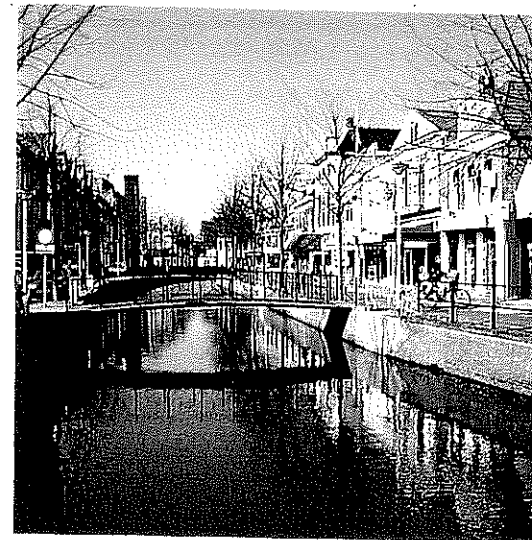
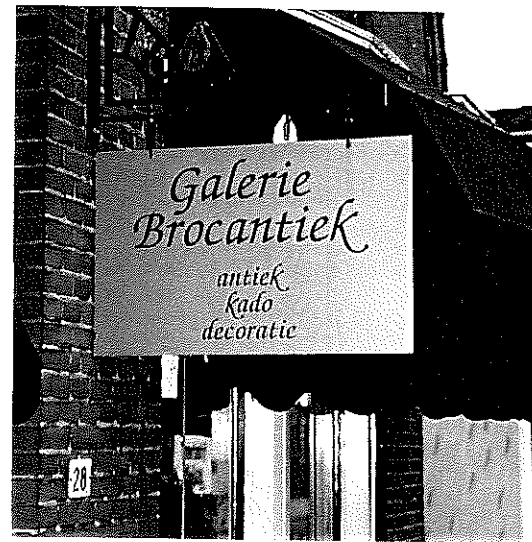


Vastgesteld door de
gemeenteraad
op 3 september 2001

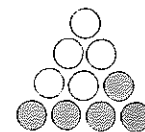
BEELDKWALITEITSPLAN HEERENVEEN – CENTRUM

26 februari 2001



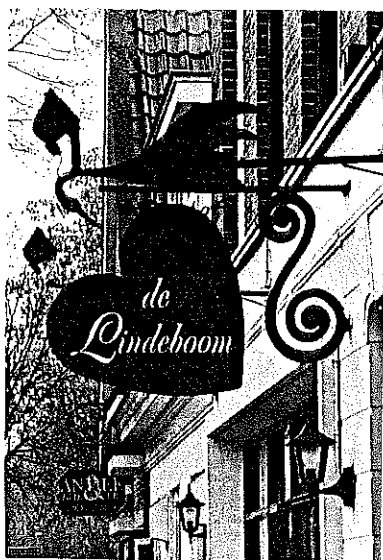
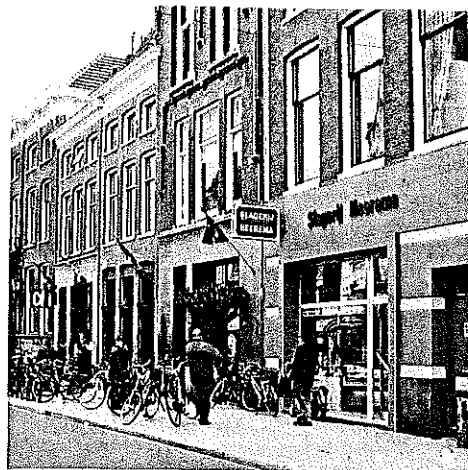
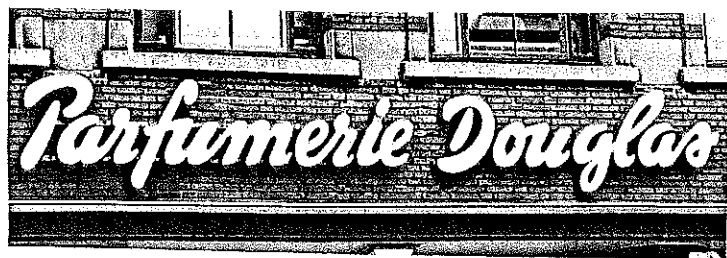
Architekturburo Sipma BNA Heerenveen

Lyceumstraat 2
Postbus 595 8440 AN
Telefoon (0513) 62 50 15
Fax (0513) 62 50 75



buro wijn bv

adviseurs voor ruimtelijke ordening en milieu



GEVELRECLAME

Reclame moet klanten trekken. Reclame moet de klanten attent maken op de producten die verkocht worden en reclame verlevendigt het straatbeeld. In het centrum neemt de hoeveelheid reclame-uitingen de laatste jaren fors toe, de luifels, de vlaggen en de uithangborden worden steeds groter en bombastischer. Zij nemen daarbij dermate dominante vormen aan dat er sprake is van visuele vervuiling. Er wordt veel verbeterd door de reclame weer een geïntegreerd en ondergeschikt onderdeel te laten worden van de (winkel)pui. Hierdoor zal een rustiger en attractiever straatbeeld ontstaan, waarbij de aandacht weer meer op de etalages wordt gericht. Door de verbetering van het verblijfsklimaat, zal het centrum een verhoogde economische aantrekkingskracht krijgen. Om een positiever straatbeeld te realiseren verdient het dan ook aanbeveling dat er afspraken tussen de gemeente en de winkeliers moeten worden gemaakt om bestaande reclame-uitingen aan regels te binden. Nieuwe reclames zullen aan de hierna volgende uitgangspunten moeten voldoen.

Uitgangspunten gevelreclame:

1. Reclame dient pandgebonden te zijn, dat wil zeggen direct verband houdend met:
 - de hoofdactiviteit in het pand;
 - de naam van het bedrijf;
 - de in het pand verkochte producten.
2. Reclame dient een geïntegreerd en ondergeschikt element in de pui en omgeving te zijn. Bij nieuwbouw of verbouw moet één en ander blijken uit het bouwplan. Van belang zijn:
 - vorm/afmetingen, kleur- en materiaalgebruik.
3. De afmeting en vormgeving van de reclame dient in harmonie te zijn met:
 - de architectonische detaillering van het pand;
 - de maat van de gevel;
 - het materiaalgebruik van de gevel;
 - de kleur van de pui.

* Ook huisstijlreclames dienen aan de uitgangspunten 1 t/m 3 te voldoen.

Richtlijnen:

- (Licht)reclame(s) aan de gevel dient/dienen gericht te zijn op de openbare weg en te zijn afgestemd op de architectuur van de gevel en de omgeving. Doosletters verdienen daarbij de voorkeur boven lichtbakken.
- Per zelfstandig pand mogen maximaal drie reclame-objecten worden toegepast maar nooit meer dan 1 vlag (max. oppervlakte 1,5 m²) en 1 uitstekend object (haaks op de gevel).



- Bij panden breder dan 10 meter mogen 4 reclame-objecten worden toegepast maar dan niet meer dan:
 - 1 vlag; en
 - max. 2 haakse reclames.
- De haaks op de gevel geplaatste reclames mogen in het op kaart aangegeven gebied max. 1 meter hoog en 0,8 meter breed zijn. In de rest van het centrumgebied kunnen, in verband met de maat van de openbare ruimte en de korrelgrootte van de panden, in de gevelwand haakse reclame-objecten worden toegestaan van max. 0,8 meter hoog en 0,6 meter buiten de gevel.
- Reclame-objecten vlak op de gevel (in de vorm van lichtbakken) mogen max. 0,3 meter diep zijn en 0,3 meter hoog en maximaal de halve gevelbreedte beslaan. Losse letters verdienen echter de voorkeur. Deze letters mogen een maximale hoogte hebben van 0,45 meter. De lengte van de tekst mag max. 75% van de gevelbreedte zijn op voorwaarde dat dit inpasbaar is binnen de gevelindeling en architectuur. Dit is ter beoordeling van de beoordelingscommissie.
- Reclame aan de gevel dient te worden aangebracht op min. 2,2 meter boven het straatniveau tot 0,2 meter onder de kozijndorpels op de verdieping of 1 meter boven de verdieplingsvloer (kleinste maat is bepalend).
- In bijzondere gevallen kan incidenteel en ter beoordeling van de begeleidingscommissie beeldkwaliteit, worden toegestaan dat reclame op verdiepingshoogte wordt toegepast.
- Opschriften/aanhoudingen en/of afbeeldingen op de binnenkant van de etalageruit, zijn in beperkte mate vanaf het maaiveld tot aan de bovendorpel toegestaan wanneer ze gericht zijn op de openbare weg. Geheel of gedeeltelijk dichtgeplakte etalageruiten (met felgekleurde en in het beeld dominerende reclame-uitingen) zijn niet toegestaan. Deze hebben een negatieve invloed op het straatbeeld.
- Bewegende en roterende reclame-objecten aan gevels zijn in principe niet toegestaan. In incidentele gevallen zou hiervan kunnen worden afgeweken nadat de beoordelingscommissie positief heeft beoordeeld.

