

Ontwerp-raadsvoordracht
Ter visie

Jaar

<datum onbekend>

Afdeling

1

Nummer

0

Publicatiedatum

7 september 2006 (versiedatum)

Onderwerp

Beoordelingscriteria voor de toelaatbaarheid van reclame op
bouwwerken in de Grootstedelijke Gebieden en
Projecten(beleidsregels)

Aan de Gemeenteraad

Op grond van het hiernavolgende stellen wij u voor, het volgende
besluit te nemen:

De Gemeenteraad van Amsterdam

Gezien de voordracht van Burgemeester en Wethouders van <datum
onbekend>;

Gelet op artikel 4.81 van de Algemene wet bestuursrecht, artikel
12a, eerste lid, onderdeel a van de Woningwet en artikel 8.4,
vierde lid van de Algemene Plaatselijke Verordening;

Besluit:

I. vast te stellen de Beoordelingscriteria voor de toelaatbaarheid
van reclame op bouwwerken (beleidsregels)in de Grootstedelijke
Gebieden en Projecten overeenkomstig het door Burgemeester en
Wethouders bij hun voordracht overgelegde ontwerp, met dien
verstande (...),
[eventuele wijzigingen door de Gemeenteraad aangebracht]

zodat de beoordelingscriteria luiden:

Artikel 1

Toepassingsgebied

1 Deze criteria hebben betrekking op reclame aan onroerende zaken gelegen in gebieden waar de centrale stad het bevoegd gezag is a bij het verlenen van een bouwvergunning als bedoeld in artikel 40, eerste lid van de Woningwet;

b bij het in ontvangst nemen van een reclamemelding als bedoeld in artikel 8.4, derde lid van de Algemene Plaatselijke Verordening.

2 De Gemeenteraad kan op voorstel van enig stadsdeelbestuur ten behoeve van een in dat stadsdeel gelegen grootstedelijk project afwijkende criteria vaststellen.

3 De Gemeenteraad kan voor een project waarop het Plan- en Besluitvormingsproces Ruimtelijke Maatregelen (Plaberum) van toepassing is afwijkende criteria vaststellen, overeenkomstig het bepaalde in de notitie "Welstand en supervisie", vastgesteld door Burgemeester en wethouders op 28 juni 2005.

4 Voor zover de toepassing van de criteria, bedoeld in het tweede lid, leidt tot strijd met de criteria in het derde lid, blijven de criteria als bedoeld in het tweede lid buiten toepassing.

5 Deze criteria worden gehecht aan de Welstandsnota grootstedelijke gebieden en projecten (Gemeentebblad 2004, afd. 1 nr. 328) en zijn onderdeel van deze nota.

Artikel 2

Definities

In deze beleidsregels wordt verstaan onder:

a reclame van beperkte omvang: reclame die voldoet aan de volgende kenmerken:

(1) niet groter dan 0,5 vierkante meter, indien aangebracht aan een gebouw en niet groter dan 1 vierkante meter, indien niet aangebracht aan een gebouw;

(2) niet groter dan 1,5 meter in één richting;

(3) indien aangebracht aan een gebouw, inclusief constructie niet boven de dakgoot of dakrand uitkomend en evenwijdig aan de gevel aangebracht;

(4) indien niet aangebracht aan een gebouw, inclusief constructie niet hoger dan 1,5 meter boven het maaiveld;

(5) niet zijnde lichtreclame, aangelichte of veranderlijke reclame;

(6) niet gelegen in een beschermd stadsgezicht;

b winkel/horeca: gebouw, of gedeelte daarvan, dat gebruikt wordt voor het leveren van materialen, goederen of diensten aan de eindgebruiker of voor het verstrekken van consumpties voor het gebruik ter plaatse.

Artikel 3

Bij voorbaat toelaatbare reclame van beperkte omvang

Reclame van beperkte omvang als bedoeld in artikel 2, onder a is niet in strijd met artikel 8.4, tweede lid, onder a van de Algemene Plaatselijke Verordening, of niet in strijd met redelijke eisen van welstand als bedoeld in artikel 12 van de Woningwet, indien deze voldoet aan één van de volgende kenmerken:

a heeft betrekking op de dienst die wordt verleend of het bedrijf of beroep dat wordt uitgeoefend op of in de zaak waaraan ze is bevestigd,

b is aangebracht op, aan of in een zaak en houdt in dat die zaak te koop, te huur of in pacht wordt aangeboden, mits

(1) het aantal niet groter is dan twee per zaak; of

(2) het aantal niet groter is dan twee per gebouw, indien het een zaak betreft die als één geheel te koop, te huur of in pacht wordt aangeboden;

c is van tijdelijke aard en heeft betrekking op een werk in uitvoering, mits op de bouwplaats of op de afscheiding van de bouwplaats geplaatst en niet langer aanwezig dan uitvoering van het werk vereist;

d is van tijdelijke aard en heeft betrekking op een te houden openbare wedstrijd, manifestatie, evenement, tentoonstelling, collecte of activiteit, die niet behoort tot de gebruikelijke commerciële uitoefening van een beroep, bedrijf of dienst, mits

(1) niet meer dan één opschrift, aankondiging, afbeelding of object aan, op of in de zaak is aangebracht;

(2) niet geplaatst in de openbare ruimte;

(3) niet eerder dan twee weken voor aanvang daarvan aanwezig;

(4) niet langer dan een week na afloop daarvan aanwezig.

Artikel 4

Bij voorbaat toelaatbare overige reclame

Reclame is voorts niet in strijd met artikel 8.4, tweede lid, onder a van de Algemene Plaatselijke Verordening, of niet in strijd met redelijke eisen van welstand als bedoeld in artikel 12 van de Woningwet, indien deze voldoet aan één van de volgende kenmerken:

a aangebracht op reclamemasten of vergelijkbare reclameconstructies, waarvoor een rechtens onaantastbare vrijstelling op grond van artikel 19 van de Wet op de Ruimtelijke Ordening is gegeven of die in een rechtens onaantastbaar bestemmingsplan zijn opgenomen;

b aangebracht op abri's ten behoeve van het openbaar vervoer;

c aangebracht op bouwboarden, mits de reclame voldoet aan de "stijlbeschrijving" als bedoeld in de publicatie "Bouwboarden" uit de reeks de "Stijl van Amsterdam";

d aangebracht op een onroerende zaak, houdt in dat die zaak te koop, te huur of in pacht wordt aangeboden, en voldoet aan in een convenant gesloten tussen de [brancheorganisaties(s) van makelaars] en het college van Burgemeester en wethouders opgenomen criteria.

Artikel 5

Relatieve en absolute beoordelingscriteria

1 Reclame op een onroerende zaak die niet voldoet aan artikel 3 of 4 wordt getoetst aan de volgende relatieve criteria:

- a de reclame geeft er blijk van dat rekening is gehouden met de maten en verhoudingen van ruimten, volumens, vlakverdelingen en details van het bouwwerk waaraan de reclame is bevestigd;
- b de reclame geeft er blijk van dat rekening is gehouden met de architectonische middelen die bij de totstandkoming van het bouwwerk waaraan de reclame wordt bevestigd zijn ingezet (zoals de textuur van de materialen en het gebruik van kleuren en licht);
- c de reclame levert een bijdrage aan de kwaliteit van de openbare ruimte, of doet aan die kwaliteit geen afbreuk.

2 Reclame als bedoeld in het eerste lid wordt tevens getoetst aan de volgende absolute criteria:

- a de reclame heeft slechts betrekking op activiteiten van een in het bouwwerk of op het betrokken perceel gevestigde bedrijf of instelling;
 - b de reclame is uitgevoerd in losse letters en/of losse tekens die in de reclame-uiting betekenis hebben;
 - c de reclame is niet uitgevoerd als bewegende en/of veranderlijke reclame;
 - d de reclame is beperkt tot per gevel één hoofduiting en eventueel een extra reclame van ondergeschikte maatvoering bij de hoofdentree van het gebouw;
 - e de reclame is evenwijdig aan de gevel geplaatst of uitgevoerd als dakreclame;
 - f indien de reclame is uitgevoerd als dakreclame, is deze los van de dakrand (bij een plat dak) of de nok (bij een kap) aangebracht.
- 3 In afwijking van het bepaalde in het tweede lid onder b is een plat bord toelaatbaar indien in het ontwerp van een gebouw een bepaald vlak kennelijk voor het plaatsen van een dergelijk bord is bestemd.

4 In afwijking van de criteria in het tweede lid is een reclametoestel uitgevoerd als raamwerk aan een gebouw waarbinnen of waaraan steeds wisselende reclame wordt aangebracht, toelaatbaar, indien Burgemeester en wethouders van oordeel zijn dat het bouwwerk voldoet aan de relatieve criteria genoemd in het eerste lid. Zij vragen daarover advies aan de Commissie voor welstand en monumenten.

Artikel 6

Aanvullende criteria winkels/horeca

1 Reclame aan is winkels/horeca is geplaatst onder de bovenkant vloer van de eerste verdieping.

2 In afwijking van de criteria in artikel 5, tweede lid onder b, d en e is een uithangbord haaks op de gevel bij een winkel toelaatbaar dat voldoet aan de volgende kenmerken:

a niet groter dan 0,65 m²;

b steekt niet verder buiten het gevelvlak dan 1 meter;

c niet hoger dan 1 meter;

d niet dikker dan 20 centimeter;

e niet hoger geplaatst dan 5 meter boven de straat;

f niet lager geplaatst dan 2,20 meter boven de straat;

g niet meer dan één uithang bord per parcelleringseenheid aanwezig, met een maximum van twee per gebruiker per gevel.

Artikel 7

Beoordelingscriteria tijdelijke reclame

Burgemeester en wethouders kunnen, nadat zij daarover advies van de Commissie voor welstand en monumenten hebben gevraagd, toestaan dat tijdelijk wordt afgeweken van de artikelen 5 en 6, voor zover de reclame voldoet aan één van de volgende omschrijvingen:

a de reclame heeft betrekking op een te houden openbare wedstrijd, manifestatie, evenement, tentoonstelling, collecte of activiteit, die niet behoort tot de gebruikelijke commerciële uitoefening van een beroep, bedrijf of dienst, of op de opening van een nieuwe vestiging van een bedrijf of instelling;

(1) mits de te houden openbare wedstrijd, manifestatie, evenement, tentoonstelling, collecte of activiteit waarvoor reclame wordt gemaakt van stedelijke of nationale betekenis is; en

(2) mits

(a) niet eerder dan twee weken voor aanvang daarvan aanwezig;

(b) niet langer dan een week na afloop daarvan aanwezig.

b de reclame heeft betrekking op een werk in uitvoering, mits

(1) onmiddellijk bij het werk geplaatst,

(2) niet langer aanwezig dan uitvoering van het werk vereist.

Artikel 8

Afwijkingen

Burgemeester en wethouders wijken van deze criteria af, indien

a. zij, nadat zij daarover advies van de Commissie voor welstand en monumenten hebben gevraagd, van oordeel zijn dat anders dan door toepassing van deze criteria een voldoende kwaliteit van het uiterlijk van een bouwwerk wordt bereikt;

b. strikte toepassing daarvan voor een of meer belanghebbenden gevolgen zou hebben die wegens bijzondere omstandigheden onevenredig zijn in verhouding tot de met deze criteria te dienen doelen.

BIJLAGE 1

Gegevens die in of bij de kennisgeving als bedoeld in artikel 8.4, derde lid, onder a, van de Algemene Plaatselijke Verordening dienen te zijn vermeld.

- * Naam en correspondentieadres in Nederland van de aanvrager;
- * Naam en adres van een eventuele gemachtigde, inclusief een door de aanvrager ondertekende machtiging;
- * Lokale aanduiding van de plaats van het bouwwerk waarop de reclame wordt aangebracht;
- * Tekeningen van de gevels van het bouwwerk die zichtbaar zijn vanaf een openbare weg, een spoorweg of openbaar water; inclusief de gevels van belendende bebouwing, in plaats van tekeningen kunnen fotocollages worden overgelegd;
- * Detailtekeningen of foto's van de reclame;
- * Foto's van de bestaande situatie en de omliggende bebouwing;
- * Opgave materiaal- en kleurgebruik van toe te passen materialen.

De gegevens en bescheiden moeten in een zodanige vorm worden aangeleverd dat een goede en effectieve beoordeling door de gemeente mogelijk is. De aanvrager of een door de aanvrager aangewezen gemachtigde dient er tevens zorg voor te dragen dat de samenhang tussen de verschillende gegevens blijkt uit de aangeleverde gegevens en bescheiden.

In beginsel moeten bij een aanvraag om bouwvergunning de gegevens en bescheiden voldoen aan kwaliteitseisen in Hoofdstuk 2 van het Besluit indieningsvereisten aanvraag bouwvergunning. Burgemeester en wethouders kunnen een aanvraag die niet aan dit hoofdstuk voldoet desalniettemin in behandeling nemen, indien zij van oordeel zijn dat een effectieve beoordeling mogelijk is.

BIJLAGE 2

Grootstedelijke projecten waarvoor op voorstel van enig stadsdeelbestuur afwijkende criteria of richtlijnen gelden:

Grootstedelijk project

Afwijkende criteria of richtlijnen

BIJLAGE 3

Grootstedelijke projecten waarop het Plan- en Besluitvormingsproces Ruimtelijke Maatregelen (Plaberum) van toepassing is en afwijkende criteria of richtlijnen gelden.

Grootstedelijk project
Afwijkende criteria of richtlijnen

II Te bepalen, dat deze beleidsregels in werking treden op de eerste dag van de maand, volgend op de dag waarop zij zijn gepubliceerd.

Burgemeester en Wethouders van Amsterdam,

E. Gerritsen, secretaris
M.J. Cohen, burgemeester

Toelichting (bestuurlijke context)

De Commissie Ruimtelijke Ordening, Grondzaken, Waterbeheer en ICT heeft op <datum onbekend> ingestemd met het voorleggen van dit voorstel aan uw vergadering.

Bestuurlijk juridisch kader

Het toezicht op de reclame is onder meer nodig om ontsiering van het stadsbeeld tegen te gaan. Dit past in het meer algemene doel van het bevorderen en beschermen van de kwaliteit van de gebouwde omgeving. Het reclametoezicht is gebaseerd op de Woningwet, voor zover het reclameobject is aan te merken als een bouwwerk, en op de Algemene Plaatselijke Verordening als het gaat om reclame die geen bouwwerk is.

Woningwet. Het uiterlijk en de plaatsing van bouwwerken mogen volgens artikel 12 van de Woningwet niet in strijd zijn met redelijke eisen van welstand. Dit moet worden beoordeeld naar de criteria opgenomen in de door de gemeenteraad vastgestelde welstandsnota. In de Welstandsnota grootstedelijke gebieden en projecten zijn nog geen criteria voor reclame-objecten opgenomen. Reclameborden zijn daarom tot aan de inwerkingtreding van deze beleidsregels getoetst aan de in de welstandsnota opgenomen algemene criteria van welstand. Deze beleidsregels voorzien alsnog in objectgerichte criteria voor reclame.

Algemene Plaatselijke Verordening. Naast de Woningwet, is op reclame aan onroerend goed ook het beoordelingskader op grond van artikel 8.4 van de Algemene Plaatselijke Verordening van toepassing. Deze beleidsregels komen tevens in de plaats van de richtlijnen vastgesteld bij besluit van Burgemeester en Wethouders van 28 februari 1984, nr. 32932 VH 1982. Deze `richtlijnen hebben hun betekenis verloren, omdat bij de beoordeling van reclame in grootstedelijke gebieden en projecten sinds het begin van de jaren negentig met voorbijgaan aan de richtlijnen uit 1984 is afgegaan op het oordeel van Commissie voor welstand en monumenten. De hier aangeboden criteria sluiten aan bij de door deze commissie sindsdien ontwikkelde vaste gedragslijnen.

Inhoudelijke uitgangspunten

Bij het opstellen van deze reclamenota is uitgegaan van het volgende:

1. Ruimtelijk beleid

Het reclamebeleid moet aansluiten bij het ruimtelijk beleid dat uitgaat van het creëren van intensieve en gemengde stedelijke milieus. Grootstedelijke projectgebieden zoals IJburg, de Zuidas, de Noordelijke IJoever tussen Shell en NDSM en de Overamstelzone zijn transformatiegebieden waar kwalitatief hoogwaardige stedelijke milieus worden gerealiseerd. Het reclamebeleid moet bijdragen bij aan die kwaliteit.

2. Het reclamebeleid moet flexibel zijn om aan te sluiten op nieuwe stedenbouwkundige plannen

De bestuurlijke vastgestelde stedenbouwkundige plannen geven informatie over de te verwachten ontwikkeling van de omgeving. Die toekomstige omgeving moet volgens de Woningwet in het oordeel worden betrokken. De Welstandsnota Grootstedelijke Gebieden en Projecten bepaalt daarom dat criteria uit een stedenbouwkundig plan ook gelden als welstandscriteria. In het besluit van 28 juni 2005 in het kader van De Grote Vereenvoudiging hebben Burgemeester en Wethouders beschreven hoe welstandscriteria (waaronder regels over gevelreclame worden begrepen) in stedenbouwkundige plannen kunnen worden opgenomen (zie ook Bouwbrief 2005, nr 13). De Gemeenteraad kan daarom bij een project waarop het Plan- en Besluitvormingsproces Ruimtelijke Maatregelen (Plaberum) van toepassing is afwijkende criteria vaststellen.

3 Het reclamebeleid bij grootstedelijke projecten die in de stadsdelen zijn gelegen moet aansluiten op het reclamebeleid van het betrokken stadsdeel

De centrale stad voert de bouw- en woningtoezichttaken in de grootstedelijke projecten uit, zolang het gebied in ontwikkeling is. Nadat de ontwikkeling is afgerond, worden de bevoegdheden teruggegeven aan het stadsdeelbestuur. Daarop kan al vooruit worden gelopen, door in de reclamenota een regel op te nemen, dat het reclamebeleid van het stadsdeel van toepassing kan worden verklaard.

Nadere toelichting

Opbouw van de regeling

De regeling bestaat uit een standaardregeling (artikel 5 en 6) en artikelen die mogelijke afwijkingen van de standaard regelen:

- Artikel 1: afwijkend stadsdeelbeleid of specifieke afwijkingen in een stedenbouwkundig plan;
- Artikel 3 en 4: reclame die bij voorbaat (zonder nadere toets aan de standaardregeling) voldoet;
- Artikel 7: tijdelijke reclame;
- Artikel 8: hardheidsclausule voor die gevallen waarbij strikte toepassing van de regeling tot een ongewenst resultaat zou leiden.

Opbouw van de standaardregeling

De standaardregeling in artikel 5 geeft eerst relatieve (subjectieve) beoordelingscriteria, die voor meer dan één interpretatie vatbaar zijn. Zij vragen in beginsel om nadere oordeelsvorming door de Commissie voor welstand en monumenten. Daarna is in absolute criteria vastgelegd wat de vormen, de maten en de aantallen van de reclame-uitingen moeten zijn. Daarbij is de verwachting dat deze absolute criteria bij de meest voorkomende

architectuur tot een mooi resultaat zullen leiden. Indien aan de absolute criteria wordt voldaan, kan in de meeste gevallen ervan worden uitgegaan dat er ook geen strijd is met de subjectieve criteria. In artikel 6 zijn specifieke criteria voor winkels en horeca opgenomen.

[Invoegen tekening/ foto's van standaard bij een bedrijfsgebouw]
[Invoegen tekening/ foto's van standaard bij winkel/ horeca]

Artikelsgewijs

Artikel 1

Deze beleidsregels zijn van toepassing op de gebieden waar de centrale stad het bevoegd gezag is bij het verlenen van bouwvergunningen en bij het beoordelen van reclame uitingen op grond van de APV.

De Gemeenteraad kan op voorstel van enig stadsdeelbestuur ten behoeve van een in dat stadsdeel gelegen grootstedelijk project afwijkende criteria of richtlijnen van toepassing verklaren. Het centrale stadsbestuur kan op deze wijze aansluiten bij het reclamebeleid van een stadsdeel waarin een stedelijk project is gelegen.

De Gemeenteraad kan ook als onderdeel van een stedenbouwkundig plan met welstandscriteria meer nauwkeurige of afwijkende criteria of richtlijnen vaststellen. Het bestuur kan op deze manier inspelen op de behoefte aan specifieke criteria in samenhang met nieuwe stedenbouwkundige plannen.

Artikel 3 en 4

De in deze artikelen genoemde reclame behoeft niet te worden getoetst aan de beoordelingscriteria. Het betreft reclame-uitingen van onderschikte betekenis, of reclame-uitingen waarvan al op andere wijze (bijvoorbeeld in een convenant) is bepaald dat zij toelaatbaar zijn.

Artikel 5 en 6

Hierin is de standaardregeling opgenomen. Het eerste lid van artikel 5 geeft relatieve (subjectieve) beoordelingscriteria, die voor meer dan één interpretatie vatbaar zijn. Zij vragen om nadere oordeelsvorming door de Commissie voor welstand en monumenten. In het tweede lid van artikel 5 en in artikel 6 voor wat betreft winkels/horeca is vastgelegd wat de vormen, de maten en de aantallen van de reclame-uitingen moeten zijn. Daarbij is de verwachting dat deze absolute criteria bij de meest voorkomende architectuur tot een mooi resultaat zullen leiden. Indien aan deze absolute criteria wordt voldaan, kan in de meeste gevallen ervan worden uitgegaan dat er ook geen strijd is met de subjectieve criteria en kan een nader advies van de Commissie voor welstand en monumenten mogelijk blijven.

Artikel 7

Op grond van dit artikel is tijdelijke reclame mogelijk die niet aan de standaardregeling voldoet. Bij reclame voor een openbare wedstrijd, manifestatie, evenement, tentoonstelling of activiteit, moet het gaan om een activiteit van stedelijke of nationale betekenis. Activiteiten buiten de landsgrenzen (zoals internationale sportwedstrijden in het buitenland) zijn daaronder niet begrepen. Ook is er de mogelijkheid reclame te maken voor de opening van een nieuwe vestiging van een bedrijf of instelling. Het moet dan wel gaan om een vestiging die van stedelijke of nationale betekenis is, bijvoorbeeld een hoofdkantoor van een bedrijf met meer dan 1000 werknemers, een theater dat bezoekers aantrekt uit de regio of het gehele land of een hoofdvesting van een stedelijke of landelijke culturele instelling, zoals de Amsterdamse Openbare Bibliotheek.

Bij het toelaten van tijdelijke reclame voeren Burgemeester en wethouders een terughoudend beleid. Zij willen voorkomen dat steeds wisselende tijdelijke reclame onbedoeld het stadsbeeld permanent gaat domineren.

Artikel 8

Het is niet de bedoeling dat als gevolg van een starre formulering afwijkende oplossingen, die voor bepaalde gevallen optimaal zijn, worden uitgesloten. Burgemeester en wethouders kunnen daarom op grond van de hardheidsclausule in artikel 8, onder a van de criteria afwijken. Het bepaalde in artikel 8, onder b volgt uit de Algemene wet bestuursrecht, waarin is bepaald dat bij de toepassing van beleidsregels de in zaak in geding zijnde belangen worden afgewogen.