gemeente **Roermond**

Handboek reclame

1. Inleiding

Dit handboek laat op een duidelijke en praktische manier zien wat in Roermond wél en niet is toegestaan aan reclame in de openbare ruimte. Het helpt iedereen die met reclame te maken heeft, ondernemers, ontwerpers, vergunningverleners en toezichthouders, om dezelfde regels te gebruiken en tot heldere keuzes te komen.

Het handboek hoort bij het **Reclamebeleid Roermond 2026**. Waar het beleid de regels en uitgangspunten vastlegt, laat dit handboek met voorbeelden zien hoe die regels in de praktijk kunnen worden toegepast. Zo wordt voor iedereen beter zichtbaar wat past bij de uitstraling van Roermond en wat niet.

De voorbeelden in dit handboek zijn tekeningen, geen foto's. Ze laten situaties zien die lijken op de praktijk, maar zijn niet aan echte panden of bedrijven gekoppeld. De beelden zijn bedoeld om de regels te verduidelijken, niet om nieuwe regels toe te voegen.

Het handboek zelf heeft geen juridische status. Het Reclamebeleid Roermond 2026 en de Algemene Plaatselijke Verordening vormen het formele toetsingskader. Bij twijfel of verschil in interpretatie geldt altijd het beleid.

Het handboek wordt digitaal beschikbaar gesteld, zodat het makkelijk te gebruiken is bij het indienen van aanvragen, het beoordelen van plannen of het voeren van gesprekken met ondernemers. Op die manier ondersteunt het handboek een eenduidige, begrijpelijke en eerlijke toepassing van de regels in de hele gemeente Roermond.

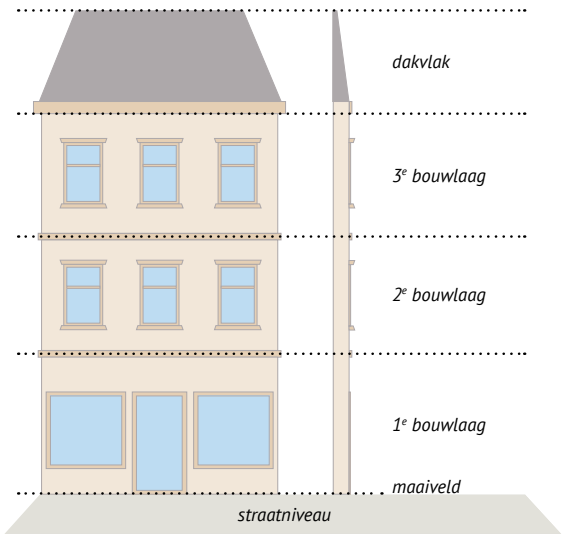


2. Leeswijzer

Het handboek is opgebouwd van algemeen naar specifiek. Eerst komen de algemene regels aan bod die in de hele gemeente gelden. Daarna volgen de gebiedsregels, waarin per type omgeving – bijvoorbeeld de binnenstad, een bedrijventerrein of het buitengebied – wordt uitgelegd wat daar wel en niet past. Tot slot staan de uitzonderingen beschreven: situaties waarin tijdelijk of onder voorwaarden iets mag dat normaal niet is toegestaan.

Bij elk onderwerp staan korte toelichtingen en voorbeelden die laten zien hoe de regels in de praktijk kunnen worden toegepast. De voorbeelden zijn eenvoudig gehouden: steeds een goede situatie (groen) en een niet-goede situatie (rood). Zo is in één oogopslag te zien wat binnen het beleid past. De beelden en toelichtingen zijn bedoeld als ondersteuning bij het toepassen van de regels uit het beleid. Ze helpen om de uitgangspunten van het *Reclamebeleid Roermond 2026* op een eenduidige en herkenbare manier te gebruiken bij het beoordelen van plannen en aanvragen.

Dit handboek heeft een praktisch karakter. Het formele toetsingskader blijft altijd het *Reclamebeleid Roermond 2026* en de Algemene Plaatselijke Verordening (APV).
Bij twijfel of verschil van inzicht geldt altijd het beleid.



Legenda

Per onderwerp worden voorbeelden gegeven die de toepassing van het beleid verduidelijken. Daarbij wordt gewerkt met:

GOED

Groene voorbeelden
Situaties die in overeenstemming zijn met het beleid (toegestaan).

FOUT

Rode voorbeelden
Situaties die ***niet*** in overeenstemming zijn met het beleid (***niet*** toegestaan).

3. Algemene regels *conform hoofdstuk 5*

De regels in dit hoofdstuk gelden voor alle vormen van reclame in de gemeente Roermond. Ze zorgen voor een rustig straatbeeld, herkenbare bedrijven en een goede balans tussen zichtbaarheid en ruimtelijke kwaliteit. Alle uitingen moeten voldoen aan de uitgangspunten van het Reclamebeleid Roermond 2026 en de Algemene Plaatselijke Verordening (APV).

De onderstaande regels en voorbeelden geven een toelichting op de bepalingen uit het reclamebeleid Roermond 2026.

3.1 Relatie met aanwezige functie

Reclame is alleen toegestaan wanneer deze rechtstreeks verband houdt met de economische activiteit op de betreffende locatie. Reclame voor andere bedrijven, producten of diensten is ***niet*** toegestaan, behalve bij objecten die door de gemeente via een contract zijn aangewezen als reclamedrager.

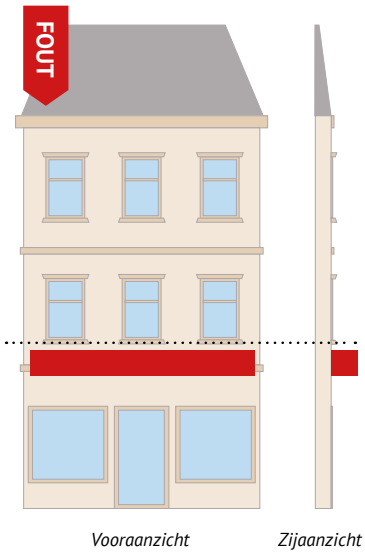
De relatie tussen de reclame en de functie moet voor voorbijgangers duidelijk herkenbaar zijn. Reclame die geen directe verbinding heeft met het gebruik van het pand of terrein wordt ***niet*** toegestaan.

3.2 Gevelreclame (maatvoering)

Gevelreclame moet passen bij de architectuur van het gebouw.

- De maximale hoogte bedraagt 45 centimeter, de lengte maximaal 50 procent van de gevel, met een absoluut maximum van 4 meter.
- De maximale dikte is 15 centimeter.
- Gevelreclame kan bestaan uit losse letters of een lichtbak, mits zorgvuldig vormgegeven en afgestemd op het gevelbeeld.
- Reclame wordt geplaatst onder de ramen van de tweede bouwlaag, tenzij dat in de gebiedsregels anders is bepaald.

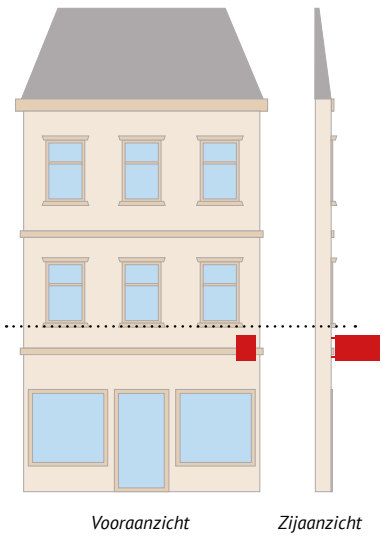




3.3 Uitstekende reclame (uithangbord)

- Kleine uithangborden waarvoor op grond van de APV een vergunning is vereist, zijn toegestaan, mits ze goed zijn ingepast in de gevel.
- De maximale hoogte is 45 centimeter, de uitsteek (incl. constructie) 60 centimeter en de dikte maximaal 15 centimeter.
- Reclame wordt geplaatst onder de ramen van de tweede bouwlaag, tenzij dat in de gebiedsregels anders is bepaald.



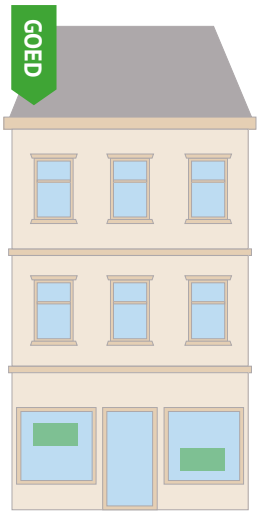


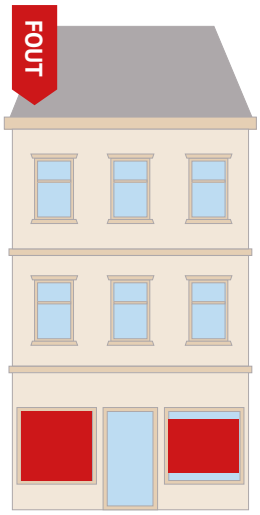
3. Algemene regels *conform hoofdstuk 5*

3.4 Raamstickers

Reclame op ramen mag, maar met mate.

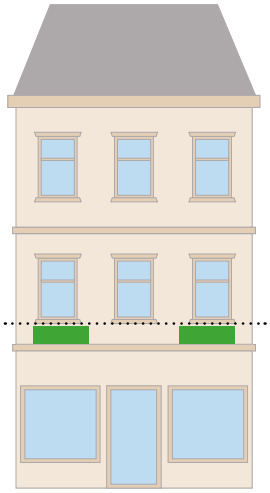
- Per afzonderlijk ruitvlak mag maximaal 20% van het oppervlak worden gebruikt.
- Het zicht door de ruit – van buiten naar binnen en omgekeerd – moet behouden blijven.
- Volledige of grotendeels afdekkende bestickering is ***niet*** toegestaan.
- Bij tijdelijke leegstand is volledige afdekking toegestaan voor maximaal 1 jaar, zonder commerciële boodschap en met behoud van sociale veiligheid.

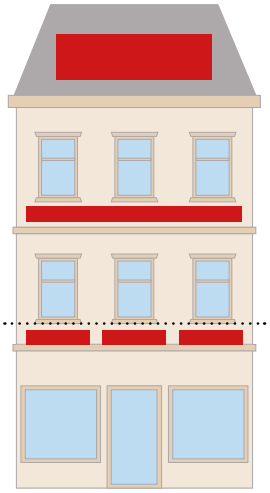




3.5 Geen dakreclame

Op daken is ***geen*** reclame toegestaan, ongeacht hoogte of zichtbaarheid.





3.6 Aantal reclameobjecten per gevel

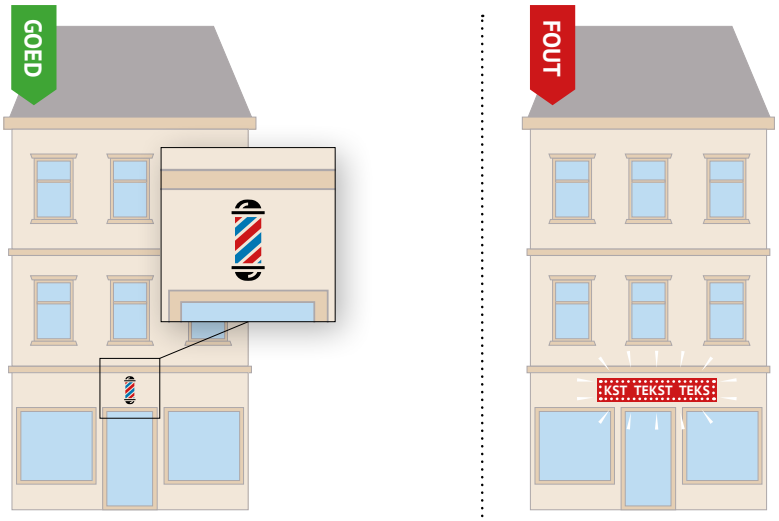
- Per gevelzijde zijn maximaal twee reclameobjecten toegestaan.
- Deze worden onder de ramen van de tweede bouwlaag geplaatst.
- Bij hoekpanden gelden deze regels voor elke gevel aan de straatzijde.

3. Algemene regels

3.7 Opvallende of bewegende reclame

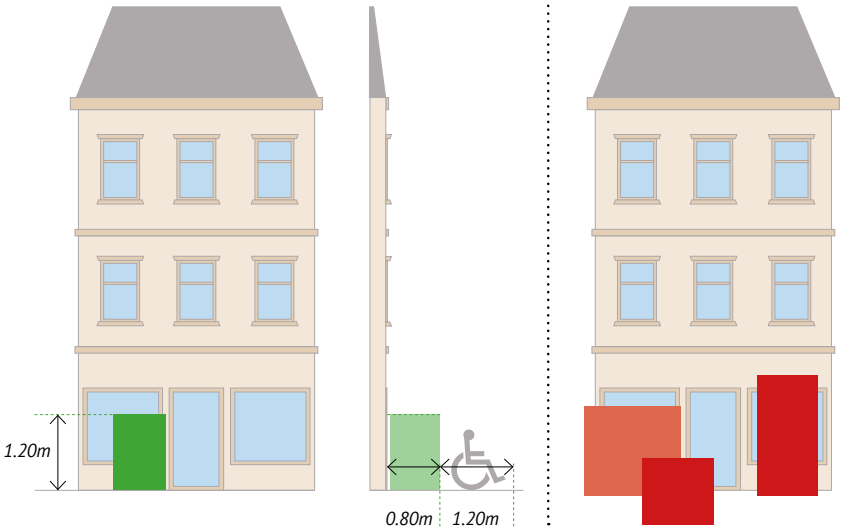
Reclame met knipperende, oplichtende, spiegelende of bewegende onderdelen is ***niet*** toegestaan. Dat geldt voor lichtkranten, digitale animaties, draaiende onderdelen en reflecterend materiaal.

Uitzonderingen zijn mogelijk voor traditionele of functionele elementen die bij het straatbeeld passen, zoals *een klassieke kapperspaal*.



3.8 Uitstallingen

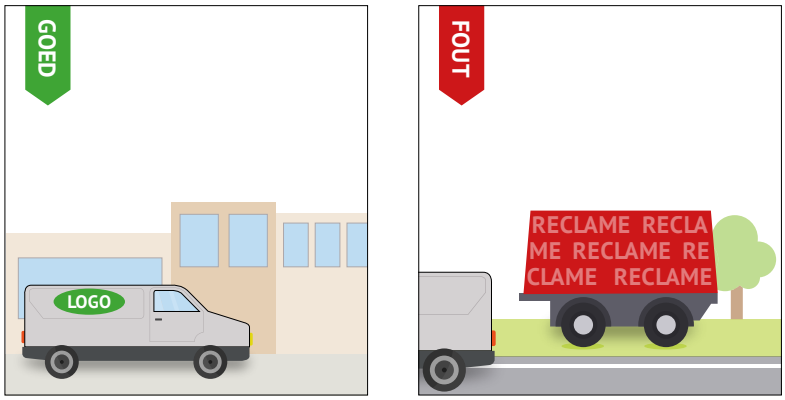
- Reclame-uitingen en uitstallingen die op of aan de weg worden geplaatst, mogen maximaal 80 centimeter uitsteken vanaf de gevel.
- Er moet altijd een vrije doorgang van ten minste 1.20 meter blijven voor voetgangers, rolstoelgebruikers en kinderwagens.
- Uitstallingen mogen maximaal 25 procent van de gevelbreedte innemen, ***niet*** hoger zijn dan 1.20 meter en alleen aanwezig zijn tijdens openingstijden.
- Vaste verankering aan gevel of straat is ***niet*** toegestaan.



3.9 Voertuigreclame

Reclame op voertuigen is toegestaan zolang het voertuig functioneel in gebruik is.

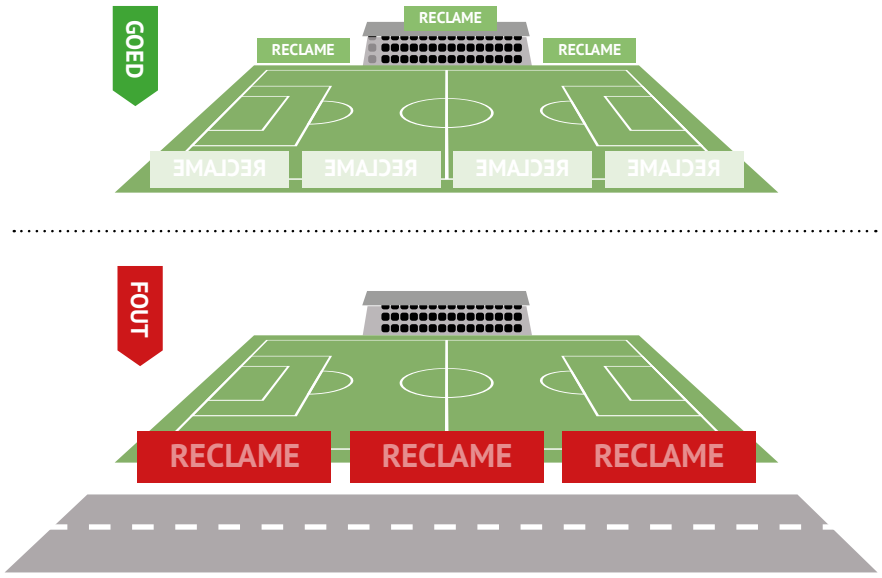
- Voertuigen of aanhangers die langer dan 48 uur op dezelfde plaats blijven staan met het doel om reclame te maken, worden beschouwd als vaste reclameobjecten en zijn ***niet*** toegestaan.
- Rijdende bedrijfswagens, servicebussen of tijdelijk geparkeerde voertuigen vallen hier niet onder.



3. Algemene regels

3.10 Sportaccommodaties

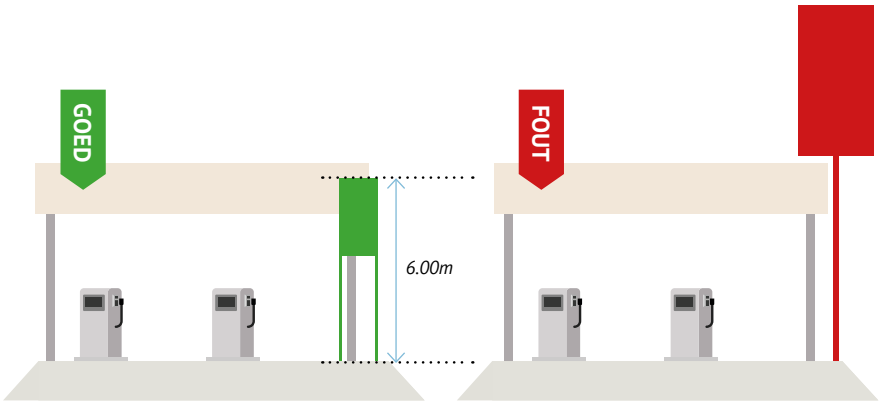
Reclame op sportvelden of sport-accommodaties is alleen toegestaan binnen de perceelgrenzen en moet gericht zijn op het sportterrein. Reclameborden die vanaf de openbare weg zichtbaar zijn maar primair op het sportterrein zijn gericht, zijn toegestaan. Reclame-uitingen die nadrukkelijk gericht zijn op de openbare ruimte zijn niet toegestaan.



3.11 Tankstations

Bij tankstations zijn vlaggenmasten en vrijstaande reclamezuilen toegestaan, mits ze op eigen terrein staan en in verhouding zijn tot het gebouw en de kavelgrootte.

In andere gevallen gelden de gebiedsregels.



3.12 Verlichting en schakeltijden

- Verlichte reclame moet dimbaar zijn en wordt uitgeschakeld om 23.00 uur en niet eerder dan 06.00 uur weer ingeschakeld, tenzij de gemeente anders bepaalt.

- Bij nieuwe of aangepaste verlichte reclame waarvoor op grond van de APV een vergunning is vereist, wordt bij de vergunningsaanvraag een korte toelichting toegevoegd over de lichtsterkte en de manier van aanlichten.

- Alle verlichte reclame moet voldoen aan de richtlijnen van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde (NSVV).

www.nsvv.nl/publicaties/richtlijn-lichthinder-2020

3.13 Onderhoud (reclameobjecten)

Reclameobjecten moeten in goede staat verkeren: schoon, onbeschadigd en volledig.

Beschadigde of verouderde uitingen moeten binnen 30 dagen worden hersteld of verwijderd.

Deze verplichting hoort standaard bij vergunningen en contracten.

4. Gebiedsspecifieke regels *conform hoofdstuk 6*

De gemeente Roermond kent verschillende soorten gebieden, elk met een eigen karakter en ruimtelijke uitstraling.
Het reclamebeleid sluit daarop aan met gebiedsregels die aanvullend zijn op de algemene bepalingen uit hoofdstuk 3.
Deze regels helpen om de beeldkwaliteit per gebied te behouden en te versterken.

In dit hoofdstuk wordt per gebiedstype aangegeven wat mag, wat niet mag en welke uitzonderingen gelden.
De gebiedsindeling is gebaseerd op de ruimtelijke structuur van de gemeente, zoals vastgelegd in het gebiedsprofiel.

4.1 Binnenstad en rijksbeschermde stads- of dorpsgezichten

Reclame in de binnenstad en andere beschermde gebieden moet zorgvuldig en terughoudend worden toegepast. Hier staat de samenhang tussen gevels, historische panden en openbare ruimte voorop. De algemene regels uit hoofdstuk 3 zijn van toepassing, met de volgende aanvullingen:

- **Geen vrijstaande reclamezuilen of vlaggenmasten**
  Deze passen ***niet*** bij het historische karakter van de binnenstad.

- **Uitzondering Stationsplein**
  Voor panden aan de westelijke zijde van het Stationsplein geldt een afwijking op de hoogtebeperking: gevelreclame mag hier ook boven de raamdorpels van de eerste verdieping worden geplaatst, mits deze past bij de architectuur van het pand en ***niet*** digitaal is.



Uitzondering Stationsplein

4.2 Winkelgebieden buiten de binnenstad

Winkelgebieden buiten de binnenstad hebben een meer commercieel karakter, maar blijven onderdeel van het stedelijk beeld.
Reclame is toegestaan volgens de algemene regels, met de volgende aanvullingen:

- **Vlaggenmasten**
  Per locatie zijn maximaal drie vlaggenmasten toegestaan. Ze worden bij voorkeur geplaatst bij de entree of op parkeerterreinen, met een maximale hoogte van 7 meter.



Reclame moet passen bij de schaal van de gebouwen en de inrichting van de omgeving. Overmatige of rommelige reclamebeelden zijn ***niet*** toegestaan.

4. Gebiedsspecifieke regels

4.3 Perifere grootschalige detailhandel

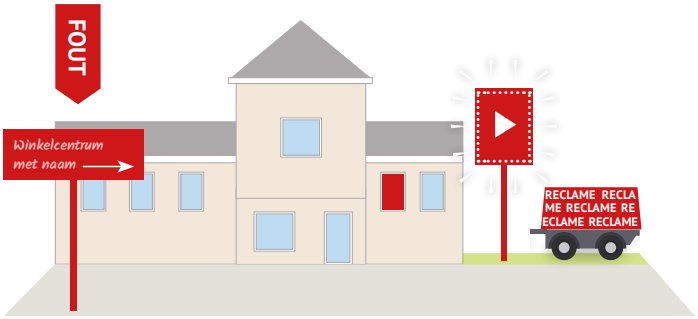
Roermond kent enkele perifere winkelgebieden, waaronder het Designer Outlet Roermond, het BIZ Retailpark en de Huis- en Tuinboulevard.
Deze locaties verschillen van reguliere winkelgebieden door hun schaal en opzet.
Reclame is toegestaan volgens de algemene regels, maar met meer ruimte voor maatvoering, onder de volgende voorwaarden:

- Reclame sluit aan bij de architectuur en ruimtelijke opzet van het terrein.

- Vrijstaande zuilen en gevelvullende reclame zijn toegestaan op eigen terrein, mits goed afgestemd op de schaal van de omgeving.

- Voertuigreclame, zoals beschreven in artikel 3.9, als vaste uiting is ***niet*** toegestaan, ook niet op eigen terrein aan de randen van het gebied.





4.4 Gebieden met gemengde functies

In straten waar wonen en werken naast elkaar voorkomen, is reclame toegestaan volgens de algemene regels, met aandacht voor de inpassing bij aangrenzende woningen.

Reclame moet passen bij de schaal van de bebouwing en mag de woonkwaliteit niet aantasten.





4. Gebiedsspecifieke regels *conform hoofdstuk 6*

4.5 Bedrijventerreinen

Op bedrijventerreinen is functionele reclame toegestaan om bedrijven zichtbaar en vindbaar te maken. De algemene regels zijn van toepassing, met de volgende aanvullingen of verruimingen:

- **Vrijstaande zuilen**
  Toegestaan op eigen terrein, mits goed afgestemd op de schaal van de omgeving.

- **Vlaggenmasten**
  Toegestaan op eigen terrein, bij voorkeur bij de entree of op een parkeerterrein, maximaal 9 meter hoog, maximaal drie masten per perceel.

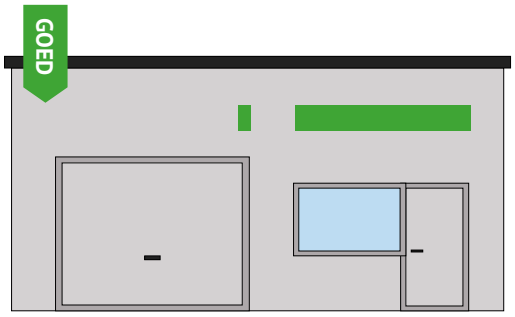
- **Gevelreclame**
  Toegestaan tot 25 procent van het geveloppervlak per gevelzijde die aan de openbare ruimte grenst. Verlichte uitingen zijn toegestaan, maar ***niet*** gericht op woongebieden of visueel kwetsbare plekken.

- **Reclame op erfafscheidingen**
  Niet toegestaan wanneer deze zichtbaar is vanaf de weg.

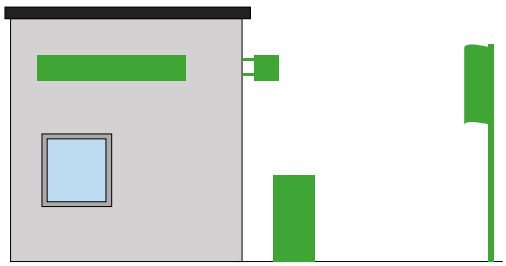
- **Digitale reclame**
  Op kleine bedrijventerreinen zijn maximaal 2 digitale reclameborden toegestaan en op grote bedrijventerreinen maximaal 4. De maximale oppervlakte van het scherm bedraagt per bord 7 m². De borden mogen uitsluitend worden gebruikt voor reclame voor en informatie over de op het bedrijventerrein gevestigde bedrijven.

Reclame aan hoofdentrees of randen van bedrijventerreinen is alleen mogelijk wanneer dit onderdeel is van een vastgesteld omgevingsplan of concessie.

Kleine bedrijventerreinen hebben een omvang tot en met 50 hectare en maximaal 2 entrees. Grote bedrijventerreinen hebben een omvang van meer dan 50 hectare en 3 of meer entrees.

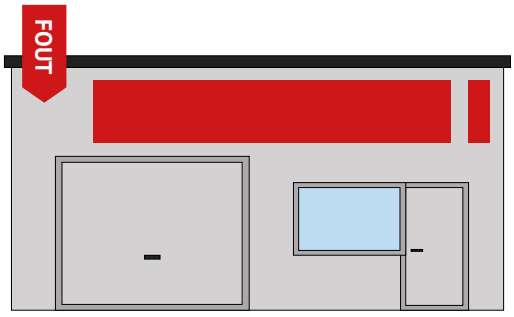


Voorgevel

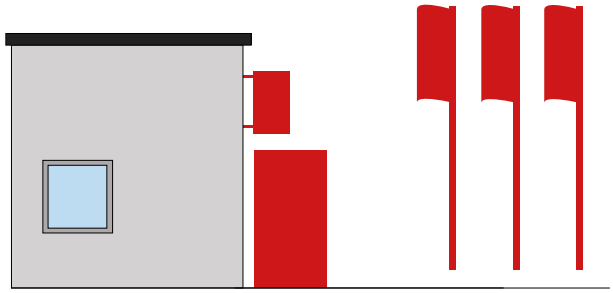


Zijgevel

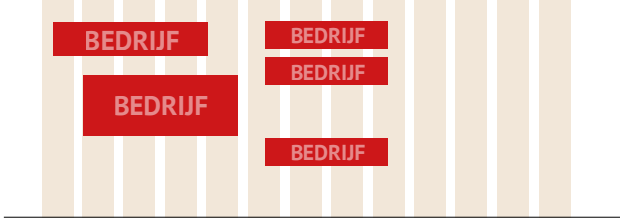




Voorgevel



Zijgevel



4. Gebiedsspecifieke regels *conform hoofdstuk 6*

4.6 Buitengebied

Het deel van de gemeente buiten het stedelijk gebied, waaronder agrarische gronden, natuurgebieden, landschappen en lintbebouwing die niet tot het stedelijk gebied behoren.
In het buitengebied is geen reclame toegestaan. Uitzonderingen gelden alleen voor functionele aanduidingen zonder promotioneel karakter, zoals naamsvermeldingen bij agrarische of recreatieve functies.



- Bewegwijzering en seizoensgebonden aanduidingen zijn toegestaan voor agrarische en recreatieve activiteiten, mits:
  - ***niet*** verlicht,
  - tijdelijk van aard, en
  - ondergeschikt aan het landschap.



- Vrijstaande reclameobjecten, zoals masten, borden of digitale schermen, zijn ***niet*** toegestaan.

- Andere reclamevormen zijn alleen mogelijk als ze specifiek zijn benoemd in een gebiedsprofiel of in een afzonderlijke gemeentelijke regeling.

5. Uitzonderingen onder voorwaarden

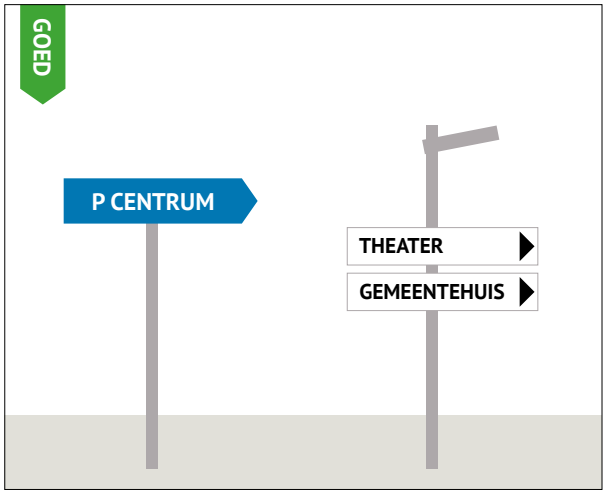
In sommige situaties kan tijdelijke, niet-tijdelijke, commerciële of niet-commerciële communicatie worden toegestaan. Dat kan alleen als de uiting past binnen het publieke belang, geen afbreuk doet aan de ruimtelijke kwaliteit en voldoet aan vooraf afgestemde voorwaarden. Het gaat hierbij om:

- maatschappelijke campagnes,
- culturele aankondigingen, of
- thematische city dressing in de openbare ruimte.

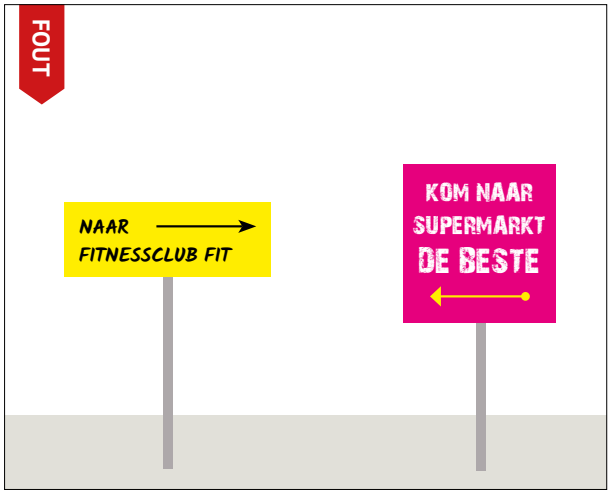
Voor elke toepassing worden uiting, plaatsingsduur en spreiding vooraf afgestemd met de gemeente. Digitale of verlichte reclame is hierbij ***niet*** toegestaan. De voorwaarden hebben onder meer betrekking op formaat, maximale duur, veiligheid, en zorgvuldige plaatsing en verwijdering. Deze afspraken worden vooraf vastgelegd voordat toestemming wordt verleend.

Bewegwijzering en tijdelijke route-informatie
Functionele bewegwijzering, route- of parkeeraanwijzingen worden niet als reclame beschouwd, zolang ze uitsluitend een publiek of praktisch doel dienen en geen commerciële boodschap bevatten.

De gemeente kan toestemming geven voor tijdelijke routeborden of bewegwijzering bij evenementen, werkzaamheden of tijdelijke voorzieningen. Deze uitingen zijn tijdelijk van aard, worden vooraf afgestemd met de gemeente en na afloop verwijderd.



Functionele route-informatie zonder commerciële inhoud (toegestaan).



Routeborden met bedrijfsnamen of reclame-uitingen (***niet*** toegestaan).

6. Afsluiting & begrippen

A0-reclame Reclameposter op A0-formaat, tijdelijk aangebracht in een vaste voorziening in de openbare ruimte.

Abri Bushokje of wachthuisje in de openbare ruimte met ruimte voor reclame-uitingen.

Banner Langwerpig doek dat wordt bevestigd aan gevels, masten of andere dragers. Ook wel aangeduid als banier.

Beeldkwaliteit Visuele en ruimtelijke samenhang tussen reclame, architectuur en omgeving.

Bewegwijzering Een functionele aanduiding of route-informatie die uitsluitend is bedoeld om verkeer of bezoekers te leiden naar voorzieningen, bedrijven of locaties, zonder commerciële of promotionele boodschap.

City dressing Tijdelijke aankleding van de openbare ruimte ter ondersteuning van evenementen of campagnes.

Commerciële (of promotionele) uiting Een uiting, in welke vorm dan ook (tekst, beeld, geluid of een combinatie daarvan), die is gericht op het aanprijzen, promoten of onder de aandacht brengen van goederen, diensten, activiteiten, merken of ondernemingen, met als doel het bevorderen van verkoop, afzet of naamsbekendheid.
Niet als commerciële uiting worden beschouwd:
- uitingen van maatschappelijke, culturele of ideële aard (zoals campagnes van overheden of non-profitorganisaties);
- bewegwijzering of route-informatie die uitsluitend is bedoeld om bezoekers te leiden naar voorzieningen of parkeerlocaties;
- informatieve aanduidingen zonder promotioneel karakter (zoals openingstijden of veiligheidsvoorschriften).

Digitale reclame Reclame die wordt getoond via elektronische schermen, al dan niet met wisselende beelden.

Digitale schermen Elektronische beeldschermen in de openbare ruimte waarop digitale reclame wordt getoond.

Excessenregeling Beleidsonderdeel dat ingrijpen mogelijk maakt bij formeel toegestane maar storende reclame-uitingen.

Gebiedsprofiel Kader waarin per gebiedstype de ruimtelijke uitgangspunten en mogelijkheden voor reclame zijn vastgelegd.

Gevelreclame Reclame die direct op of aan een gevel is aangebracht, zoals losse letters of lichtbakken.

Handboek Dit handboek is een toelichtend document bij het Reclamebeleid Roermond 2026.

Handhavingsaanpak Werkwijze van de gemeente voor toezicht en naleving van de regels uit dit beleid.

Lichtbak Verlichte reclame-uiting in een afgesloten bakvorm, meestal voorzien van folie of opdruk.

Lichtmastreclame Reclame bevestigd aan een openbare lichtmast, meestal in de vorm van een dubbelzijdig bord. Kan verlicht of onverlicht zijn.

Naambord Klein bord met alleen de naam of functie van een persoon of organisatie, meestal bij een entree.

NSVV Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde, die richtlijnen publiceert voor lichttoepassingen.

OOH-reclame Out-of-home reclame in de openbare ruimte, zoals op abri's, lichtmasten of reclamezuilen. Dit kan analoog of digitaal (DOOH) zijn.

Openbare ruimte Alle voor iedereen toegankelijke plekken, zoals straten, pleinen, stoepen en parken.

Raamsticker Reclame-uiting die rechtstreeks is aangebracht op een ruit of ander transparant gevelvlak.

Reclame haaks op de gevel Kleine reclameobjecten die loodrecht op de gevel zijn geplaatst, zoals een lichtbak of uithangbord.

Reclame-uiting Zichtbare promotie van een product, dienst, organisatie of activiteit in of zichtbaar vanaf de openbare ruimte.

Reclamemast Vrijstaand hoog reclameobject, meestal geplaatst langs snelwegen, ringwegen of andere hoofdinfrastructuur.

Reclamezuil Vrijstaand reclameobject op voet of fundering, vaak gebruikt voor naamsvermelding of campagnes.

Straatmeubilair Objecten in de openbare ruimte zoals abri's, informatiezuilen en afvalbakken, met of zonder reclame.

Uitstalling Los voorwerp dat in of direct tegen de openbare ruimte wordt geplaatst voor presentatie, promotie of verkoop, zoals een stoepbord of bloembak.

Vergunningaanvraag Aanvraag voor toestemming, in dit beleid specifiek voor het plaatsen van een reclame-uiting.

Vergunningsplichtige reclame Reclame waarvoor vooraf toestemming van het bevoegd gezag nodig is.

Verlichte reclame Reclame-uiting die door kunstlicht zichtbaar wordt gemaakt, bijvoorbeeld via aanlichting of lichtbakken.

Vlag Textiele reclame-uiting die verticaal of horizontaal wordt bevestigd, bijvoorbeeld aan een vlaggenmast of vlaggenstok

Vlaggenmast Staander met een verticale banier of hangende vlag, bedoeld voor aankondiging of reclame.

Voertuigreclame Reclame op een voertuig dat doelbewust in de openbare ruimte wordt geplaatst om zichtbaar te zijn als reclameobject.