

Gebied 11: Carpoolplek Dokkum

Gebiedsbeschrijving

De locatie ligt aan de zuidkant van Dokkum in de stadsrand. De stadsrand is een open en landschappelijke of parkachtige groene zone rondom Dokkum waar op een enkele plek verdichting kan ontstaan door opgaand groen of een enkel gebouw. De carpoollocatie aan de Lauwersseewei (rondweg) en de Murmerwoudsterweg (een van de hoofdontsluitingswegen van Dokkum) is zo'n locatie waar ruimte is voor een gebouw dat kan worden vormgegeven als markering van de stadsentree, of als een bescheidener gebouw opgaand in de groene stadsrandzone. De carpoollocatie heeft als achtergrond de hoog opgaande beplanting van het Tolhuispark en een (dubbele) groene rand richting Murmerwoudsterweg en de naast gelegen parallelweg.

De stadsrandzone kenmerkt zich door een zeer lage bebouwingsdichtheid (solitaire gebouwen in een groene omgeving) en een bijzondere uitstraling waarbij de sterke vormgeving van de architectuur en de situering van de bebouwing bepalend is. De bebouwing kent een duidelijke individuele uitstraling.

Beleid, waardebeoordeling en ontwikkeling

Het beleid is gericht op het realiseren van een zorgvuldig vormgegeven stadsrand, van een soms brede en soms wat smallere groene landschappelijke overgangszone tussen stad en land. Deze groene omranding van Dokkum is drager voor verschillende activiteiten en functies en incidentele bebouwing die opgaan in of passend zijn tegen de achtergrond van deze groene setting die gezamenlijk de stadsrand van Dokkum vormen.

Welstandsambitieniveau

Voor dit gebied is een bijzonder ambitieniveau van kracht. De nadruk ligt op het respecteren van de bestaande kernkwaliteit van de stadsrand met oog voor het landschap. Incidentele veranderingen worden mogelijk geacht, mits deze respect tonen voor het reeds bestaande kernkwaliteiten van de locatie. Bij het indienen van een bouwplan dient een ontwerp voor de totale inrichting van het terrein te worden overhandigd dat recht doet aan de directe omgeving en het landschap.



Gebied 11: Carpoolplek Dokkum

	Gebiedskenmerken en criteria	Ui	Re	Iv
	Plaatsing			
	De bebouwing staat vooruit geschoven in de stadsrand en hecht zich aan de opgaande structuren langs de Murmerwoudsterweg.		x	
	Clustering van bebouwing is uitgangspunt, bouwwerken zoveel mogelijk aansluiten bij bebouwing.	x		
	Publieksgerichte of representatieve delen vormen het gezicht naar buiten		x	
	Fietsenberging staat vanwege functionele redenen op deze plek, zo dicht mogelijk bij de bushalte.	x		
	Hoofdvorm			
	De massa-opbouw is enkelvoudig en kent een sterk individuele uitstraling.	x		
	De bebouwing is kantig opgezet;	x		
	Ondergeschikte functies en aan- uit- en bijgebouwen zijn zoveel mogelijk geïntegreerd en in ieder geval ondergeschikt		x	
	Aanzichten			
	Er is sprake van een duidelijke gerichtheid op de openbare ruimte (rondweg), met een alzijdige representatieve uitstraling.	x		
	De naar het openbare gebied gekeerde gevels kennen een duidelijke geleiding (bijvoorbeeld door gevelopeningen, accenten in de gevelcompositie en/of materiaaltoepassingen).	x		
	Aan-, uit- of bijgebouwen zijn qua architectuur in samenhang met het hoofdgebouw.	x		
	Opmaak			
	Kleurstelling is ingetogen en zonder sterke contrasten en afgestemd op de ligging aan de rand van het landschap.		x	
	Detailering is zorgvuldig en ondersteunt de architectuur.	x		
	Zeer zorgvuldig samengestelde compositie van materialen en rustige uitstraling.	x		
	Overige			
	Voor reclame-uitingen geldt bescheidenheid, zie objectgerichte criteria reclame-uitingen Carpoolplek.	x		
	Op de perceelsranden zijn uitsluitend groene erfafscheidingen of sloten toegestaan. Uitgangspunt zijn hagen van op de grondsoort passend inheems beplantingsmateriaal, of sloten.		x	
	Voorzieningen zoals onder andere afvalbakken worden opgenomen in het inrichtingsplan/beplantingsplan. De positie van de voorzieningen wordt indien mogelijk afgestemd op/in lijn gebracht met beplanting.	x		
	Opslag is inpandig en wordt meenemen in ontwerp gebouw.	x		
	Op het perceel zelf zijn voorzieningen tbv van de functie (zoals verharding voor parkeren, terrassen, fietsenberging, ed ingepast middels een inpassingsplan			

Beleidsintentie: Ui - Uitgangspunt; Re - Respecteren en interpreteren; Iv - Incidenteel veranderbaar.

OT9. RECLAME-UITINGEN

Wat is het belang van reclame?

Reclame is het in het openbaar aanprijzen van of aandacht vestigen op diensten, goederen, activiteiten of namen met het kennelijk doel een commercieel/ ideëel belang te dienen. Reclames vragen vanuit hun doelstelling aandacht van voorbijgangers en vormen hiermee een beeldbepalend element van de openbare ruimte en het straatbeeld.

Reclame moet bijdragen aan de verlevendiging van de gemeente en niet leiden tot visuele chaos. Te veel reclame leidt er toe dat individuele reclame onopvallend wordt. Reclame moet daarom een passende plaats krijgen, zonder dat er inbreuk wordt gedaan op de zichtbaarheid van andere bedrijven en de beleving van de openbare ruimte.

Wat is de juridische basis voor het reclamebeleid?

Voor het realiseren van reclame-uitingen is in de meeste gevallen een omgevingsvergunning vereist voor de activiteit handelsreclame en in sommige gevallen ook voor de activiteit bouwen. De gemeente kan u informeren over de noodzaak en aard van een vergunningsaanvraag. Wanneer voor het aanbrengen van een reclame-uiting een vergunning moet worden aangevraagd, moet deze voldoen aan de redelijke eisen van welstand. Om dit te beoordelen zijn de criteria in dit hoofdstuk opgesteld.

Welke criteria zijn van toepassing?

Er zijn specifieke welstandscriteria opgesteld voor:

- Reclame in het buitengebied.
- Reclame in de beschermde stads- en dorpsgezichten.
- Reclame voor bedrijventerreinen en bedrijven.
- Reclame voor het Economisch gebied Zuiderpoort.
- Reclame voor de Carpoolplek Dokkum

Welstandsambitie

Het welstandsregime waaronder deze criteria worden toegepast is afhankelijk van het gebiedstype waarin de reclame-uiting wordt toegepast.

Kan worden afgeweken van de reclamecriteria?

Het kan voorkomen dat de reclamecriteria ontoereikend zijn. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn wanneer een aanvraag plaatsvindt in een bijzonder gebied, of wanneer een plan afwijkt van de criteria, of wanneer sprake is van een nieuw type reclame-uiting. Burgemeester en wethouders kunnen dan, na schriftelijk en gemotiveerd advies van de welstandscommissie, afwijken van deze welstandscriteria. Dit wordt aangeduid als zogenaamde hardheidsclausule (zie paragraaf 1.6 van de welstandsnota). Daarbij geldt de stelregel dat de gemeente hogere eisen stelt aan de zeggingskracht en het architectonisch vakmanschap naarmate een bouwwerk zich sterker van zijn omgeving onderscheidt.

Enkele begrippen

- a. **Reclame**
Het in het openbaar aanprijzen van of aandacht vestigen op diensten, goederen, activiteiten of namen met het kennelijke doel een commercieel/ideeel belang te dienen.
- b. **Banieren**
Stuk doek of ander flexibel materiaal waarop een reclame boodschap staat. Het banier is aan de bovenzijde en onderzijde aan een horizontaal bevestigingsstuk vastgemaakt. Dit in tegenstelling tot een vlag, die aan zijn zijkant aan een stok is vastgemaakt.
- c. **Gevelreclame**
De reclame op of aan een gebouw. Hieronder wordt zowel de drager als de uiting begrepen. Hieronder vallen onder andere gevelborden, losse belettering aan de gevel aangebracht en doeken in frames aan de gevel.
- d. **Dakreclame**
Verlichte of onverlichte voorwerpen, aangebracht in goten of op daken van bouwwerken; hiertoe worden ook gerekend beschilderingen van dakvlakken of daarmee vergelijkbare reclamevormen.
- e. **Vrijstaande reclame**
De reclame die niet bevestigd is aan het gebouw/bedrijfspan, vrijstaat in de ruimte, veelal een eigen constructie heeft en een permanente plek. Voorbeelden: reclamebord, reclamezuil of een pylon.
- f. **Reclamezuil**
Elk rechtopstaand (draag)lichaam met een aanmerkelijk grotere lengte dan breedte dat in bouwkundige zin dienst doet als draaglichaam voor reclame-uitingen.
- g. **Lichtreclame**
De reclame voorzien van een kunstlichtbron.
- h. **Aangelichte reclame**
De reclame aangelicht door een kunstlichtbron, anders dan openbare verlichting.
- i. **Raamreclame**
Reclame welke op een raam is aangebracht, bijvoorbeeld stickers of plakletters.
- j. **Volant**
Een strook onderaan de voorzijde van een zonnescherf of markies, vaak in hetzelfde patroon als het zonnescherf zelf.

k. Gevel

Gevel wordt in deze welstandscriteria gezien als “aanzicht”. Elk gebouw heeft in totaal 4 - haaks op elkaar staande - aanzichten (de naar de ontsluitingsweg gekeerde zijde, de hier haaks op staande zijden en een achterzijde).

l. Voorerf

Het erf voor de voorgevel van een gebouw en het verlengde daarvan. De uitstallingenstrook voor de winkels in de binnenstad van Dokkum is geen voorerf.

m. Voorgevel

De naar de weg gekeerde gevel van een gebouw. Indien een perceel met meer dan één zijde grenst aan een weg, gaat het om de gevel die is gericht naar de ontsluitingsweg. In deze gevel bevindt zich vaak de hoofdingang.

n. Voorgevellijn

De lijn die evenwijdig aan/door de voorgevel loopt tot aan de perceelsgrens.

o. Pand/bedrijfspan

Het hoofdgebouw van het bedrijf.

R5. Reclamecriteria Carpoolplek

Gebiedsafbakening

Deze welstandscriteria gelden voor reclame-uitingen en verwijsborden op de carpoolplek. Zie gebiedsafbakening op p.1.

Artikel 1 Algemene regels

1. Reclame wordt in het ontwerp van het gebouw meegenomen.
2. Reclame-uitingen staan in verhouding tot elkaar, de grootte en architectuur van het bedrijfspand. Het totaal aan reclame-uitingen is in balans.
3. Reclame past in de omgeving en bij het gebouw. Hierbij wordt gekeken naar plaatsing, afmetingen, vormgeving, kleurstelling, materiaalgebruik en detaillering.
4. Op of bij een gebouw wordt alleen reclame gemaakt voor het bedrijf en de bedrijfsactiviteiten die ter plekke worden uitgeoefend.
5. Reclame-uitingen op en bij een bedrijf worden op elkaar afgestemd. Dit geldt ook als er meerdere ondernemingen in hetzelfde gebouw zijn gehuisvest.
6. Reclame is weerbestendig en wordt deugdelijk onderhouden (bijvoorbeeld: kapotte vlaggen worden vervangen en hetzelfde geldt voor verkleurde reclameborden).
7. Bewegende reclame, daglichtreflecterende reclame, lichtcouranten, lichtreclame met veranderlijk of intermitterend (knipperend) licht en lichtprikkabels ed zijn niet toegestaan.
8. Reclame is geen belemmering voor de verkeersdeelnemers en heeft geen nadelige invloed op de verkeersveiligheid.
9. Lichtreclame en verlichting van aangelichte reclame mag branden van 07.00 uur tot 22.00 uur. Indien de openingstijden ruimer zijn, kunnen de openingstijden worden aangehouden. Van 22:00 - 7:00 dient rekening gehouden te worden met de kwaliteit "donkerte" van de gemeente. Zie ook volgende punt.
10. Voor de gevels die grenzen aan het buitengebied geldt dat de luminescentie van lichtreclame en aangelichte reclame wordt beperkt. De lichtuitstraling mag niet als onevenredig storend worden aangemerkt.
11. De voorkeur gaat uit naar energiezuinige verlichting.
12. Zonwering met reclame-uitingen zijn niet toegestaan.

Artikel 2 Gevelreclame

1. Reclame bevestigd aan de gevel staat in verhouding tot de afmetingen van het bedrijfspand en de betreffende gevel. Dit houdt in dat de reclame in de architectuur van het gebouw past.
2. Reclame wordt binnen het gevelvlak aangebracht. Als gevelrand wordt aangemerkt de zijdelingse begrenzing van de gevel en de dakrand.
3. De voorkeur gaat uit naar losse belettering. Dit omdat de gevel op deze wijze het meest herkenbaar blijft. Hierdoor is het beter mogelijk om de reclame te integreren in de architectuur van het gebouw.
4. Afhankelijk van de grootte van de gevels en de reclame-uiting kan er meer dan Maximaal 1 gevelreclame per gevel worden toegestaan. Als gekozen wordt voor meerdere reclame-uitingen aan de gevel, dan gaat de voorkeur uit naar maximaal 2 gevelreclame-uitingen op de voorgevel en 1 op de overige gevels.
5. De algemene regels, opgenomen in artikel 1, zijn van toepassing op gevelreclame.

Artikel 3 Vlaggen

1. Er zijn maximaal 3 losstaande vlaggenmasten per bedrijf toegestaan. Vlaggen aan de gevel zijn niet toegestaan.
2. Vlaggenmasten staan op een afstand van minstens 2 meter vanaf de zijdelingse perceelsgrens.
3. Vlaggenmasten worden maximaal 4 meter achter de voorgevellijn van het bedrijfspannend geplaatst.
4. Indien er gekozen wordt voor meerdere vlaggenmasten, dan:
 - worden deze gegroepeerd;
 - zijn de vlaggenmasten en de vorm van de vlaggen per bedrijf uniform.
5. Er kan afgeweken worden van het bepaalde in artikel 5, lid 1, 2, 3 en 4 als de plaatsing en de vlaggenmasten passen bij de architectuur van de voorgevel, de inrichting van het terrein en de omgeving.
6. De hoogte van een vlaggenmast wordt gerelateerd aan het gebouw en de omgeving. De hoogte van de vlaggenmast is maximaal 9 meter.
7. De algemene regels, opgenomen in artikel 1, zijn van toepassing op vlaggen.

Artikel 4 Vrijstaande reclame

1. Er is één vrijstaande welkomstbord toegestaan bij entree perceel en 1 verwijsmast. Vlaggenmasten worden hierbij niet meegerekend.
2. Het welkomstbord en de verwijsmast staan op een afstand van minstens 2 meter vanaf de zijdelingse perceelsgrens.
3. Het welkomstbord en de verwijsmast bevinden zich op het eigen perceel, maximaal 4 meter achter de voorgevellijn.
4. De afmetingen van het welkomstbord en de verwijsmast worden afgestemd op het gebouw en de omgeving. De verwijsmast heeft een maximum hoogte van 6 meter. Het welkomstbord heeft een hoogte van maximaal 4,5 meter.
5. Het welkomstbord en de verwijsmast zijn aan beide zijden netjes afgewerkt (geen stellages zichtbaar).
6. De algemene regels, opgenomen in artikel 1, zijn van toepassing op vrijstaande reclame.

Artikel 5 Raambelettering en raamreclame

1. Raambelettering en raamreclame staan in verhouding tot het raam en de gevel waarop ze worden aangebracht. De reclame tast de architectuur van het gebouw niet aan.
2. De algemene regels, opgenomen in artikel 1, zijn van toepassing op raambelettering en raamreclame.

Artikel 6 Overgangsbepaling

1. Nieuwe reclame moet aan deze welstandscriteria voldoen.
2. Reclame die bij het van kracht worden van deze welstandscriteria aanwezig is en aangebracht conform de toepasselijke bepalingen uit de Woningwet en de APV, mag blijven bestaan.
3. Voor nieuwe reclame, aangebracht op bestaande reclametoestellen, moet een nieuwe vergunning worden aangevraagd. De vergunningaanvraag zal dan worden getoetst aan deze welstandscriteria. Dit geldt ook voor nieuwe reclame ter vervanging van bestaande reclame.

