in ieder geval aan redelijke eisen van welstand als aan onderstaande criteria met inbegrip van de aanvullende criteria voor gebiedstypen wordt voldaan:

- plaatsen op het voorerf (in beginsel bij de entree van het erf of het gebouw)
- reclame vormgeven als zelfstandig element
- het uitzicht op de openbare ruimte of het open landschap niet ernstig belemmeren
- in maatvoering en detailleringen afstemmen op en harmoniëren met het hoofdgebouw
- geen reclames bevestigd aan opgeslagen danwel gestalde objecten zoals containers of opleggers

Aanvullende criteria winkelgebied

- zonneschermen of parasols met reclame zijn toegestaan
- hoogstens één uitstalbord per 6.00 m gevellengte
- uitstalborden zijn hoogstens 1.20 bij 0.80 m
- vrije doorloopruimte op trottoirs minstens 2.00 m
- afstand tot trottoirband minstens 0.30 m
- per winkelgebied hoogstens één zuil van maximaal 7.50 m hoog
- aan de Kerkbuurt de zone tussen de afwateringsgoten vrijhouden

Aanvullende criteria bedrijventerrein

- op een bedrijfserf:
 - langs de hoofdroutes één vrijstaand verwijzingsbord
 - in het binnengebied niet meer dan één vrijstaand verwijzingsbord en één vrijstaande reclame met per stuk een maximaal oppervlak van 3.00 m²
 - vlaggenmasten tot een maximum van drie stuks per erf en in lijn geplaatst
- reclame in de vorm van een zuil alleen als het bestemmingsplan het toelaat en niet hoger dan 5.00 m met een maximaal oppervlak van 7.00 m²
- aan invalswegen eventueel gezamenlijke verwijzingsborden (niet in groenstructuren langs hoofdwegen)

Aanvullende criteria buitengebied

- één reclame in de vorm van een naamsvermelding
- plaatsen in het groen bij de erftoegang
- uitvoeren als bord van maximaal 0,40 m hoog en 3,00 m breed, waarvan de hoogte inclusief ondersteuning niet meer bedraagt dan 1,20 meter
- onverlicht en terughoudend van kleur



Bouwbord zolang dit feitelijk betekenis heeft



Onverlicht makelaarsbord

Aanvullende criteria overige gebieden

- bij woningen met praktijk aan huis in totaal ten hoogste 0.50 m², bestaande uit naam- en beroepsaanduiding
- bij sportcomplexen in de vorm van naar binnen gerichte reclameborden
- bij tankstations (in zoverre niet gelegen op bedrijventerrein):
 - één vrijstaande reclamezuil met breedte van maximaal 1.50 m en een oppervlak van maximaal 7.00 m²
 - drie vlaggenmasten en/of surfvlaggen
 - één uitstalbord per 6.00 m gevellengte met een hoogte van niet meer dan 1.20 m en een breedte van niet meer dan 0.80 m

3.3 Criteria tijdelijke reclame

In aanvulling op permanente reclame is in een beperkt aantal gevallen tijdelijke reclame mogelijk, bijvoorbeeld ten behoeve van sociaal-culturele doeleinden en bij bouwwerkzaamheden. Tijdelijke reclame voldoet in ieder geval aan redelijke eisen van welstand als aan onderstaande criteria wordt voldaan:

Gevelreclame

- ten behoeve van sociale, culturele en educatieve voorstellingen en tentoonstellingen
- opschriften en aankondigingen op afficheborden of (span)doek
- plat tegen een gevel en afgestemd op de architectuur, bijvoorbeeld tussen de ramen van de begane grond en eerste verdieping
- onverlicht
- voor zolang deze feitelijk betekenis hebben

Makelaarsborden:

- tegen een gevel en afgestemd op de architectuur, bijvoorbeeld tegen een raam
- oppervlak maximaal 1,00 m²
- onverlicht
- voor zolang deze feitelijk betekenis hebben

Bouw- en projectborden:

- één bouwbord per terrein of project (plaatsen achter de hekken)
- rechthoekig en vrijstaand
- onverlicht
- voor zolang deze feitelijk betekenis hebben

Wegwijzers bouwplaatsen

- in een berm plaatsen
- eenvoudig uitvoeren als een richtingwijzer met naamsvermelding bevestigd aan een paal
- hoogte niet meer dan 0.70 m en breedte niet meer dan 0.50 m



Reclame in eenabri



Reclamemast van flinke afmetingen alleen in de openbare ruimte

4. RECLAME IN DE OPENBARE RUIMTE

Reclame is niet toegestaan als deze naar het oordeel van het bevoegd gezag ontsierend is voor het straatbeeld of afbreuk doet aan de kwaliteit van de openbare ruimte. Voor zover hierna criteria zijn aangewezen, wordt aan deze eis voldaan door toepassing van die criteria in het licht van de hiervoor beschreven uitgangspunten.

Voor reclame gelden de volgende criteria:

- reclame doet geen afbreuk aan het straatbeeld
- deugdelijk en degelijk uitvoeren, waarbij voorzieningen zoals bevestigingsmateriaal en bekabeling zoveel mogelijk aan het oog onttrekken
- geen mechanisch bewegende delen, lichtkranten of lichtreclame met veranderlijk of intermitterend licht
- uitvoeren gelijk aan een gemeentelijke trendsetter danwel in overeenstemming met de criteria 'permanente reclame in de openbare ruimte' of 'criteria tijdelijke reclame in de openbare ruimte' (waarbij kleine afwijkingen denkbaar zijn om herhalingsplannen mogelijk te maken).

4.1 Criteria permanente reclame in de openbare ruimte

Voor het plaatsen van reclame met een permanente aard in de openbare ruimte gelden onderstaande voorwaarden:

Algemeen

- op een trottoir, bij een parkeerplaats of in de berm van een weg (tenminste 0,30 meter van een weg of fietspad)
- bij plaatsing op een trottoir een vrije doorgang van tenminste 2,00 meter
- het zicht op verkeersborden, straatnaamborden en vergelijkbare borden niet hinderen
- tenminste 30 meter van een kruising, splitsing of oversteekplaats
- materiaal is niet reflecterend

Abri's

- bij haltes openbaar vervoer
- uitvoeren als tweezijdige lichtbak (eventueel met wisselende reclame), die dient als zijwand van een overkapping
- maximaal 1,80 meter hoog en 1,20 meter breed

Klok

- plaatsen op een mast aan het begin van een entree route
- klok en reclame samen maximaal 1,50 meter hoog en 0,70 meter breed met een diepte van niet meer dan 0,30 meter

Borden aan lichtmasten

- aan gemeentelijke lichtmasten
- langs Sportlaan en Parallelweg binnen de bebouwde kom
- maximaal 1,00 meter hoog en 0,70 meter breed met een diepte van niet meer dan 0,20 meter
- eventueel verlicht



Verwijzingsborden van standaardmodel op het bedrijventerrein



Driehoeksbord bevestigd aan een lichtmast langs de openbare weg

Informatiebord met plattegrond

- bij een entree tot de bebouwde kom of een gebied
- maximaal 2,50 meter hoog en 2,50 meter breed

Naamsvermelding winkelgebied

- reclamezuil met naamsvermelding van een winkelgebied
- per winkelgebied één zuil
- maximaal 7,50 meter hoog
- plaatsing bij de entree, een parkeerterrein of vergelijkbare openbare ruimte

Mupi

- plaatsen in winkelgebied of de stationsomgeving
- maximaal 3,00 meter hoog en 1,50 meter breed
- afbeelding maximaal 1,75 meter hoog en 1,20 meter breed
- voorzien van stilstaand beeld

Verwijzingsborden bedrijventerrein

- gezamenlijke verwijzingsborden aan invalswegen
- in beginsel uitvoeren als bord:
 - maximaal 3,00 meter hoog en 1,50 meter breed
 - kleurstelling als bestaande verwijzingsborden in blauw en geel
- bij de woonboulevard uitvoeren als zuil:
 - maximaal 3,00 meter hoog en 1,00 meter breed
 - kleurstelling als bestaande verwijzingsborden in blauw met wit en voorzien van logo

Rotondes

- naamsvermelding bedrijven en vergelijkbare commerciële reclame
- uitvoeren als bord
 - hoogte 1,00 m inclusief onderconstructie (bijvoorbeeld één of twee palen)
 - bord 0,70 m breed en 0,50 m hoog
- per aanrijrichting één bord met een maximum van 4 per rotonde

Reclamemast

- op daarvoor aangewezen locaties langs de A15 (de meest oostelijk mast alleen ter vervanging van het in de nabijheid geplaatste lagere bord)
- uitvoeren als een buis met daaraan een twee- of driezijdig bord (vergelijkbaar aan de bestaande mast)
- de schacht heeft een hoogte van tenminste 15,00 meter (de huidige borden vormen hierop deels een uitzondering)
- reclamevlakken ten hoogste 110 vierkante meter per stuk
- voorzien van stilstaand beeld (bij uitvoering als LED-bord tenminste 8 seconden tussen elke wisseling)

Driehoeksborden

- driehoeksborden A0 (eventueel uitvoeren als tweezijdige sandwichborden)
- aan lichtmasten (ten hoogste om en om) langs hoofdroutes bevestigd op een minimale hoogte van 30 cm boven de grond
- tenminste één derde van de vlakken reserveren voor organisaties en personen om evenementen of maatschappelijke activiteiten danwel ideële boodschappen onder de aandacht te brengen

Plakplaatsen

- twee vrije plakplaatsen
- plaatsen op het Winklerplein, bij het station of een vergelijkbare openbare plek
- uitvoeren als zuil of tweezijdig bord
- maximaal 3,00 meter hoog en 1,50 meter breed

4.2 Criteria tijdelijke reclame in de openbare ruimte

Voor het plaatsen van reclame met een tijdelijke aard in de openbare ruimte gelden onderstaande voorwaarden:

Algemeen

- op een trottoir of in de berm van een weg (in beginsel tenminste 0,50 meter van een weg of fietspad)
- bij plaatsing op een trottoir een vrije doorgang van tenminste 2,00 meter
- het zicht op verkeersborden, straatnaamborden en vergelijkbare borden niet hinderen (in beginsel een afstand van 10,00 m aanhouden)
- materiaal is niet reflecterend

Uitstalborden bij winkels direct grenzend aan openbaar gebied

- één uitstalbord, object of surfvlag per 6,00 meter gevellengte (hoogstens 3 per winkel)
- uitstalborden en objecten maximaal 1,50 meter hoog en 0,85 meter breed
- surfvlaggen maximaal 3,00 meter hoog
- plaatsen voor de winkel (niet tussen de afwateringsgoten in de Kerkbuurt)
- alleen gedurende openingstijden

Spandoeken

- ten behoeve van de aankondiging van kortdurende activiteiten met een plaatselijk karakter zoals een opening, culturele activiteit of kermis (geen reguliere handelsreclame)
- maximaal 3 spandoeken en niet langer dan 2 weken
- locaties:
 - aan de Stationsweg bij de noordelijke rotonde bij de parkeerplaats van het station
 - aan de Craijensteijn ter hoogte van de hoogspanningsmast tegenover de Prinsenweer
 - aan de Rivierdijk tussen de geluidswal A15 en de hoogspanningsmast, ter hoogte van huisnummer 2
- vergunningverlening volgens het principe 'wie het eerst komt, het eerst maalt'

Nadere voorwaarden sandwichborden

Tot het moment dat er permanente driehoeksborden zijn geldt:

- aan lichtmasten binnen de bebouwde kom
- maximaal 1,20 meter hoog en 0,85 meter breed (minimaal 10 cm boven de grond bevestigen)
- tenminste 30 meter van een kruising, splitsing of oversteekplaats
- plaatsing door organisaties en personen om evenementen of maatschappelijke activiteiten danwel ideële boodschappen onder de aandacht te brengen
- niet meer dan 15 sandwichborden per keer met een maximale tijdsduur van drie weken (of één dag na afloop van het evenement of de activiteit) en niet meer dan 3 aanvragen tegelijkertijd
- naam en telefoonnummer van de vergunninghouder vermelden op het bord

5. AFWIJKEN VAN DE CRITERIA

Eventuele afwijkingen van bovenstaande criteria zijn afhankelijk van de situatie. Afwijkingen moeten leiden tot een gelijkwaardig of beter resultaat. In de afweging zal in ieder geval worden gekeken naar het object op zich en naar de aard van de omgeving, waarbij in de overwegingen naast de eerder genoemde overwegingen ook het vakmanschap zoals omschreven in de algemene welstandscriteria kan worden betrokken.

Reclamebeleid Sliedrecht

Definitieve versie, oktober 2013