

Gemeente Capelle aan den IJssel
T.a.v. Burgemeester en Wethouders
Postbus 70
2900 AB Capelle aan den IJssel

(p.oskam@capelleaandenijssel.nl,
m.struijvenberg@capelleaandenijssel.nl)

Datum: 22 juni 2020

Betreft: Bezwaarschrift omgevingsvergunning reclame Carwash (uw kenmerk: 1123062 / 20200092)

Geacht college van Burgemeester en Wethouders,

Dit is een bezwaarschrift inzake de op 13 mei 2020 verleende omgevingsvergunning (uw kenmerk: 1123062 / 20200092) voor de permanente reclame bij de carwash aan de Barckalaan 20 in Fascinatio (**bijlage 1**).

Samengevat betreffen de bezwaren:

1. Onjuiste, onvolledige, inconsistente, onduidelijke en onzorgvuldige motivering en strijdigheid met gemeentelijke nota's
2. Strijdigheid met de APV 2009 (redelijke eisen van welstand en overlast)
3. Er is sprake van een exces (de Excessenregeling)
4. Misleidende artist impressions van aanvrager en misleidende beelden op wijwillendit.nl
5. Misleidende informatie voor belanghebbenden door het "losknippen" van diverse vergunningen
6. Mondelinge en niet gedocumenteerde toezeggingen zijn achtergehouden voor belanghebbenden
7. Bewust accepteren van afwijkingen met nota's en bewust negeren van meldingen door bewoners
8. Onduidelijkheid inzake publicatie van aanvragen en intrekkingen
9. Dossier verstrekt ten behoeve van inzage was onvolledig t.a.v. de maatvoering van de reclame
10. Maandenlange illegale plaatsing van reclame en uitblijven van (zichtbaar) handhavend optreden

Hieronder wordt nader op de bezwaren ingegaan.

1. Onjuiste, onvolledige, inconsistente, onduidelijke en onzorgvuldige motivering en strijdigheid met gemeentelijke nota's

De motivering van de vergunning is op diverse gebieden onjuist, onvolledig, inconsistent, onduidelijk en onzorgvuldig. Tevens is er sprake van strijdigheid met gemeentelijke nota's.

1a. Afwijkingen vereisten in de Nota Beeldkwaliteit 2017

In de vergunning is geen motivering opgenomen ten aanzien van het afwijken van de specifieke vereisten in de Nota Beeldkwaliteit 2017 (**bijlage 2**). Dit is onzorgvuldig en leidt tot een onterecht afgegeven vergunning.

In de Basiscriteria van deze nota is aangegeven: "*Reclames zijn ondergeschikt aan en afgestemd op het gevelontwerp*"¹. Dat de vergunde reclames niet ondergeschikt zijn aan het gevelontwerp en niet zijn afgestemd op het gevelontwerp blijkt uit **bijlage 3** (zijde Van Beethovenlaan), **bijlage 4** (zijde Van Rijckevorselweg) en **bijlage 5** (zijde Barckalaan/Onacklaan). Door de kolossale afmetingen, de plaatsing op het dak aan de zijde Van Beethovenlaan² en de inconsistentie tussen de plaatsing aan de zijde Van Rijckevorselweg en Van Beethovenlaan is en kan van ondergeschiktheid en afstemming geen sprake meer zijn.

Daarnaast is in deze nota bij de criteria voor Bedrijven en Kantoorlocaties aangegeven "*Bij nieuwbouw worden reclames, rolluiken en installaties meeontworpen*"¹. De omgevingsvergunning voor de bouw van het pand is afgegeven op 11 januari 2018 (**bijlage 6**). In deze vergunning, van bijna tweeëneenhalf jaar oud, is niet de vergunning voor de reclame meegenomen, die ligt nu voor. Ook aan dit vereiste is derhalve niet voldaan.

Het vereiste van mee-ontwerpen is logisch. Het voorkomt onverwachte toevoegingen aan panden waarmee bewoners, bedrijven en andere belanghebbenden van het begin af aan rekening mee hadden moeten kunnen houden. Bijvoorbeeld bij hun overweging om al dan niet bezwaar aan te tekenen tegen de bouw van een pand.

¹ Nota Beeldkwaliteit 2017, pagina 21 (**bijlage 2**)

² Bovendien met een hoogte van 1 extra verdieping

Het is niet redelijk en billijk – zelfs misleidend - om bewoners, bedrijven en andere belanghebbenden in een later stadium te confronteren met toevoegingen die niet direct zijn mee-ontworpen. Zeker gezien het feit dat zelfs de gemeentelijke nota's hier duidelijk over zijn.

Conclusie: De oorspronkelijke vergunning is bijna tweeëneenhalf jaar oud. Op basis van de vereisten in de Nota Beeldkwaliteit 2017 is de reclame bij de carwash niet meer toegestaan. Daarnaast is er geen sprake van ondergeschiktheid en afstemming op het gevelontwerp. Deze vergunning is ten onrechte verleend.

1b. Afwijkingen van de nota buitenreclame 2015: reclame-arme zone

De Barckalaan is binnen de Nota Buitenreclame 2015 onderdeel van een reclame-arme zone (**bijlage 7**). Dit is logisch gezien de nabijheid van woningen en het feit dat dit gedeelte van de wijk een "parkachtige omgeving" zou worden volgens het Beeldkwaliteitsplan 1999 (**bijlage 8**).

Voor een reclame-arme zone geldt: "[...] *In deze zone is geen reclame toegestaan (voor bedrijven aan huis gelden strikte regels)* [...]". Ter plaatse van de carwash is derhalve geen reclame toegestaan.

Het Q-team stelt ten onrechte het volgende: "[...] *Deze zone wordt in deze Nota abusievelijk aangegeven als een reclame-arme zone (woongebied), maar het is evident dat dit geen woongebied is maar een bedrijventerrein. Deze zone moet dan ook worden gezien als een 'reclamezone- bedrijventerrein' zoals beschreven in de Nota Buitenreclame 2015.* [...]".

Dat deze stelling onjuist is blijkt uit diverse teksten uit de nota buitenreclame 2015 (**bijlage 9**):

"[...] *Wat op een bedrijventerrein past, kan een ernstige verstoring zijn in een woonwijk of een beschermd dorpsgezicht* [...]"; **en**

"[...] *Bedrijfsterreinen kenmerken zich door een combinatie van kantoren, productiebedrijven en eventueel grootschalige winkelbedrijven (groothandel, autobedrijven, bouwmarkten). Het bedrijfengebied onderscheidt zich door zijn schaal, zijn functies en de wijze waarop het gebied ervaren wordt.* [...]"

Dat de ingang van de woonwijk Fascinatio met op circa 50 meter afstand woningen met uitzicht op de carwash niet als bedrijventerrein gezien kan en mag worden is evident. Uit de nota buitenreclame 2015 blijkt ook dat alle woongebieden reclame-arm zijn, maar ook dat niet alle reclame-arme zones woonwijken zijn. Dat er abusievelijk een fout zou zijn gemaakt is ons nergens uit gebleken.

Daarnaast kan de gemeente zich niet enerzijds, waar het haar uitkomt, beroepen op de juistheid van de Nota buitenreclame 2015 terwijl zij tegelijkertijd ook de onjuistheid ervan aanvoert.

Conclusie: De vergunning voor de reclame is ten onrechte verleend, daar hier sprake is van een reclame-arme zone.

1c. Afwijkingen van de nota buitenreclame 2015: overige aspecten

In de vergunning is geen enkele verwijzing naar de gedetailleerde bepalingen en eisen van de Nota Buitenreclame 2015 opgenomen. Dit terwijl hoofdstuk 5 de gedetailleerde vereisten van reclame bevat en bijlage 3, de "Wegwijzer reclame", een samenvatting geeft van deze vereisten. Dit is extra bijzonder daar door het Q-team expliciet wordt aangegeven dat de reclame zelf niet geheel voldoet en de wijze van aanbrengen niet voldoet (**bijlage 10**). Dat het Q-team vervolgens alsnog akkoord gaat met de reclames is dan ook onbegrijpelijk. Vereisten uit gemeentelijke nota's worden gebagatelliseerd en afwijkingen, worden zonder voldoende motivering, afgedaan en toegestaan.

Hieronder wordt nader ingegaan op de bevinding van het Q-team (**bijlage 10**):

"[...] *Het voldoet niet geheel aan de nota buitenreclame, maar wel aan de hoofdlijnen van reclamebeleid* [...]".

De hoofdlijnen van het reclamebeleid van de gemeente zijn beschreven in hoofdstuk 1 van de Nota Buitenreclame 2015 (**bijlage 11**). Van schaal, sfeer, evenwicht, eenvoud, soberheid, toegevoegde waarde aan de openbare ruimte of het beeld van de stad is bij de reclame van de carwash geen sprake meer. Van "binnen redelijke grenzen reclame kunnen voeren" is ook geen sprake meer. Deze reclame geeft overlast voor de omgeving (**bijlagen 3, 4 en 5**).

De conclusie van het Q-team luidt (**bijlage 10**):

"*De wijze van reclame aanbrengen voldoet niet aan het reclamebeleid, maar past wel in de architectuur van het gebouw en voldoet aan de redelijke eisen van welstand.*"

De reclame past niet binnen de architectuur van het gebouw. Dit blijkt ook voldoende uit **bijlagen 3, 4 en 5**. Los van het feit dat dit voor iedere niet-deskundige evident is, wordt dit tevens bevestigd door de inconsistentie tussen de reclames aan de Van Beethovenlaan en de Van Rijckevorselweg.

Aan de zijde Van Rijckevorselweg eist het Q-team namelijk dat de gevelreclame van het midden wordt verplaatst naar de linkerbovenhoek. Het argument hierbij is “[...] De reclame aan de zijde van de Abram van Rijckevorselweg (AVR) wordt verplaatst naar de linker bovenhoek van de gevel. Hierdoor gaat het meedoen in de gevelcompositie van stroken die de groene massa doorbreken [...]” (**bijlage 10**).

De dakreclame, welke dissonant is, een onnodige en niet noodzakelijke verhoging van het pand betekent, die storend is voor de omgeving en puur een commercieel belang dient, hoeft niet verplaatst te worden. Dit is niet in verhouding en niet consistent. Deze dakreclame doet totaal niet mee in de gevelcompositie (staat als grote bak los op het dak), verstoort de compositie en doorbreekt de groene massa niet. De dakreclame kan dus nooit voldoen aan de redelijke eisen van welstand. Het eisen van een verplaatsing van het midden naar de linkerbovenhoek kan nimmer zwaarderzamer zijn dan een nog grotere reclame via een dakopbouw. De inconsistentie tussen de reclame aan de Van Rijckevorselweg en de Van Beethovenlaan blijkt uit **bijlage 12**.

De horizontale strepen van oranje verlichting onder de dakreclame en achter het raam, zoals te zien op de artist impression (**bijlage 12, afbeelding 3**), is storend, niet noodzakelijk en mag niet worden gebruikt.

Dat een verandering van een dakreclame naar een gevelreclame een veel beter, rustiger, acceptabeler en consistenter beeld geeft, architectonisch en qua compositie, blijkt uit de artist impressions zoals opgenomen in **bijlage 13 en 14**. Dit leidt tot minder overlast en hinder voor de woningen aan de Onacklaan met uitzicht op de “dakopbouw reclame”, verbetert het uitzicht voor bewoners van de Onacklaan en geeft een beter aangezicht van één van de slechts 2 ingangen van de wijk. Dat de wijziging naar gevelreclame ook een veel consistenter beeld geeft van de compositie van het pand als geheel blijkt uit de artist impressions in **bijlage 15**.

Ten aanzien van het aantal reclame-uitingen, de omvang en grootte wijzen wij u op de diverse vereisten en aanwijzingen uit de nota buitenreclame 2015 (**bijlage 16**):

- [...] Mega reclames, in ieder geval om formaten van 10m2 of groter [...]
- [...] alleen op bedrijventerreinen [...]
- [...] bijdrage aan het stadsbeeld, past binnen de architectuur, mag niet sterk overstralen [...]
- [...] maximaal één per gebouw [...]
- [...] Rondom reclame een rand van 10% van de breedte van de gevel vrijhouden [...]
- [...] Elke aanduiding van commerciële en niet- commerciële aard [...]
- [...] Direct relatie met de gekozen situering, afmetingen en kleur afgestemd op de directe omgeving [...]
- [...] Niet groter dan voor de leesbaarheid noodzakelijk [...]
- [...] Geen afbreuk aan de architectuur [...]
- [...] Beperkt tot het hoogst noodzakelijke [...]
- [...] Kwaliteit van het straatbeeld, afgestemd op de architectuur van de omgeving [...]
- [...] Positieve bijdrage aan het straatbeeld [...]
- [...] Levert een bijdrage aan het straatbeeld [...]

Aangezien de gemeente heeft nagelaten de toetsing gedetailleerd vast te leggen is niet vast te stellen aan welke vorm van reclame de gemeente heeft getoetst. Het moge duidelijk zijn (**bijlagen 3, 4 en 5**) dat de vergunde reclames niet aan bovenvermelde aspecten voldoen, ongeacht onder welk type reclame –gevelbedekkend, reclame op het dak of reclame op/aan de gevel– (**bijlage 16**) deze vallen.

Conclusie: De vergunning bevat motiveringsgebreken en onzorgvuldigheden. De reclames zijn niet consistent, er is een te groot aantal reclames vergund, de reclames passen niet binnen de architectuur, leveren geen positieve of kwalitatieve bijdrage leveren aan het stads- en straatbeeld, de situering, afmetingen, hoogte en kleuren zijn niet afgestemd op de directe omgeving, de reclames zijn groter dan voor de leesbaarheid noodzakelijk en zijn niet beperkt tot het hoogst noodzakelijke. De reclames dienen derhalve te worden verwijderd. De dakreclame aan de Van Beethovenlaan dient minimaal te worden verlaagd tot een gevelreclame en aan de zijde Barckalaan/Onacklaan dient deze tenminste onverlicht te blijven.

2. Strijdigheid met de APV 2009 (redelijke eisen van welstand en overlast)

De reclames zijn strijdig met de APV 2009 aangezien deze niet binnen de redelijke eisen van welstand vallen en overlast veroorzaken voor gebruikers van nabijgelegen onroerende zaken.

2a. Strijdigheid met de redelijke eisen van welstand

In artikel 3.6 van de nota buitenreclame 2015 (zie de afbeelding hieronder) zijn de welstandseisen van reclame-uitingen opgenomen.

3.6 Welstand
In het algemeen geldt dat reclame-uitingen alleen aanvaardbaar zijn indien zij een directe relatie hebben met de gekozen situering, de afmetingen en kleuren afgestemd zijn op het karakter van de directe omgeving en zij niet groter zijn dan voor een goede leesbaarheid voor de situering noodzakelijk is.
De reclame-uitingen dienen qua afmeting en plaatsing op de gevelopzet afgestemd te worden. De in deze Nota Buitenreclame opgenomen maximum maten dienen in dit licht gezien te worden; er zullen zich situaties voordoen waarbij ook deze maximum maten de welstand nog te zeer zullen verstoren.

Afbeelding 1: welstandseisen uit de nota buitenreclame 2015

In onderstaande tabel wordt weergegeven of aan deze eisen is voldaan:

Nr	Welstandseis	Voldaan?	Toelichting
1	Zij een directe relatie hebben met de gekozen situering		De situering is bij de ingang van een belangrijke ingang van een woonwijk in de nabijheid van woonhuizen met uitzicht op de reclame.
2	De afmetingen en kleuren afgestemd zijn op het karakter van de directe omgeving		Zie toelichting ad 1.
3	Zij niet groter zijn dan voor een goede leesbaarheid voor de situering noodzakelijk is.		De vergunde reclames zijn vele malen groter dan voor een goede leesbaarheid noodzakelijk. Ten aanzien van de situering is een grote reclame ook niet vereist, de grootste carwash van Europa valt ook zonder reclame voldoende op. Aan de Onacklaan/Barckalaan (woonwijkzijde) is geen reclame nodig. Een eenvoudig bord "ingang", "uitgang" zou volstaan. Bezoekers weten immers dat ze een carwash bezoeken. Bij andere bedrijfspanden in Fascinatio werd volstaan met een eenvoudig bord bij de entree (bijlage 30).
4	De reclame-uitingen dienen qua afmeting en plaatsing op de gevelopzet afgestemd te worden.		De reclames zijn buitensporig groot en verstoren een te groot deel van de gevel. De reclame op het dak is volledig dissonant, afwijkend, inconsistent, buitensporig en excessief.
5	De in deze Nota Buitenreclame opgenomen maximum maten dienen in dit licht gezien te worden;		Zie toelichting ad 4.
6	Er zullen zich situaties voordoen waarbij ook deze maximum maten de welstand nog te zeer zullen verstoren.		De maten zijn reeds overschreden en in deze situatie is de reclame buitensporig en excessief.
7	Het toepassen van losse letters en aanlichten van reclameteksten verdient de voorkeur boven het toepassen van lichtbakken.		Alhoewel er sprake is van losse letters is er geen sprake van aanlichten (van afstand) maar van verlichte letters.
8	Merkreclames zijn alleen denkbaar indien het bedrijf slechts één product voert; te denken valt bijvoorbeeld aan een autodealer. Dit om een wildgroei aan reclame-uitingen te voorkomen.		De aanvraag/vergunning betreft 4 permanente reclame-uitingen. Daarnaast staan op het terrein momenteel 3 mobiele reclames (bijlage 29). Deze combinatie kan als wildgroei worden aangemerkt. Eén reclame zou afdoende moeten zijn.

Conclusie: De vergunde reclames zijn in alle opzichten strijdig met de redelijke eisen van welstand.

2b. Overlast voor omwonenden en afbreuk aan woon- en leefklimaat voor de wijk

De carwash in geheel, maar zeker met de reclames, levert overlast en schade op voor direct omwonenden en de wijk als geheel. Voor direct omwonenden is het (uit)zicht op de reclames storend. Hierbij dient voornamelijk te worden gedacht aan de opbouw aan de Van Beethovenlaan (hoogte, grootte en verlichting) en aan de Barckalaan / Onacklaan (grootte en verlichting). Vanaf de balkons, vanuit woonkamers en vanuit andere ruimten in huis is de storende reclame zichtbaar. Ook 's avonds is de verlichting storend. Dat de reclame ruim binnen de grenzen van de "Caapse Hoek" valt, en dus zichtbaar is in woonruimten, wordt duidelijk in **bijlage 17, afbeelding 1**. Daarnaast toont afbeelding 2 van **bijlage 17** het storende effect aan van de reclames vanaf balkons en vanuit woonkamers aan de Onacklaan. Ook uit de artist impressions van de aanvrager (**bijlage 14, afbeelding 1**) blijkt duidelijk dat uitzicht-, en aanzicht bederf ontstaat voor de achterliggende appartementencomplexen.

Voor de reclame aan de Van Rijckevorselweg geldt overigens dat deze naar verwachting niet tot directe overlast voor omwonenden zal leiden, los van het feit dat deze ook daar niet is toegestaan en om onbegrijpelijke redenen volgens het Q-team 'de hoek om moet gaan'.

Voor de wijk als geheel is het woon- en leefklimaat in het geding. In het bijzonder, en in geval van dit bezwaar ten aanzien van de reclame, geldt dat de carwash zich bij één van de slechts twee ingangen van de wijk bevindt. De hoogte, grootte en gevoerde verlichting bij de reclames doet afbreuk aan het woon- en leefklimaat. De entree van de wijk verwordt tot een industriezone, een uitstraling die een nieuwbouwwijk, gebaseerd op het sprookjesboek van Tom Manders jr., niet waardig is. Door de gemeente is hiermee in geen enkel opzicht rekening gehouden. Bewust wordt de overtreding van eigen nota's genegeerd en goedgepraat.

Uit niets blijkt dat de gemeente op enigerlei wijze rekening heeft gehouden met de gevolgen voor wijkbewoners en andere belanghebbenden.

Conclusie: De reclames bij de carwash kunnen niet worden toegestaan in verband met de veroorzaakte overlast en de afbreuk van het woon- en leefklimaat van de wijk Fascinatio. Ook om deze reden is deze vergunning ten onrechte verleend.

3. Er is sprake van een exces (de Excessenregeling)

In de Excessenregeling (**bijlage 18**) staat als definitie van een exces vermeld:

"[...] Buitensporigheden in het uiterlijk, die ook voor niet-deskundigen evident zijn [...]"

Aanvullend is in de regeling opgenomen:

"[...] te opdringerige reclames of reclames die een grove inbreuk maken op wat in de omgeving gebruikelijk is [...]"

Conclusie: Het is evident dat de reclames bij de carwash als exces dienen te worden aangemerkt en derhalve niet zijn toegestaan.

4. Misleidende artist impressions van aanvrager en misleidende beelden op wijwillendit.nl

De door aanvrager aangeleverde artist impressions voor de verlichting van de reclame geeft een onjuist beeld en is daarom misleidend. Afbeelding 1 van **bijlage 19** toont de artist impression, afbeelding 2 van **bijlage 19** toont een foto van de werkelijke situatie. Op de artist impression lijkt de verlichting uit de woningen feller dan die van de reclame. Dat de werkelijke situatie precies andersom is wordt duidelijk zichtbaar in afbeelding 2.

Dit onjuiste beeld is ten onrechte niet door de gemeente onderkend.

Op dit moment wordt op de website van de gemeente Capelle aan den IJssel (www.wijwillendit.nl) de carwash nog steeds gepresenteerd zonder reclame (zie **bijlage 20**). Dit duidt er enerzijds op dat aan potentiële bezwaarmakers, bewoners van de wijk, bedrijven in de wijk en eventuele andere belanghebbenden een onredelijk, misleidend, beeld wordt geschetst. Anderzijds toont dit aan dat de reclame niet (tijdig) is meentworpen en geen onderdeel was van de omgevingsvergunning voor de bouw van het pand.

Conclusie: Het alsnog toevoegen van reclame, zeker in deze omvang en gezien het stadium van het proces³ en de bouw, is niet redelijk en billijk ten opzichte van bewoners van de wijk, bedrijven in de wijk en eventuele andere belanghebbenden.

³ Bijna tweeëneenhalf jaar na de oorspronkelijke vergunning voor de bouw van het pand (**bijlage 6**).

5. Misleidende informatie voor belanghebbenden door het “losknippen” van diverse vergunningen

De vergunning voor de reclames is ‘losgeknipt’ van de vergunning voor de bouw van het pand en het aanleggen van de inritten. Dit veroorzaakt onduidelijkheid richting bewoners, bedrijven en andere belanghebbenden. Zoals tevens aangegeven onder paragraaf 1a is het niet redelijk en billijk – zelfs misleidend - om bewoners, bedrijven en andere belanghebbenden in een later stadium te confronteren met toevoegingen die niet direct zijn meeworpen. Zeker niet als zelfs gemeentelijke nota’s hier duidelijk over zijn.

Conclusie: Vergunningen dienen integraal te worden opgesteld en verleend. Het alsnog toevoegen van reclame, zeker in deze omvang en gezien het stadium van het proces⁴ en de bouw, is niet redelijk en billijk ten opzichte van bewoners van de wijk, bedrijven in de wijk en eventuele andere belanghebbenden. De vergunning is ten onrechte verleend.

6. Mondelinge en niet gedocumenteerde toezeggingen zijn achtergehouden voor belanghebbenden

Bij het beoordelen van de situatie ter plaatse door bewoners werd geconstateerd dat er aan de zijde Van Rijckevorselweg 7 (zeven) bomen staan voor de plaats waar de reclame dient te worden aangebracht (zie afbeelding 1 van **bijlage 4**). Naar aanleiding hiervan is de gemeente gevraagd of zij hiervan bij het verlenen van de vergunning op de hoogte was en of zij zou meewerken aan het verplaatsen en/of kappen van deze bomen.

Het antwoord (**bijlage 21**) was: “[...] Ja. Er is een mondelinge toezegging gedaan dat al bij de vergunningverlening van het gebouw zelf deze bomen verplaatst zouden worden. Deze bomen zijn eigendom van de gemeente [...]”.

Dit verontrustende antwoord roept direct de volgende vragen op:

1. Is het verplaatsen van bomen niet vergunningplichtig, met recht van bezwaar en beroep?
2. Welke mondelinge toezeggingen zijn er nog meer gemaakt in dit dossier?
3. Welke mondelinge toezeggingen zijn er nog meer gemaakt in andere dossiers c.q. bij andere kavels?
4. Door wie en wanneer werden en worden deze toezeggingen gedaan?
5. Gebeurde/gebeurt dit onder mandaat?
6. Is deze praktijk gewoonte in Capelle aan den IJssel?
7. Is het college van B&W van deze werkwijze op de hoogte?
8. Wat is de waarde van formele toetsingsproces bij de gemeente bij het bestaan van toezeggingen vooraf?
9. Kan het Q-team nog ‘onpartijdig en onafhankelijk’ oordelen, of is de vergunningverlening als gevolg van de mondelingen toezeggingen een ‘fait accompli’?
10. Maken bezwaarmakers nog kans in het gelijk gesteld te worden door het college van B&W, als vooraf alles al wordt afgekaart? Is er nog een weg terug?

De werkwijze met mondelinge afspraken en toezeggingen is extra zorgwekkend gezien het nieuws van 12 juni 2020 uit de gemeente Rotterdam, waar drie ambtenaren van de afdeling stadsbeheer per direct zijn ontslagen vanwege mogelijke betrokkenheid bij ambtelijke corruptie, o.a. door het aannemen van giften (**bijlage 22**).

Conclusie: Alle afspraken met en toezeggingen door de gemeente dienen schriftelijk te worden vastgelegd. Bij inzagerecht (vergunningen) dienen belanghebbenden over dezelfde informatie te kunnen beschikken als de aanvrager en gemeente. Daarnaast dient bij een Wob-verzoek (Wet openbaarheid van bestuur) alle informatie te kunnen worden overlegd. Bovendien werken mondelinge toezeggingen corruptie in de hand.

7. Bewust accepteren van afwijkingen met nota’s en bewust negeren van meldingen door bewoners

Op basis van meldingen, is het college van B&W al sinds 23 december 2019 op de hoogte van het feit dat bewoners van mening zijn dat een reclame op de carwash niet meer kan worden toegestaan (**bijlage 23**). Ook op 8 januari 2020 (**bijlage 24**) en 14 februari 2020 (**bijlage 25**) is de gemeente geattendeerd. Tijdens het Wijk Overlegplatform (“WOP”) van 19 februari 2020, zijn onder andere de wijkwethouder, de gebiedsregisseur en de projectleider stedelijke ontwikkeling nadrukkelijk op deze situatie gewezen. Desondanks is de vergunning verleend met motiveringsgebreken en onzorgvuldigheden.

Conclusie: De gemeente is, willens en wetens, tegen de signalen van bewoners ingegaan. Wederom worden uitsluitend de belangen van de ondernemers c.q. vergunningaanvragers behartigd in plaats van die van de inwoners van Capelle aan den IJssel. Het meest stuitend is wellicht dat, ondanks dit alles, het college van B&W na heeft gelaten om haar vergunning deugdelijk te motiveren, onder andere waar het de nota beeldkwaliteit 2017, de nota buitenreclame 2015 en de welstandseisen betreft.

⁴ Bijna tweeëneenhalf jaar na de oorspronkelijke vergunning voor de bouw van het pand (**bijlage 6**).

8. Onduidelijkheid inzake publicatie van aanvragen en intrekkingen

Ook in dit dossier is er onduidelijkheid over de publicatie van vergunningaanvragen en -intrekkingen. Er zijn twee aanvragen gepubliceerd, de eerste op 22 januari 2020, de tweede op 1 april 2020 (**bijlage 26, afbeelding 1 en 2**). Beide aanvragen betreffen een vergunning voor permanente en tijdelijke reclame voor de carwash.

Navraag bij de gemeente leverde als antwoord op dat de vergunningaanvraag van 22 januari 2020 door de aanvrager is ingetrokken zonder opgaaf van redenen. De intrekking werd niet gepubliceerd in de IJssel en Lekstreek. Wellicht is dit geen verplichting, echter dit maakt het proces van vergunningen voor belanghebbenden wel lastiger te volgen.

Daarnaast verwijst de verleende vergunning niet (meer) naar de tijdelijke reclame. Navraag bij de gemeente leverde als antwoord op dat de activiteit tijdelijke reclame door de aanvrager uit de aanvraag is gehaald. De reden hiervan is onduidelijk. Er is immers wel maandenlang sprake geweest van het tijdelijk (illegaal) plaatsen van reclame.

Op www.bekendmakingencapelle.nl staat naast positief welstandsadvies van 17 april 2020 ook een negatief welstandsadvies van 17 april 2020 (**bijlage 26, afbeelding 3**). De reden hiervan wordt niet duidelijk op deze website. Daarnaast valt op dat het Q-team advies van 1 mei 2020 is (**bijlage 10**) en niet van 17 april 2020. De reden hiervan is onbekend.

Conclusie: Het herhaaldelijk aanvragen van (dezelfde) vergunning, het deels intrekken en uit de aanvraag halen van aangevraagde activiteiten draagt niet bij aan de inzichtelijkheid voor belanghebbenden.

9. Dossier verstrekt ten behoeve van inzage was onvolledig t.a.v. de maatvoering van de reclame

Het bij inzage ontvangen dossier van de omgevingsvergunning bevatte geen tekeningen waaruit de maatvoering van de reclame duidelijk bleek. Bij navraag werden aanvullende documenten zoals opgenomen in **bijlage 27** verstrekt. Deze bijlage toont uitsluitend een vergrote weergave van de relevante onderdelen.

Ook uit de ontvangen stukken bleek niet eenvoudig de exacte maatvoering van de reclame. Zoals onder andere blijkt uit **bijlage 16** bevat de Nota buitenreclame 2015 wel maximale maatvoeringen waarmee bij de toetsing rekening dient te worden gehouden.

Door het ontbreken van tekeningen met duidelijke maatvoering is de vraag hoe de gedetailleerde toetsing aan de nota buitenreclame 2015 door de gemeente heeft plaatsgevonden.

Conclusie: Niet gebleken is hoe de gedetailleerde toetsing van de afmetingen van de reclame heeft plaatsgevonden.

10. Maandenlange illegale plaatsing van reclame en uitblijven van (zichtbaar) handhavend optreden

Aanvrager is sinds december 2019 gestart met het illegaal plaatsen van reclame. De gemeente is hier herhaaldelijk door bewoners op gewezen, tenminste op 23 december 2019 (**bijlage 23**), 8 januari 2020 (**bijlage 24**) en 14 februari 2020 (**bijlage 25**). De vergunning werd uiteindelijk verleend op 13 mei 2020.

Alhoewel handhaving tegen deze illegale plaatsing mogelijk langere tijd duurt, is het op zijn minst opmerkelijk dat in de vergunning, op geen enkele wijze, een verwijzing wordt gemaakt naar de illegale activiteiten. Van handhavende activiteiten is niets gebleken. Het enige dat blijkt is dat de gemeente bewust meegaat in de aanvraag van de carwash, zelfs als er sprake is van illegale plaatsing en afwijkingen op vastgestelde gemeentelijke nota's en de APV 2009.

Op 21 mei 2020 is aan de gemeente gevraagd of de aanwezigheid van mobiele reclames⁵ op het terrein van de carwash is toegestaan en of de bestickering "OPEN" (**bijlage 28, afbeelding 1 en 2**) op de ramen is toegestaan. Op 12 juni 2020, ruim 3 weken later, staat deze vraag ten aanzien van de mobiele reclames volgens de gemeente nog steeds uit bij de afdeling juridische zaken (**bijlage 28, afbeelding 3**). Er zal derhalve nog steeds geen handhaving hebben plaatsgevonden. Ten aanzien van de stickers "OPEN" heeft de gemeente geoordeeld dat dit is toegestaan, omdat "dit niet wordt gezien als reclame-uiting" (**bijlage 28, afbeelding 3**). Volgens de nota buitenreclame is raambestickering ten eerste niet toegestaan in reclame-arme zones (**bijlage 28, afbeelding 4**).

⁵ Zie bijlage 5 en bijlage 28: Voorbeeld mobiele reclame: "Openingsactie tijdelijk verlengd, nu EUR 12,50 voor het beste waspakket"

Ten tweede valt ook de aanduiding "OPEN" onder de definitie van handelsreclame in de APV⁶: "[...] *Iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen. [...]*". Het doel van deze tekst is puur commercieel, (potentiële) klanten wijzen op de opening van de carwash. Tenslotte is deze reclame niet aangevraagd en vergund. Ook deze bestickering is niet toegestaan en dient te worden verwijderd. Hierop dient te worden gehandhaafd.

De vraag doet zich tevens voor hoe van de afdeling handhaving kan worden verwacht dat er wordt gehandhaafd als een dergelijk eenvoudige vraag over mobiele reclames niet binnen een paar uur kan zijn beantwoord. Op basis van bladzijde 33 uit de nota buitenreclame 2015, 'Uitstallingsborden' (afbeelding 1 van **bijlage 29**), is slechts 1 uitstallingsbord per vestiging toegestaan met een maximale afmeting van 1,25 meter bij 0,85 meter. Onder paragraaf 5.6 'Overige vormen van reclame' (afbeelding 2 van **bijlage 29**) is tevens slechts 1 bord per vestiging toegestaan van maximaal 2 m2. De mobiele reclames op het terrein van de carwash (afbeeldingen 3, 4 en 5 van **bijlage 29**) zijn derhalve –in de huidige vorm en aantal– niet toegestaan.

Ter voorkoming van toekomstige handhavingsverzoeken, is het verzoek aan u het college van B&W te adviseren dat dergelijke uitstallingsborden inderdaad vallen onder de bepalingen 'Uitstallingsborden' en/of paragraaf 5.6 'Overige vormen van reclame' van de Nota buitenreclame 2015 met de aangeven maximale afmetingen en het maximale aantal van 1 (één) per vestiging en dat handhavend dient te worden opgetreden tegen de bestickering "OPEN" achter de ramen aangezien dit wel degelijk een reclame-uiting betreft.

Eindconclusie:

De vergunning is ten onrechte verleend, onvoldoende gemotiveerd, is onzorgvuldig tot stand gekomen en is strijdig met het beeldkwaliteitsplan 1999, de nota buitenreclame 2015, de nota beeldkwaliteit 2017, de APV 2009 en voldoet niet aan de welstandseisen. De reclames dienen te worden verwijderd. De gemeente steunt (wederom) ten onrechte op het oordeel van het Q-team en de vereisten uit de diverse gemeentelijke nota's worden te eenvoudig en onvoldoende gemotiveerd terzijde gelegd. Signalen van bewoners worden genegeerd en gebagatelliseerd bij de besluitvorming. Met aanvragers worden mondeling toezeggingen gedaan die niet worden vastgelegd en derhalve niet inzichtelijk zijn voor belanghebbenden. Het proces van het verlenen van omgevingsvergunningen verloopt (nog steeds) niet goed. Publicaties gevolgd door intrekkingen roepen nog steeds vragen op bij belanghebbenden en (zichtbaar) handhavend optreden laat veel te lang op zich wachten.

Het bezwaarschrift dient gegrond te worden verklaard, de vergunning dient te worden ingetrokken c.q. vernietigd en de reclames verwijderd. De gemeente dient te worden geadviseerd dat de mobiele reclames en de raambestickering in de huidige vorm niet zijn toegestaan en dat hiertegen handhavend dient te worden opgetreden.

Onder voorbehoud van alle rechten.

Met vriendelijk groet,

HANDTEKENING			
NAAM:			
STRAAT:		HUISNUMMER:	
POSTCODE:		WOONPLAATS:	Capelle aan den IJssel
TELEFOONNUMMER:			

⁶: Algemeen Plaatselijke Verordening 2013 (APV) artikel 1.1. sub e: "Iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen."



[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

datum
13 mei 2020

kenmerk
1123062 / 20200092

uw kenmerk/brief van

doorkiesnummer

onderwerp
Omgevingsvergunning permanente reclame
Barckalaan 20

behandeld door/e-mail
dhr. [REDACTED]
[REDACTED]@capelleaandenijssel.nl

Geachte heer [REDACTED]

Op 1 april 2020 hebben wij uw aanvraag voor een omgevingsvergunning ontvangen voor het plaatsen van permanente reclame op het carwashgebouw aan de Barckalaan 20. Uw aanvraag is geregistreerd onder nummer 1123062 / 20200092.

Projectomschrijving

De aanvraag betreft het plaatsen van reclame in de vorm van verlichte reclame borden op de gevels. De aanvraag voorzag ook in een tijdelijke reclame door middel van een spandoeken een de gevel en op het terrein bij de carwash, maar deze is per mail van 7 mei 2020 weer ingetrokken.

Hierbij besluiten wij op uw aanvraag voor de volgende activiteiten:

- bouwen, het plaatsen van een constructie voor een reclame uiting;
- Reclame, het op of aan een onroerende zaak maken of voeren van handelsreclame.

Besluit

Gelet op artikel 2.1 lid 1 onder a en artikel 2.2 lid 1 onder h van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht hebben wij besloten de omgevingsvergunning te verlenen voor de uitvoering van het bouwplan conform de ingediende bijlagen die na ondertekening van dit besluit staan vermeld.

Procedure

Wij hebben dit besluit voorbereid conform de reguliere voorbereidingsprocedure in paragraaf 3.2 van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht.

Van toepassing op deze aanvraag zijn artikel 2.1 lid 1 onder a en artikel 2.2 lid 1 onder h van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht;

Wilt u bij beantwoording het kenmerk vermelden.

Rivierweg 111
Postbus 70
2900 AB Capelle aan den IJssel

www.capelleaandenijssel.nl
gemeente@capelleaandenijssel.nl

Telefoon: 010 – 2646666
Telefax: 010 – 2646600
BTW nummer: 001677045B05
Rabobank: 36.16.22.222
IBAN: NL97RABO036162222
BIC nummer: RABONL2U

7. Basiscriteria

Tientallen jaren zijn wijken en buurten met de grootste zorg voor kwaliteit opgebouwd. Er is voor gekozen om dat wat gangbaar is voor wat betreft bouwen en materiaal- en kleurkeuze vooraf aan de bouwverkenning te maken in de basiscriteria. Daarmee worden handvatten gegeven voor het uiteindelijke resultaat. Het is gewenst dat er een basiskwaliteit gehandhaafd blijft als het gaat om de wijze van bouwen. De basiskwaliteit bestaat onder meer uit het realiseren van bebouwing van een gangbare vorm en in gangbaar bouwmaterialen en kleuren. De ruimtelijke kwaliteit van Capelle aan de IJssel blijft zo behouden of kan worden versterkt.

De Basiscriteria zijn in drie schaalniveaus te onderscheiden:

- Ruimtelijke inpassing;
- Bouwwerk op zichzelf;
- Uitwerking (materiaal, kleur & detaillering).

Ruimtelijke inpassing:

- Bouwinitiatieven respecteren of versterken de ruimtelijke (of stedenbouwkundige) structuur als wel de kwaliteit van het openbaar gebied.
- Bouwinitiatieven zijn in maat en schaal afgestemd op de omliggende bebouwing.

Bouwwerk op zichzelf:

- Nieuwbouw heeft een duidelijke en herkenbare hoofdvorm.
- Als de locatie onderdeel is van een woonblok, bouwblok of ensemble met een specifieke hoofdvorm, dan moet deze worden gevolgd.
- De typologie en stijl is passend in de directe omgeving.
- Het gevelontwerp heeft een eigen logica en is goed van verhouding.
- Uitbreidingen en bijgebouwen zijn ondergeschikt aan het hoofdgebouw.
- Grootschalige ingrepen in de gevel verstoren de opbouw van de gevel niet.
- De hoofdingang van een gebouw is vanaf de straat herkenbaar.
- Beganegrondgevels grenzend direct aan het openbare gebied zijn kwalitatief goed vormgegeven; de functie achter de gevel is in de vormgeving afleesbaar.
- Reclames zijn ondergeschikt aan en afgestemd op het gevelontwerp.

Uitwerking (materiaal, kleur & detaillering):

- Materiaal, kleur en detaillering ondersteunen het karakter van het gevelontwerp.
- Bouwwerken grenzend direct aan openbaar gebied zijn van kwalitatief goed materiaal en worden zorgvuldig gedetailleerd.
- Kleuren zijn afgestemd op het bouwwerk op zichzelf en (de bebouwing in) de omgeving.

7 Bedrijven en Kantoorlocaties

Ruimtelijke inpassing:

- De totale compositie van de bebouwing op één perceel is samenhangend.
- Representatieve bebouwing is gericht op de straat of belangrijkste openbare ruimte.
- Aan de randen van de werkgebieden moet de situering van de gebouwen afgestemd worden op de aangrenzende gebieden en/of het landschap.

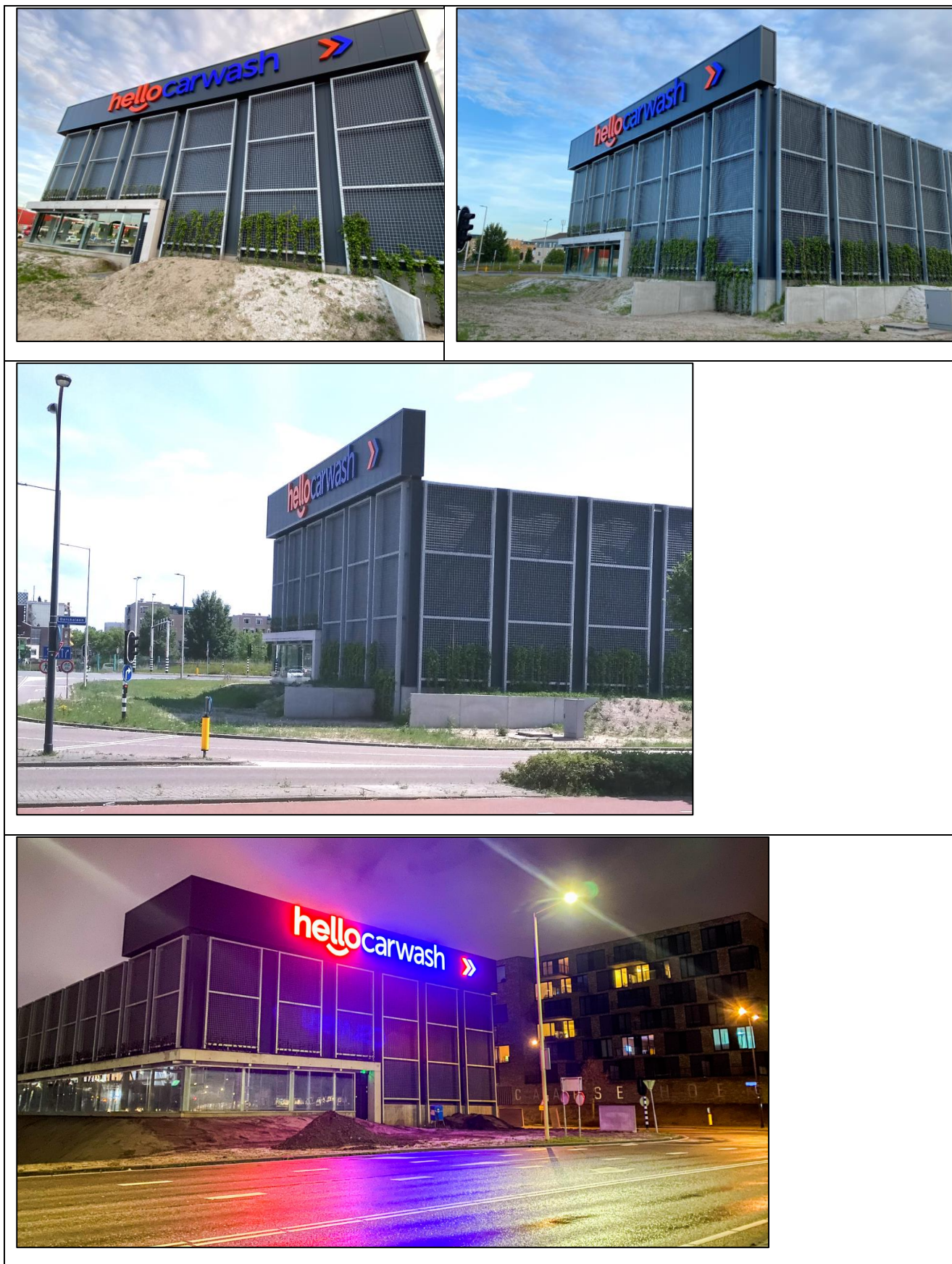
Bouwwerk op zichzelf:

- Nieuwbouw zoekt aansluiting bij de bouwmassa's binnen het bouwblok als geheel.
- In de gebieden zijn voornamelijk platte daken of bijzondere dakvlakken toegepast.
- Abstracte gevelopzet met heldere geleiding.
- Accenten binnen volume mogelijk.
- Entrées onderscheiden zich in of aan de gevel, mits in samenhang met de massa.
- Toepassen van open hekwerken en/of beplanting als erfafscheidingen.
- Bij nieuwbouw worden reclames, rolluiken en installaties meeontworpen.

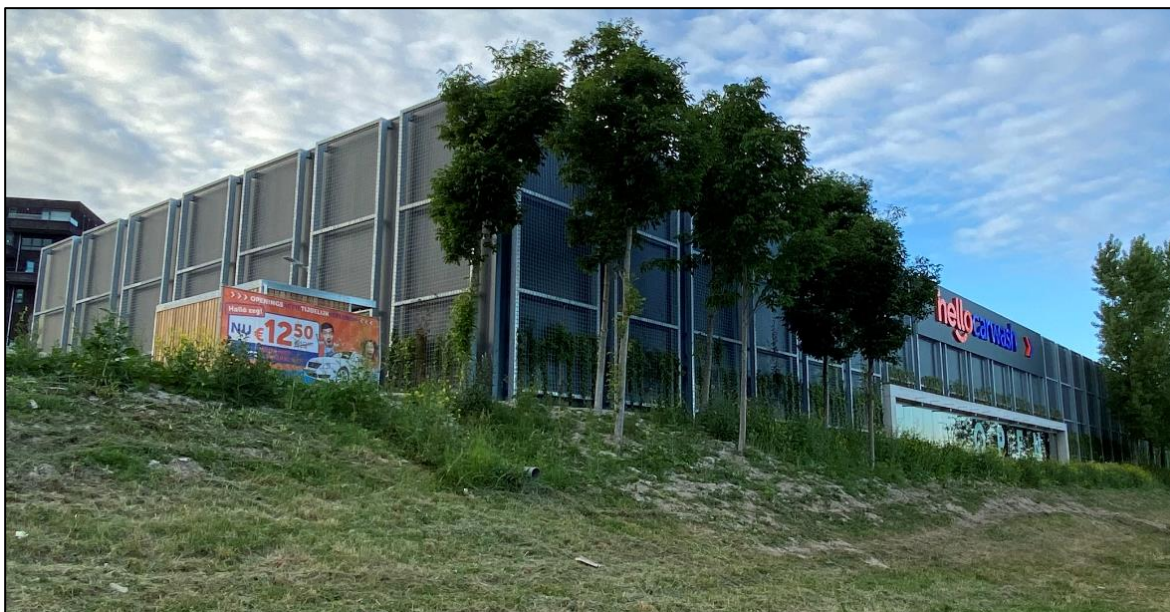
Uitwerking (materiaal, kleur & detaillering):

- Entrées zijn uitgevoerd in kwalitatief hoogwaardig materiaal en worden zorgvuldig gedetailleerd.
- Eén duidelijk en toekomstbestendig gevelmateriaal.
- Gedekte kleuren toepassen.

BIJLAGE 3: FOTO'S VAN DE GEPLAATSTE BUITENRECLAME (VAN BEETHOVENLAAN)



BIJLAGE 4: FOTO'S VAN DE GEPLAATSTE BUITENRECLAME (VAN RIJCKEVORSELWEG)



Afbeelding 1: Omvang reclame zijde Van Rijckevorselweg, aanwezigheid 7 bomen en mobiele reclame



Afbeelding 2: Omvang reclame zijde Van Rijckevorselweg

BIJLAGE 5: FOTO'S GEPLAATSTE EN VERGUNDE BUITENRECLAME (BARCKALAAN/ONACKLAAN)



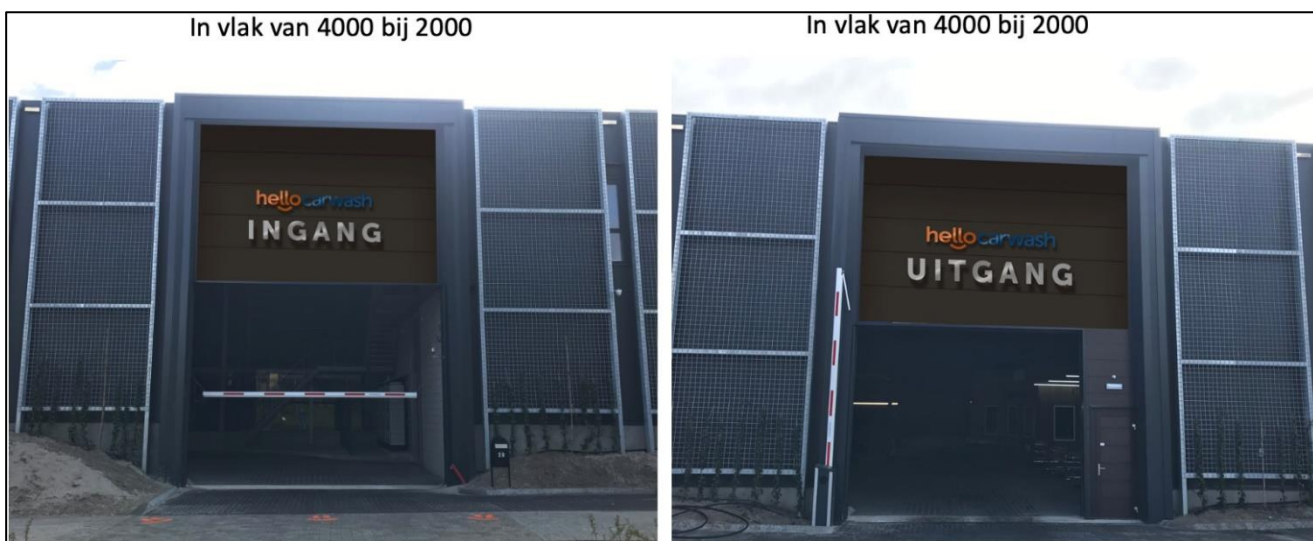
Afbeelding 1: foto huidige reclame



Afbeelding 2: foto huidige reclame

In vlak van 4000 bij 2000

In vlak van 4000 bij 2000



Afbeelding 3: artist impressions vergunde reclame

[REDACTED]
[REDACTED]
Fascinatia Boulevard [REDACTED]
2909 VA CAPELLE AAN DEN IJSSEL

datum	kenmerk	uw kenmerk/brief van	doorkiesnummer
11 januari 2018	941289/20170219		(010) [REDACTED]
onderwerp	behandeld door/e-mail		
omgevingsvergunning nieuwbouw carwash centrum, Barckalaan kadastraal perceel E 3657	[REDACTED] [REDACTED]@capelleaandenijssel.nl		

Geachte heer [REDACTED],

Op 7 oktober 2017 hebben wij een aanvraag voor een omgevingsvergunning ontvangen voor het bouwen van een carwash centrum op het perceel aan de Barckalaan, kadastraal bekend onder nummer E 3657. De aanvraag is geregistreerd onder nummer 941289/20170219.

Besluit

Gelet op artikel 2.1 lid 1 onder a van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht hebben wij besloten de omgevingsvergunning te verlenen voor de uitvoering van het bouwplan overeenkomstig de bij dit besluit behorende en als zodanig gewaarmerkte bijlagen.

Voorwaarde nog in te dienen gegevens constructie

Aan dit besluit is de voorwaarde verbonden dat de constructieve tekeningen en – berekeningen nog ter goedkeuring moeten worden ingediend. De gegevens moeten uiterlijk 3 weken voor de start van de werkzaamheden via het omgevingsloket bij de unit Handhaving en Vergunningen ter goedkeuring worden ingediend.

Procedure

Wij hebben dit besluit voorbereid conform de reguliere voorbereidingsprocedure in paragraaf 3.2 van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (hierna: Wabo). Van toepassing op deze aanvraag is artikel 2.1 lid 1 onder a van de Wabo. Daarnaast hebben wij de aanvraag getoetst aan het Besluit omgevingsrecht en de Ministeriele regeling omgevingsrecht.

Verlengen beslistermijn

Op 2 december 2017 hebben wij besloten de beslistermijn op de aanvraag te verlengen met 6 weken tot uiterlijk 13 januari 2018.

Wilt u bij beantwoording het kenmerk vermelden.

Rivierweg 111	Telefoon: 010 – 2848688
Postbus 70	Telefax: 010 – 2848800
2900 AB Capelle aan den IJssel	BTW nummer: 001877045B05
	Rabobank: 38.18.22.222
www.capelleaandenijssel.nl	IBAN: NL97RABO0381822222
gemeente@capelleaandenijssel.nl	BIC nummer: RABONL2U

3.5 Indeling in reclamezones

Kaart 2 geeft de verschillende reclamezones weer waar niet gecontracteerde reclame mogelijk is. Deze gebieden hebben elk een karakteristiek, die voortkomt uit de historie van de stad en het gebruik van het gebied. De reclamezones worden aangegeven op de kaart van Capelle aan den IJssel en worden beschreven in sfeerbeschrijvingen.

De reclamezones zijn onder te verdelen in voorzieningengebieden en werkgebieden. De reclame-arme zones zijn onder te verdelen in woongebieden, historisch dijklint / historische zones en groengebieden. In de volgende paragrafen worden de gebieden verder toegelicht.

3.5.1 Reclamezones

In het reclamebeleid worden twee zones geïntroduceerd (zie kaart 2).

1. Reclamezones

Voorzieningengebieden: Winkelcentra (hoofdwinkelcentra Koperwiek, overige winkelcentra, kleine buurtcentra en winkelstraten) en publieke concentratiegebieden
Kantoreengebied en bedrijventgebied

Werken:

2. Reclame-arme zones

Woonwijken
Recreëren: Groengebieden als Slagenlandschap, Schollebos en sportvelden
Historisch dijklint/zones

Reclame Zoneringskaart Capelle aan den IJssel

Overzichtkaart en stappenplan

De kaart geeft een overzicht van de reclamezones in Capelle aan den IJssel. De zones zijn gekleurd en hebben een specifieke naam. De kaart is bedoeld om te helpen bij het bepalen van de reclamezones in een specifiek gebied.

Reclame zones

Reclame arme zones (Groen)

Reclame arme zones (Historisch zones)

Reclame arme zones (Woonzones)

Kaart 2: Reclame zones waar niet gecontracteerde reclame soorten wel of niet mogelijk zijn.

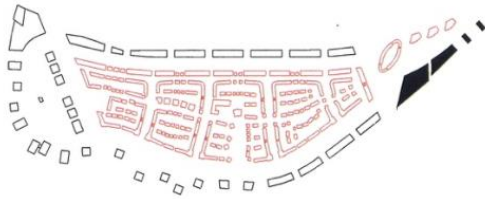
Nota Buitenreclame 2015

Bestemmingsplan 2013

locatie carwash

Bovenstaande afbeeldingen maken duidelijk dat de carwash buiten de reclame zone valt en een “**Reclame arme zone**” is: “[...] *In deze zone is geen reclame toegestaan (voor bedrijven aan huis gelden strikte regels)* [...]”.

BIJLAGE 8: BEELDKWALITEITSPLAN 1999



28

De bedrijven in het park

Deze zone maakt onderdeel uit van **het totale parkconcept**.

Aan de zuidkant van het park, tegenover de woonbebouwing, staan een aantal bedrijfsgebouwen in **maximaal 2 lagen (7m)**. Deze gebouwen staan in het talud aan de A. van Rijkevorselweg en hebben een dubbele oriëntatie: zowel op de weg als op het park. De zuidgevel van de gebouwen staan in dezelfde rooilijn als de bedrijven ten oosten van de entree, de noordgevel springt per gebouw naar binnen. De noord- en zuidgevel rooilijn van de twee grote bouwvlekken mag voor **niet meer dan 60 procent worden volgebouwd**. Op deze manier wordt een voorgevel met bijbehorend voorterrein gecreëerd, die een spel aan gaat met het park respectievelijk de groene berm van de A. van Rijkevorselweg.

De ontsluiting vindt plaats via de weg door het park, die de centrale lijn vormt door het gehele gebied. Vanaf deze weg lopen ontsluitingspaden naar de desbetreffende kantoren/ bedrijven. Parkeren wordt zoveel mogelijk intern opgelost, zodat vanaf het park geen zicht is op de parkeerplaatsen. **Materiaalgebruik aan de parkzijde is baksteen, transparant glas, natuursteen en hout. Kunststof is hier niet toegestaan.**

De gebouwen aan weerszijde van de toegangsweg vanaf de A. van Rijkevorselweg naar het A. van Rijkevorselplein (metrostation Capelsebrug) kunnen maximaal 6 lagen hoog worden.



3. Waar willen we reclame?

3.1 Reclame-uiting

Reclames vragen vanuit hun doelstelling aandacht en vormen hiermee een belangrijk en beeldbepalend element in de openbare ruimte. Indien harmonieuze inpassing achterwege blijft kan ze al snel als visueel storend worden ervaren.

3.2 Karakteristiek

In gebieden met commerciële functies zijn reclames op zijn plaats en kunnen de reclame-uitingen de visuele aantrekkingskracht van de omgeving positief, maar ook negatief beïnvloeden. Evenals bij een gebouw speelt ook bij een reclame-uiting de relatie met de omgeving waarin deze wordt geplaatst alsmede het karakter van die situatie een belangrijke rol. Een reclame is geslaagd wanneer deze een volledig geïntegreerd onderdeel van het totale architectonische concept uitmaakt. In gebieden waar geen sprake is van commerciële functies, zoals woongebieden, zijn reclame-uitingen in beginsel ongewenst.

Het plaatsen van een reclame-uiting is een –soms ingrijpende- verandering (aan een bouwwerk) die het straatbeeld makkelijk kan aantasten. Bij het vaststellen van normen voor reclame-uitingen, is het zinvol onderscheid te maken tussen de verschillende reclametypen en de verschillende gebieden in de gemeente. **Wat op een bedrijventerrein past, kan een ernstige verstoring zijn in een woonwijk of een beschermd dorpsgezicht**

Werken

Bedrijfsgebied

Bedrijfssterreinen kenmerken zich door een combinatie van kantoren, productiebedrijven en eventueel grootschalige winkelbedrijven (groothandel, autobedrijven, bouwmarkten). Het bedrijfsgebied onderscheidt zich door zijn schaal, zijn functies en de wijze waarop het gebied ervaren wordt.

Bezoekers zullen het gebied veelal vanuit een auto ervaren, met een zekere snelheid. Voor bezoekers moet het gebied daarom snel duidelijk zijn. Dit vraagt om een heldere en zakelijke inrichting. Voor reclame betekent dit dat zij van voldoende maat (welke bedrijven zijn er), dat zij pandgebonden is (welk bedrijf zit waar) en dat zij entreegebonden is (waar moet ik naar binnen).

Om de helderheid en duidelijkheid te garanderen, moet een opeenstapeling van reclame, zowel per pand als in het straatbeeld, voorkomen worden.

Reactie Q-team:

Het voldoet niet geheel aan de nota buitenreclame, maar wel aan de hoofdlijnen van reclamebeleid. Deze zone wordt in deze Nota abusievelijk aangegeven als een reclame-arme zone (woongebied), maar het is evident dat dit geen woongebied is maar een bedrijventerrein. Deze zone moet dan ook worden gezien als een 'reclamezone-bedrijventerrein' zoals beschreven in de Nota Buitenreclame 2015. De

Q-team

Secretariaat: Rivierweg 111
2903 AR Capelle aan den IJssel
telefoon 010 284 8621



reclame-uitingen dienen qua afmeting en plaatsing op de gevel opzetting afgestemd te worden en het toepassen van losse letters en aanlichten van reclameteksten verdient de voorkeur boven het toepassen van lichtbakken:

- De positionering van de reclames past binnen de gevelopzetting en verhouding van het gebouw.
- De letters vallen binnen de kaders.
- Het gaat hierbij om een open belettering.

Conclusie Q-team:

Het Q-team is conform. De wijze van reclame aanbrengen voldoet niet aan het reclamebeleid, maar past wel in de architectuur van het gebouw en voldoet aan de redelijke eisen van welstand.

n.b.

Het Q-team geeft aan dat de huidige reclame met open letters verplaatst moeten worden naar de linkerhoek (aan de AVR-zijde). Dit staat beschreven in het definitieve planvoorstel. Indien het logo bij de entree en uitgang wordt aangelicht dan rekening houden met de manier waarop zodat geen omgevingsoverlast veroorzaakt.

Capelle aan den IJssel, 01-05-2020

Inpassing

De reclame aan de zijde van de Abram van Rijckevorselweg (AVR) wordt verplaatst naar de linker bovenhoek van de gevel. Hierdoor gaat het meedoen in de gevelcompositie van stroken die de groene massa doorbreken. Beide gevelreclames krijgen een zwarte achtergrond en hebben een open belettering en signing. Het formaat van de belettering is afgestemd op de gevel op zichzelf en is daardoor groter dan in de nota buitenreclame wordt aangegeven.

De reclame bij de entree en uitgang is ingetogen en vooral bedoeld om duidelijkheid te verschaffen in de logistiek.

1.3 Doelen van het reclamebeleid

Met betrekking tot de doelstelling van het reclamebeleid in de gemeente Capelle aan den IJssel spelen verschillende overwegingen een rol zoals ruimtelijke kwaliteit, verkeersveiligheid, het voorkomen van overlast, ondernemersbelangen en inkomsten voor de gemeente.

Ruimtelijke kwaliteit, verkeersveiligheid en het voorkomen van overlast

De gemeente streeft voor haar burgers naar een kwalitatief hoogwaardig stadsgezicht waarbij duurzaamheid, bruikbaarheid en visuele aantrekkelijkheid (beeldkwaliteit) belangrijke aspecten zijn. Voor de ondernemer is de zichtbaarheid van zijn reclame-uiting belangrijk.

Ondernemersbelangen

Ten behoeve van een gezonde economische ontwikkeling van de gemeente is het belangrijk dat bedrijven zichzelf en hun producten binnen redelijke grenzen voldoende kunnen presenteren.

1.4 Algemene randvoorwaarden buitenreclame

Vanuit deze doelstelling zijn de navolgende voorwaarden bepaald, waaraan voldaan moet zijn, wil het beoogde doel bereikt kunnen worden.

Beeldkwaliteit

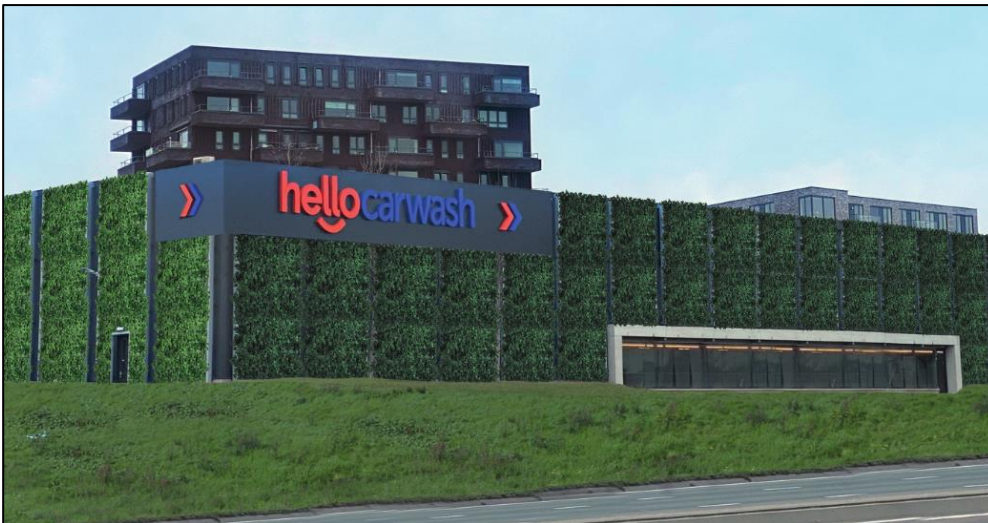
Buitenreclame moet in de schaal en sfeer van de omgeving passen, ermee in evenwicht zijn. Eenvoud, soberheid en goed ontwerp zijn hierbij kernwoorden. De reclame-uiting moet daarnaast esthetisch aanvaardbaar zijn. Bij voorkeur geeft het reclameobject een toegevoegde waarde aan de openbare ruimte en/of het beeld van de stad. De gemeente streeft naar een kwalitatief hoogwaardig

Openbare orde

Bij buitenreclame mag geen sprake zijn van een kwetsende tekst of afbeelding. Ook mag buitenreclame niet in strijd zijn met de goede zeden of de normen van de Reclamecodecommissie. De plaatsing en/of verlichting van reclameobjecten mag niet zodanig zijn dat burgers, ondernemers of bezoekers daar overlast van ondervinden.



Afbeelding 1: Foto van de huidige (illegale) situatie Van Rijkevorselweg: gevelreclame is in deze vorm niet geaccepteerd door de gemeente (het Q-team), moet naar linkerbovenhoek verplaatst worden (cf. afbeelding 2)



Afbeelding 2: Artist impression bij vergunning: vereiste plaatsing aan de A. Van Rijkevorselweg: de reclame moet van de gemeente (het Q-team) naar de linkerbovenhoek.



Afbeelding 3: Artist impression van huidige situatie Van Beethovenlaan: de dakreclame. Deze wordt wel door de gemeente (het Q-team) geaccepteerd.

BIJLAGE 13: ARTIST IMPRESSIONS WIJZIGING RECLAME (VAN DAK NAAR GEVEL)



Afbeelding 1: Huidige situatie: foto van dakreclame zoals op het dak geplaatst (bron: foto bewoners).

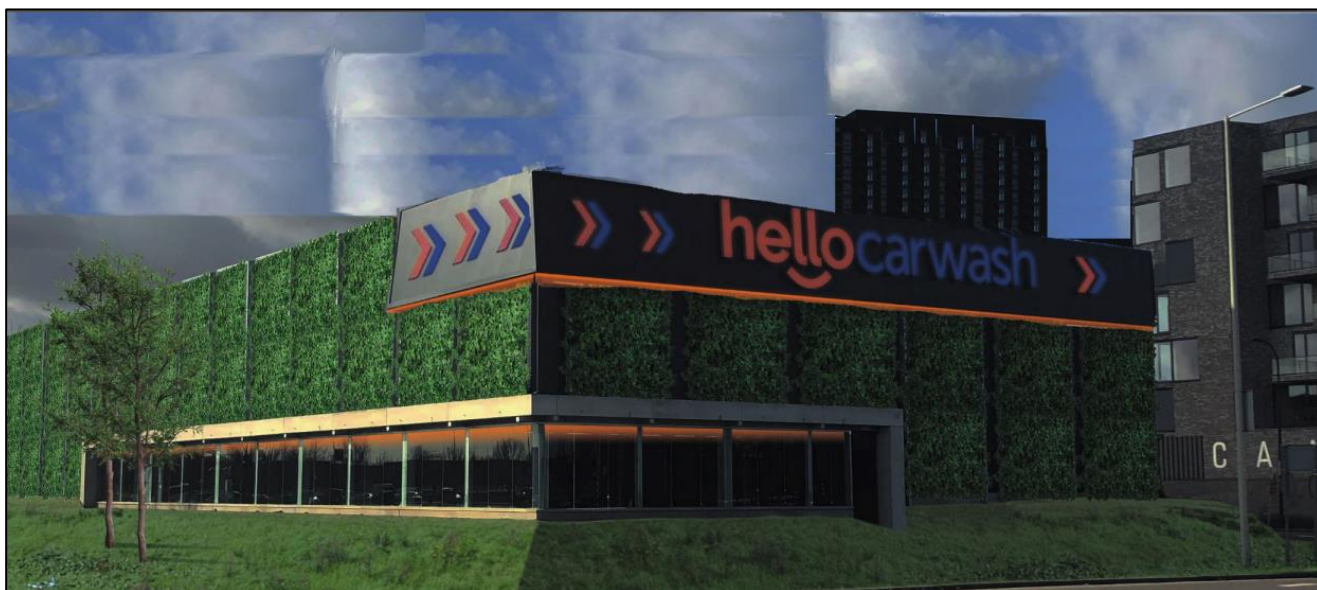


Afbeelding 2: Artist impression: dakreclame verwijderd of tegen gevel geplaatst. (bron: bezwaarmakers)

BIJLAGE 14: ARTIST IMPRESSION RECLAME VAN BEETHOVENLAAN ALS WANDRECLAME

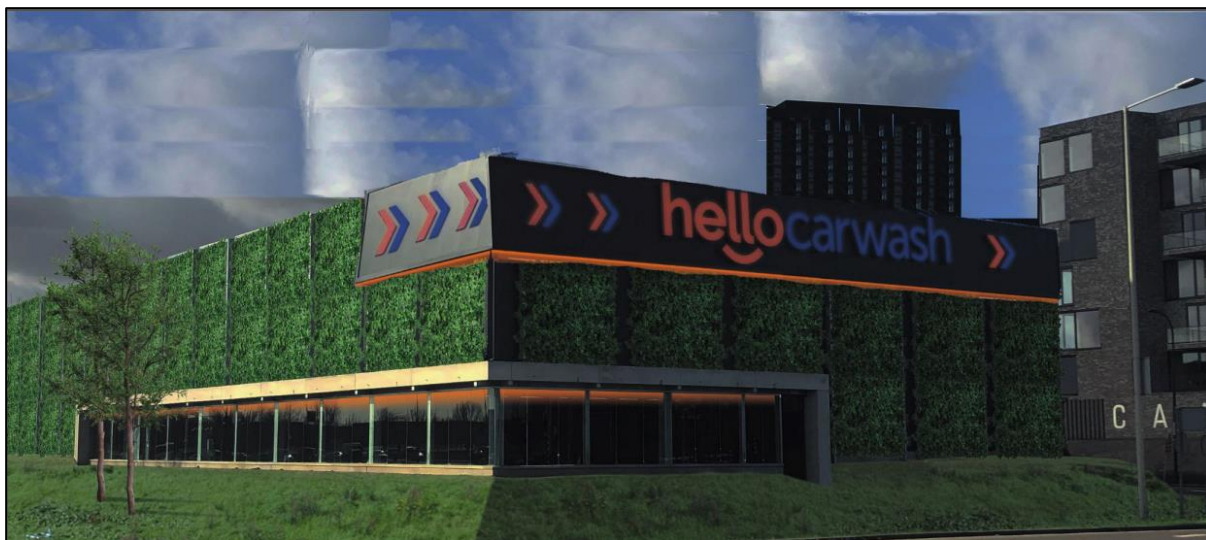


Afbeelding 1: Huidige situatie: dakreclame op het dak geplaatst (bron: bijlage bij vergunning).



Artist impression 1: dakreclame tegen gevel geplaatst. (bron: bezwaarmakers)

BIJLAGE 15: CONSISTENTIE VAN BEETHOVENLAAN EN VAN RIJCKEVORSELWEG



Afbeelding 1: Artist impression 1: huidige dakreclame tegen de gevel geplaatst (bron: bezwaarmakers)



Afbeelding 2: Artist impression 2: huidige dakreclame tegen gevel geplaatst en verkleind, meer cf. Van Rijckevorsel (bron: bezwaarmakers)

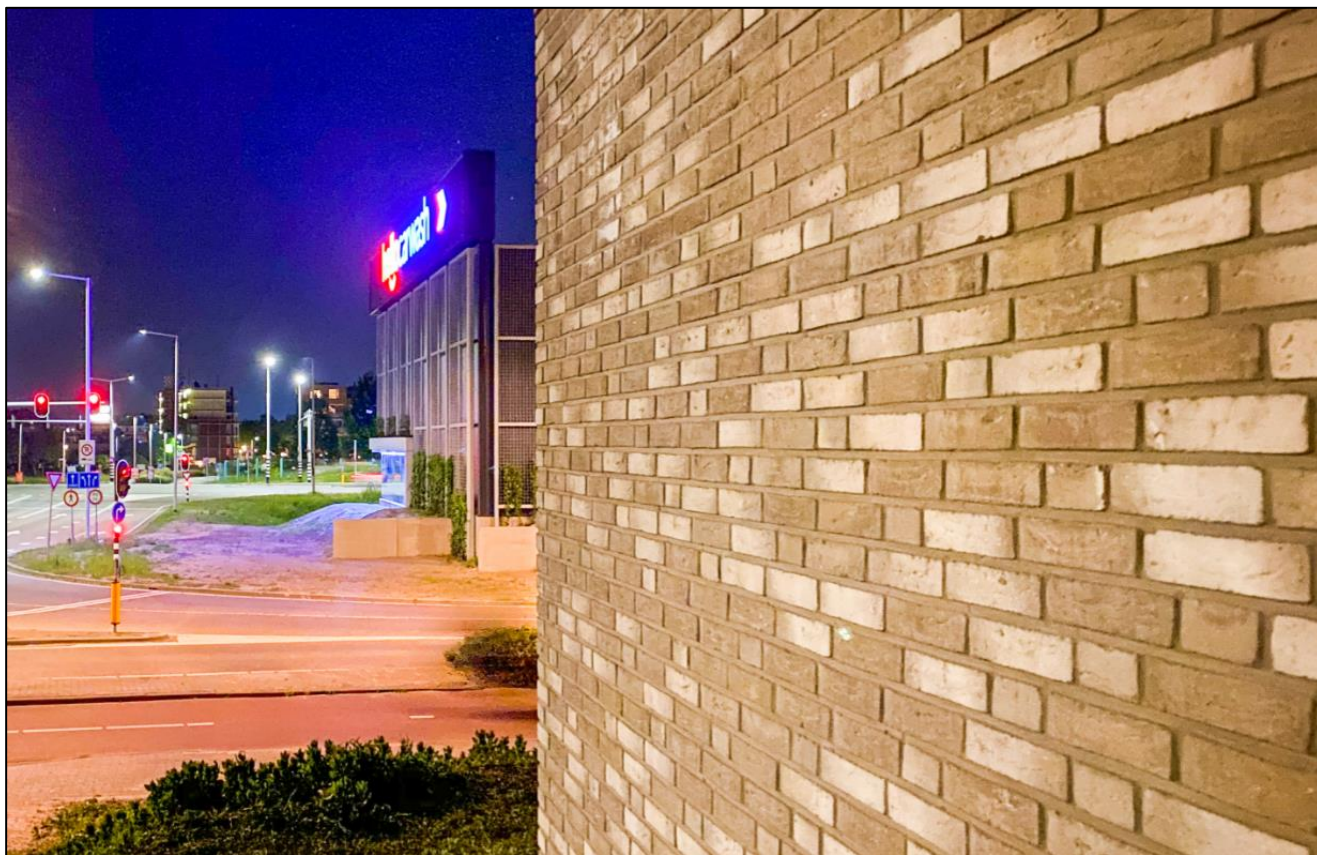


Afbeelding 3: Vergunde situatie na vereiste aanpassing welstand A. van Rijckevorsel (conform eisen Q-team)

BIJLAGE 16: HOOFDSTUK 5 NOTA BUITENRECLAME 2015

GEVELBEDEKKENDE RECLAME									
5.3 Gevelbedekkende reclame, blow-ups, led-, lcd- en plasmaschermen Blow-ups en megareclames tegen de gevel en gevelbedekkende reclames Onder blow-ups en megareclames wordt verstaan: (kunst-)voorwerpen of doeken/borden die een zodanige afmeting hebben, dat ze sterk opvallen in de buitenruimte. Het woord blow-up wordt wel vertaald met uitvergroting. Exacte maten, wanneer een reclame-uiting voldoet aan deze begrippen (blow-up en megareclame) zijn niet te geven, maar het gaat bij megareclames in ieder geval om formaten van 10 m² of groter. Voorwerpen kunnen al eerder als kolossaal ervaren worden. Dergelijke grote vormen van reclame kunnen alleen worden toegepast op bedrijventerreinen. Elders in de gemeente passen megareclames niet omdat deze zeer grote borden, voorwerpen en schermen te dominerend zijn in de buitenruimte, ongeacht of ze op eigen terrein staan, dan wel op gemeentegrond. Een reclameplan en een omgevingsvergunning zijn dan vereist (zie www.omgevingsloket.nl). <i>Criteria voor de vormgeving:</i> - vormgeving: materiaal en kleur afgestemd op de omgeving - levert in constructie en beeld een bijdrage aan het stadsbeeld en past binnen de architectuur van het gebouw mag gebouw niet sterk overstralen - geen onzedelijke afbeeldingen - geldt ook voor (tijdelijke) steigerdoeken B) Vergunningplichtig Blow-ups en megareclames tegen de gevel <table border="1" data-bbox="159 828 989 940"> <tr> <td>Reclamezones</td><td>Altijd een vergunning en een reclameplan nodig. Toetsing aan de criteria voor de vormgeving.</td></tr> <tr> <td>Aantal:</td><td>maximaal 1 per gebouw</td></tr> <tr> <td>Maatvoering:</td><td>rondom reclame een rand van 10% van de breedte van de gevel vrijhouden</td></tr> <tr> <td>Reclame-arme zones</td><td>Niet toegestaan in deze zones</td></tr> </table>	Reclamezones	Altijd een vergunning en een reclameplan nodig. Toetsing aan de criteria voor de vormgeving.	Aantal:	maximaal 1 per gebouw	Maatvoering:	rondom reclame een rand van 10% van de breedte van de gevel vrijhouden	Reclame-arme zones	Niet toegestaan in deze zones	[...] Mega reclames, in ieder geval om formaten van 10m2 of groter [...] [...] alleen op bedrijventerreinen [...] [...] bijdrage aan het stadsbeeld, past binnen de architectuur, mag niet sterk overstralen [...] [...] maximaal één per gebouw [...] [...] Rondom reclame een rand van 10% van de breedte van de gevel vrijhouden [...]
Reclamezones	Altijd een vergunning en een reclameplan nodig. Toetsing aan de criteria voor de vormgeving.								
Aantal:	maximaal 1 per gebouw								
Maatvoering:	rondom reclame een rand van 10% van de breedte van de gevel vrijhouden								
Reclame-arme zones	Niet toegestaan in deze zones								
RECLAME OP HET DAK									
5.4 Reclame op het dak Reclame hoort bij winkels en bedrijfspanden. De kwaliteit van het straatbeeld is erbij gebaat als reclame-uitingen op elkaar zijn afgestemd en zo mogelijk ook op de architectuur van de omgeving. Dat komt de herkenbaarheid van de individuele uitingen ten goede. Daarom zijn gemeentelijke regels vastgesteld over afmetingen, plaatsing en vormgeving van reclame, zodat deze een positieve bijdrage kan leveren aan het straatbeeld. Indien voor een reclame-uiting een omgevingsvergunning vereist is, dan maakt een welstandsadvies onderdeel uit van de procedure. De uitgangspunten voor permanente reclame aan de gevel en op dak zijn: 1. Beperking van de hoeveelheid reclame, zodat ieders boodschap zichtbaar blijft. 2. De mogelijkheid om duidelijk uit te dragen waar een bedrijf gevestigd is en wat het doet. Algemene richtlijnen voor reclame op het dak Verzoeken om reclame op een dak te plaatsen zijn altijd vergunningplichtig. <i>Criteria voor de vormgeving:</i> - In principe één per gebouw. Vaak volstaat één vermelding op het dak, maar met name in gebouwen waarin meerdere huurders zijn gevestigd volstaat dit niet. Ook bij hoekpanden kan het soms gewenst zijn meerdere naamsvermeldingen te bevestigen op het dak. In het geval er meerdere reclames (naamsvermeldingen) gewenst zijn, wordt de vergunningaanvrager (veelal de eigenaar van het gebouw) gevraagd een reclameplan voor het betreffende gebouw in te dienen bij de gemeente. Reclames moeten passen in de architectuur. Maatvoering, materiaal en kleur afgestemd op het gebouw, levert in constructie en beeld bijdrage aan het stadsbeeld	[...] Kwaliteit van het straatbeeld, afgestemd op de architectuur van de omgeving [...] [...] Positieve bijdrage aan het straatbeeld [...] [...] Levert een bijdrage aan het straatbeeld [...]								
RECLAME OP/AAN DE GEVEL									
5.5 Reclame op of aan de gevel Onder gevelreclame wordt verstaan: Elke aanduiding van commerciële en niet-commerciële aard, in de vorm van een opschrift, een aankondiging of mededeling al dan niet in combinatie met een bouwkundige uitbreiding of attentie-element, voor zover deze aan gebouwen bevestigd is. Algemene voorwaarden In het algemeen geldt dat reclame-uitingen alleen aanvaardbaar zijn indien zij een directe relatie hebben met de gekozen situering, de afmetingen en kleuren afgestemd zijn op het karakter van de directe omgeving en zij niet groter zijn dan voor een goede leesbaarheid voor de situering noodzakelijk is. <i>Criteria voor de vormgeving:</i> - De reclame-uiting dient als zelfstandig element te worden vormgegeven, waarbij de maatvoering en detailleringen zijn afgestemd op en harmoniëren met het hoofdgebouw, c.q. de oorspronkelijke gevel (de reclame dient te passen bij de gevel en mag geen afbreuk doen aan de architectuur). - De reclame-uiting mag de samenhang en ritmiek van de straatwand niet verstoren. De reclame moet worden geïntegreerd in de architectuur en worden beperkt tot het hoogst noodzakelijke.	[...] Elke aanduiding van commerciële en niet-commerciële aard [...] [...] Direct relatie met de gekozen situering, afmetingen en kleur afgestemd op de directe omgeving [...] [...] Niet groter dan voor de leesbaarheid noodzakelijk [...] [...] Geen afbreuk aan de architectuur [...] [...] Beperkt tot het hoogst noodzakelijke [...]								

BIJLAGE 17: STORENDE RECLAME VAN DE CARWASH



Afbeelding 1: Verlichte dakreclame valt ruim binnen pand Caapse Hoek.



Afbeelding 2: Storend effect dakreclame Van Beethovenlaan en wandreclame Barckalaan / Onacklaan

BIJLAGE 18: DE EXCESSENREGELING

Excessenregeling

Er geldt dat bij ernstige strijdigheid met redelijke eisen van welstand sprake moet zijn van een exces, dat wil zeggen een buitensporigheid in het uiterlijk, die ook voor niet-deskundigen evident is. Het gaat hierbij dus om zaken waaraan een groot deel van de mensen zich stoort. Vaak heeft dit betrekking op:

- Het visueel of fysiek afsluiten van een bouwwerk voor de omgeving waarin het zich bevindt;
- Het ontkennen of vernietigen van architectonische bijzonderheden bij aanpassing van een bouwwerk;
- Armoedig materiaalgebruik.
- Toepassing van felle of contrasterende kleuren.
- Te opdringerige reclames of reclames die een grove inbreuk maken op wat in de omgeving gebruikelijk is.
- Ernstige verwaarlozing van het uiterlijk van een bouwwerk.

BIJLAGE 19: ARTIST IMPRESSION AANVRAGER BIJ DONKERTE IS MISLEIDEND



Afbeelding 1: Artist impression (bron: bijlage bij vergunning)

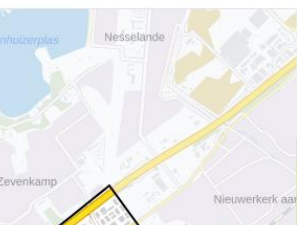


Afbeelding 2: Foto van de werkelijke situatie (bron: bewoner)


wijkwillendit.nl/capelle-aan-den-ijssel/project/fascinatio-kavel-4k3-6-heerenstede-carwash


Capelle aan den IJssel

Inloggen
Meld je aan





Fascinatio kavel 4K3-6 Heerenstede Carwash

Fascinatio

De wijk Fascinatio is de jongste wijk van Capelle aan den IJssel en bestaat sinds 2001. Naam en de inrichting van de wijk zijn ontleend aan het boek Fascinatio, de wonderwind van Tom Manders jr. De wijk bestaat uit een woonwijk met daaromheen een ring van bedrijven en kantoren. Deze ring is door het uitbreken van de kredietcrisis nog niet af. De stagnerende kantorenmarkt en de toenemende vraag naar woonruimte maakt dat ook in deze buitenste ring woningbouw initiatieven mogelijk zijn.



Gemeente Capelle aan den IJssel
initiatiefnemer

Capelle bouwt aan de stad

Bron: www.wijwillendit.nl d.d. 15 juni 2020

Vraag 15: Bomen van Rijckevorselweg / zichtbaarheid reclame Van Rijckevorselweg

Volgens de vergunning dient de reclame aan de Van Rijckevorselweg te worden verplaatst naar de linker bovenhoek.

Op deze locatie staan 7 bomen die het zicht op deze reclame aanzienlijk beperken (zie bijgevoegde foto).

a) Was de gemeente zich bewust van de aanwezigheid van deze 7 bomen op het moment van vergunningverlening?

Ja

b) Zo ja, op welke wijze is hiermee rekening gehouden in de motivering van de verplaatsing van de reclame?

Er is een mondelinge toezegging gedaan dat al bij de vergunningverlening van het gebouw zelf deze bomen verplaatst zouden worden. Deze bomen zijn eigendom van de gemeente.

c) Zo nee, welke gevolgen heeft de aanwezigheid van deze bomen naar uw mening?

d) Gaat de gemeente meewerken aan een (eventueel) verzoek van de carwash tot verplaatsing van deze bomen?

Er is een mondelinge toezegging gedaan dat al bij de vergunningverlening van het gebouw zelf deze bomen verplaatst zouden worden.

Gaat de gemeente meewerken aan een (eventueel) verzoek van de carwash tot het kappen van deze bomen?

Als deze bomen verplaatst zouden worden, is kap niet aan de orde.

NOS Teletext 104

R'dam ontslaat corrupte ambtenaren

■ De gemeente Rotterdam heeft drie ambtenaren van de afdeling Stadsbeheer op staande voet ontslagen. Ze hebben zich volgens de gemeente schuldig gemaakt aan ambtelijke corruptie, zoals het aannemen van giften.

Vier andere ambtenaren zijn op basis van dezelfde verdenking voorlopig geschorst. Het onderzoek naar hen gaat over belangenverstrengeling, financiële vergrijpen en plichtsverzuim, zegt de gemeente. Details worden niet gegeven.

De zeven kwamen in beeld na een onderzoek dat de rijksrecherche in 2018 deed naar fraude bij de gemeente. Ook toen werden twee medewerkers ontslagen.

[volgende](#) [nieuws](#) [weer&verkeer](#) [sport](#)

BIJLAGE 23: BEZWAARSCHRIFT D.D. 23-12-19 (DEELS): MELDING AANVANG BOUW RECLAME

BEZWAARSCHRIFT RECLAME EN INRIT CARWASH, VERPLAATSING BOMEN, AANLEGGEN VAN INRITTEN

Gemeente Capelle aan den IJssel
T.a.v. Burgemeester en Wethouders, afdelingen handhaving, vergunningen en bouwtoezicht
Postbus 70
2900 AB Capelle aan den IJssel

Datum: 23 december 2019

Geacht college van Burgemeester en Wethouders, geachte afdeling handhaving, vergunningen en bouwtoezicht,

Met dit schrijven tekenen wij bezwaar aan tegen de ontwikkelingen bij en omgevingsvergunning ten aanzien van de bouw van de carwash aan de Barckalaan in Fascinatio, Capelle aan den IJssel.

Het aanbrengen van de gevelreclame van de carwash lijkt in volle gang te zijn, terwijl er geen omgevingsvergunning is verleend en/of is gepubliceerd. Deze bouwwerkzaamheden zijn derhalve niet toegestaan, onrechtmatig en in strijd met de afgegeven omgevingsvergunning, waarin geen vergunning is verstrekt voor reclame. Deze bouwactiviteiten dienen derhalve onmiddellijk te worden stopgezet en alle materialen ten aanzien van en/of ten behoeve van de gevelreclame dienen onmiddellijk te worden verwijderd. Ook kan en mag er nog geen aanvang worden gemaakt met de aanleg van de inrit, aangezien ook op dit onderdeel nog geen vergunning is verstrekt. De toelichting treft u aan onder **onderdeel A** hieronder. Tevens dienen wij pro-forma bezwaar in tegen de verleende vergunning voor het verplaatsen van twee bomen bij de carwash (**onderdeel B**) en de verleende vergunning voor het aanleggen van inritten (**onderdeel C**).

[...]

3. Aanvang bouwwerkzaamheden gevelreclame

Inmiddels lijkt het aanbrengen van de gevelreclame in volle gang te zijn, terwijl er geen omgevingsvergunning is verleend en/of is gepubliceerd. Deze bouwwerkzaamheden zijn derhalve niet toegestaan, onrechtmatig en in strijd met de wel afgegeven omgevingsvergunning waarin geen vergunning is verstrekt voor reclame.

Deze bouwactiviteiten dienen derhalve onmiddellijk te worden stopgezet en alle materialen ten aanzien van en/of ten behoeve van de gevelreclame dienen onmiddellijk te worden verwijderd.



Afbeelding 2: Aanleg gevelreclame op het dak van de carwash aan de Barckalaan, Fascinatio, Capelle aan den IJssel

4. Nota buitenreclame 2015: Barckalaan is geen reclamezone, reclame mag hier niet

Voor de goede orde wijzen wij de gemeente er op dat volgens de Nota Buitenreclame 2015 de zone aan de Barckalaan is aangegeven als 'reclamevrije zone' (zie **bijlage 3**).

Reclame, zeker een reclame van dergelijke kolossale omvang, is en zal derhalve strijdig zijn met de Nota Buitenreclame 2015.

Van een vergunning voor deze reclame kan derhalve überhaupt geen sprake zijn.

5. Aanvullende aanvraag gevelreclame is strijdig met de Nota Beeldkwaliteit 2017

In de Nota Beeldkwaliteit 2017 is bepaald dat bij nieuwbouw reclames, rolluiken en installaties worden meentworpen (zie **bijlage 4**). In het geval van de carwash is nagelaten de reclame direct mee te ontwerpen. Het alsnog toestaan van reclame is derhalve strijdig met de Nota Beeldkwaliteit 2017.

Daarnaast is het alsnog toevoegen van reclame, zeker in deze omvang en gezien het stadium van het proces en de bouw, niet redelijk en billijk ten opzichte van bewoners van de wijk, bedrijven in de wijk en eventuele andere belanghebbenden.

Immers, omgevingsvergunning voor de carwash is, mogelijk, inmiddels onherroepelijk. Potentiële bezwaarmakers zijn derhalve nooit in de niet in de gelegenheid geweest en/of gesteld om zich een volledig beeld van dit pand, inclusief reclame vormen. Het kan niet worden uitgesloten dat bij presentatie van de vergunning inclusief reclame wel of meer bezwaarschriften waren ingediend tegen de carwash.

Zelfs op dit moment wordt op de website van de gemeente de carwash nog gepresenteerd zonder reclame (zie **bijlage 5** en paragraaf 6 hieronder).

BIJLAGE 24: EMAIL 8 JANUARI 2020: MELDING ILLEGAAL PLAATSEN RECLAME

From: [redacted] <[redacted]@xs4all.nl>
Sent: woensdag 8 januari 2020 23:33
To: 'Bouwtoezicht'; 'Handhaving'
Cc: [redacted]@ziggo.nl; [redacted]; [redacted]@gmail.com;
Subject: RE: Bezwaarschrift reclame, inrit(ten) en verplanten bomen carwash Fascinatio d.d. 23-12-2019

Geachte afdeling Handhaving en Bouwtoezicht,

Ten aanzien van onderstaande bezwaarschrift ontvingen wij vandaag per brief van de gemeente Capelle aan den IJssel (uw kenmerk 132692) als reactie ten aanzien van de gevelreclame:

- "Ten aanzien van de vergunning voor de gevelreclame delen wij u mede dat daarvoor geen vergunning is aangevraagd noch is verleend."
- "Uw bezwaarschrift tegen de gevelreclame merken wij daarom aan als een handhavingsverzoek. De afdeling Handhaving en Vergunningen zal u hierover verder informeren."

Voor de goede orde, en wellicht ten overvloede, stuur ik u hierbij een foto toe van de deze week (6 januari j.l.) gestarte activiteiten van het aanbrengen van de gevelreclame bij de carwash.

In afwachting van uw spoedige reactie.

Met vriendelijke groet,

[redacted]



BIJLAGE 25: MELDING 14 FEBRUARI 2020: AANBRENGEN NOG EEN ILLEGALE RECLAME

■■■■■ks4all)

From: ■■■■■
Sent: vrijdag 14 februari 2020 19:15
To: ■■■■■
Subject: Reclame bij de carwash aan de zijde A. Van Rijckevorselweg

Beste ■■■■■ geachte heer ■■■■■

Nogmaals dank voor jullie snelle actie en reactie vanochtend op de melding van het plaatsen van reclame bij de carwash aan de zijde A. Van Rijckevorselweg.
Ondanks jullie inspanningen en terugkoppeling constateerde ik vanavond bij thuiskomst dat de reclame van de carwash toch helaas vandaag is afgemaakt. Alleen de verlichting brandt nog niet.
Ik heb daarom voor de zekerheid zojuist ook nog handhaving gebeld om hier melding van te maken. Ik weet en snap niet hoe dit kan.

Omdat het nu weekend is stuur ik de foto's (excuses voor de matige kwaliteit) toch maar even aan jullie door, zodat jullie in ieder geval de laatste stand van zaken hebben.

Ik ben vanavond en het weekend telefonisch bereikbaar, maar wilde jullie op dit moment niet telefonisch lastigvallen, vandaar deze email.
We hebben ongetwijfeld weer spoedig contact.



Vrijdagavond 14 februari 2020, 18:40 uur

BIJLAGE 26: 2 AANVRAGEN TIJDELIJKE EN PERMANENTE RECLAME

BEKENDMAKINGEN	
Het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Capelle aan den IJssel maakt het volgende bekend:	
OMGEVINGSVERGUNNING	aangevraagd
Datum ontvangst: 15 januari 2020 Van Speykstraat 74 Voor de activiteit: het aanleggen van een inrit	
Datum ontvangst: 22 januari 2020 Kopspoor 29 Voor de activiteit: bouwen, uitbouw Fascinatio Boulevard , kavel E3675 (carwash) Voor de activiteit: reclame, tijdelijke en permanente reclame	
Let op: U kunt geen bezwaar maken tegen een vergunningaanvraag. U kunt pas bezwaar maken nadat een vergunning is verleend.	

Afbeelding 1: aanvraag vergunning 22-01-2020

BEKENDMAKINGEN	
Het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Capelle aan den IJssel maakt het volgende bekend:	
OMGEVINGSVERGUNNING	aangevraagd
Datum ontvangst: 1 april 2020 Barckalaan 20 Voor de activiteiten: bouwen en reclame, tijdelijke en permanente reclame Maindal 11 Voor de activiteit: bouwen, schutting voorzien Bas de Blokrede 26 Voor de activiteit: bouwen, openhaard rookkanaal	

Afbeelding 2: aanvraag vergunning 01-04-2020

Zaakpagina van 20200092

gemeente Capelle aan den IJssel



Naar het weekoverzicht Zoeken door alle gepubliceerde bekendmakingen [Zoeken]

Locatie		
Adres	Barckalaan 20 Carwash, 2909 VC CAPELLE AAN DEN IJSSEL	

Vergunninggegevens	
Dossier	20200092
Type vergunning	omgevingsvergunning
Soort vergunning	Reguliere procedure
Omschrijving	tijdelijke en permanente reclame
Ontvangstdatum	01-04-2020
Ontwerpbesluitdatum	n.v.t.
Besluitdatum	13-05-2020
Status	Verleend
Bijgewerkt tot	15-06-2020

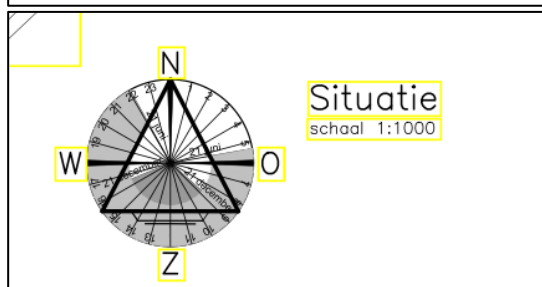
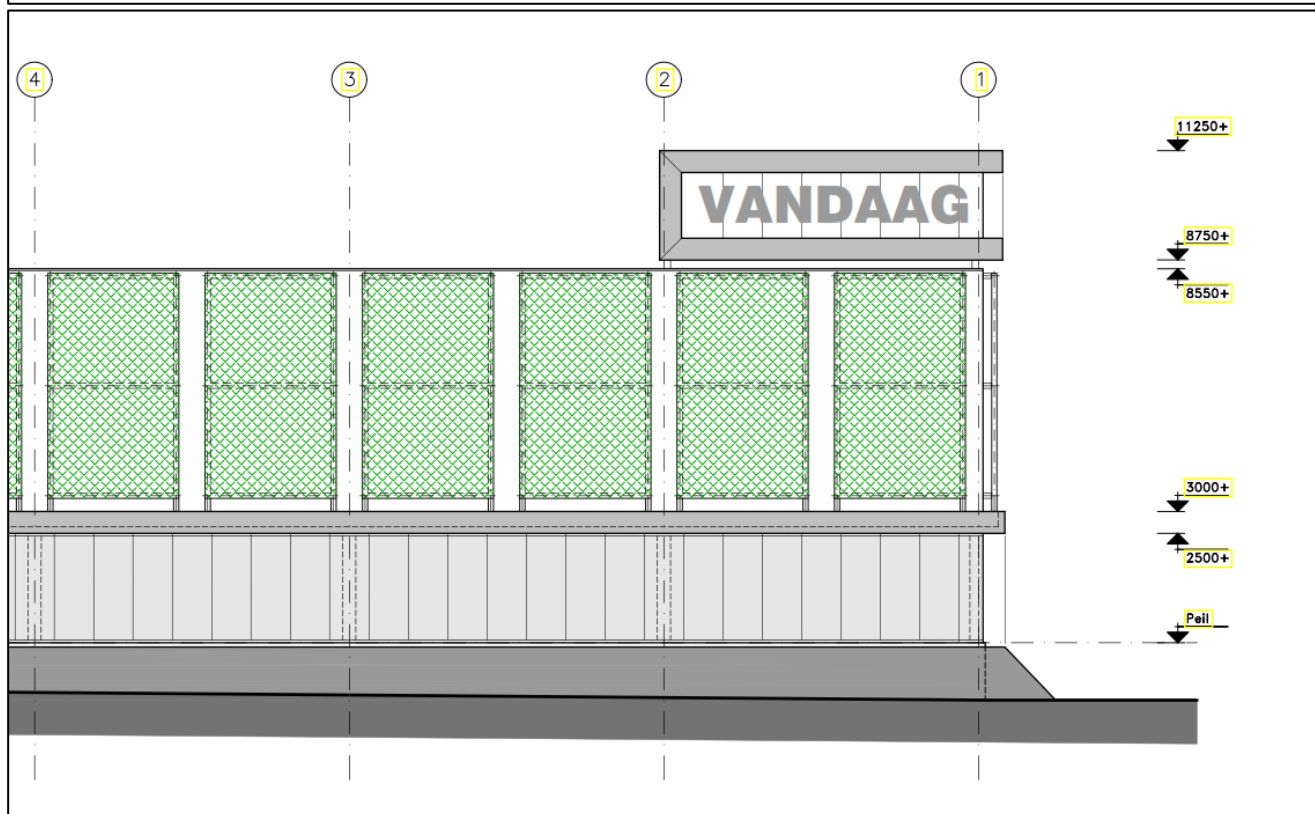
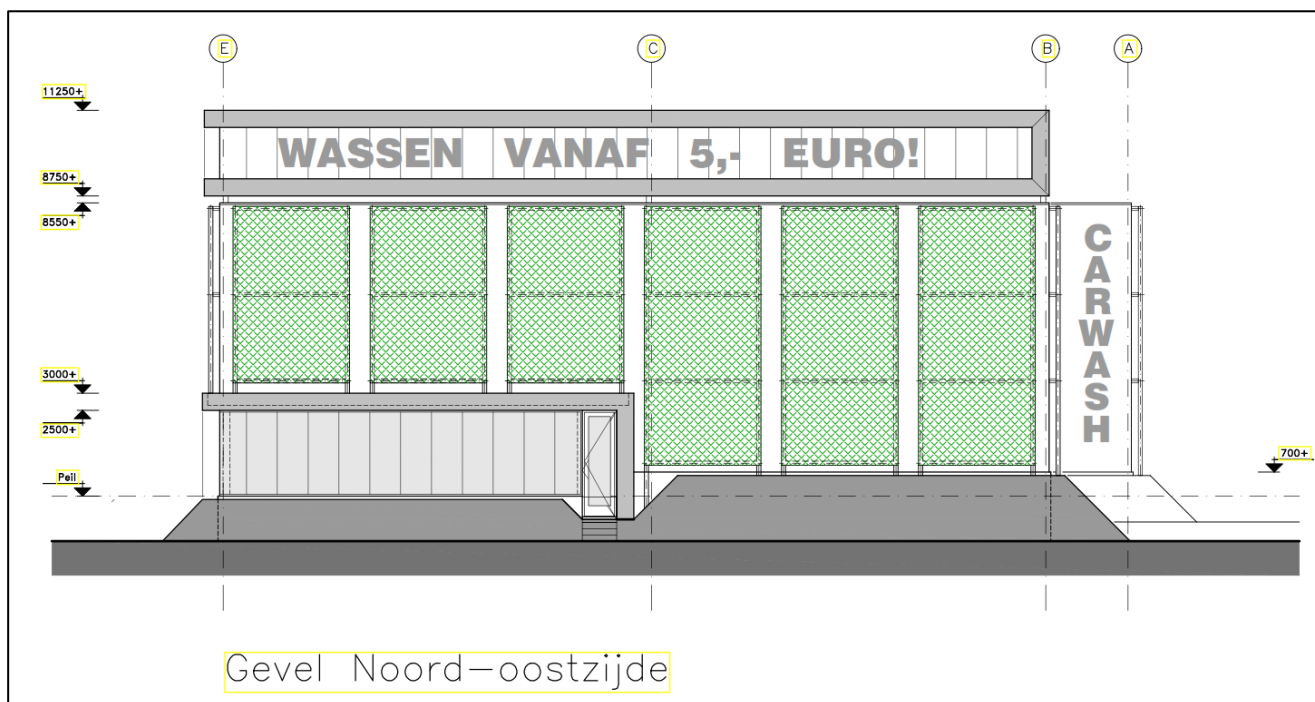
Toetsing		
Procedurenaam	Procedure onderdeel	Datum afgehandeld
Reguliere procedure	besluit reguliere procedure	14-05-2020

Adviezen		
Advies instantie	Advies waarde	Datum advies
Welstand	positief	17-04-2020
Welstand	negatief	17-04-2020

Activiteiten	
Activiteit	Werkzaamheden
reclame	Reclame plaatsen - Reclame - Hoofdgebouw

Afbeelding 3: bekendmakingencapelle.nl

BIJLAGE 27: ONTVANGEN MAATVOERINGEN RECLAME (RELEVANTE WEERGAVE)



BIJLAGE 28: NOTA BUITENRECLAME: BESTICKERING IN EEN PUI OF KADER



Afbeelding 1: Van Rijckevorselweg (lange zijde), grote raamstickers "OPEN"



Afbeelding 2: Hoek Van Rijckevorselweg / Van Beethovenlaan), grote raamstickers "OPEN"

12. Mobiele reclames:

Zeer regelmatig staat er op het terrein van de carwash mobiele reclame, bijvoorbeeld tijdelijke acties.

Is dit toegestaan?

Deze vraag ligt nog bij juridische zaken.

Een soortgelijke zaak is nu aan de orde.

13. Aanduiding OPEN achter glas:

Momenteel worden zeer grote letters "OPEN" achter het glas gevoerd bij de carwash.

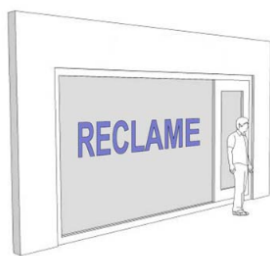
Is dit toegestaan?

Ja dit wordt niet gezien als een reclame-uiting.

Afbeelding 3: Vragen 12 en 13 aan de gemeente, met de antwoorden in rood.

Bestickering in een pui of kader (raamsticker)

Reclame kan ook in de vorm van bestickering op de ramen in de gevel van het bedrijf worden aangebracht. Met name bij de voorgevel van een bedrijf is het wenselijk dat de gevel transparant is en niet in zijn geheel met reclame wordt dichtgezet.



A) Vergunningvrij

Bestickering in een pui of kader

Reclamezones	Aantal	Geen maximum
	Oppervlakte	Minimaal 70% van het glasoppervlak van de voorgevel blijft transparant.
	Breedte	Maximaal gelijk aan de puihoogte
	Hoogte	Maximaal gelijk aan de puihoogte
Reclame-arme zones	Niet toegestaan	

B) Vergunningplichtig

Bestickering in een pui of kader

Reclamezones	Alleen toegestaan volgens de vergunningvrije criteria
Reclame-arme zones	Niet toegestaan

Afbeelding 4: Nota buitenreclame 2015, '[...] bestickering reclame-arme zones: Niet toegestaan [...]

Uitstallingsborden		
Gedurende openingstijden van de winkel is het toegestaan om goederen op de stoep uit te stallen, zodanig dat voetgangers hiervan geen hinder kunnen ondervinden (winkeluitstallingszone: deze is maximaal 1 meter, gemeten vanuit de gevel van de winkel en is niet breder dan de breedte van de gevel van de winkel). Het geplaatste uitstallingsbord mag niet leiden tot overlast of onveilige situaties. Vooral voor het wandelend publiek moet een veilige en vrije doorgang op straat gewaarborgd blijven. Ook mag er per winkel maximaal één reclame-uiting binnen die zone op de stoep staan. Een vergunning is niet vereist.		
A) Vergunningvrij		
Uitstallingsborden		
Reclamezones en reclame-arme zones	Aantal Plaatsing	Maximaal één reclame-uiting per vestiging In de winkeluitstallingszone: Haaks op de gevel; In de zone op de stoep voor de winkel, maximaal 1 meter uit de gevel, mits de stoep ter plaatse minimaal 3,50 meter breed is en er een obstakelvrije ruimte van 1,80 m gegarandeerd blijft.
	Hoogte	Maximaal 1,25 meter
	Breedte	Maximaal 0,85 meter
	Oppervlakte	De voet beslaat maximaal 0,7 m ²
B) Vergunningplichtig		
Uitstallingsborden		
Reclamezones en reclame-arme zones	Alleen toegestaan volgens de vergunningvrije criteria	

Afbeelding 1: Nota Buitenreclame 2015, Uitstallingsborden

5.6 Overige vormen van reclame
- Reclameborden op eigen erf: maximaal 1 bord per vestiging te plaatsen bij inrit of entree, met een maximale afmeting van 2 m². - Reclamevormen met een mobiel karakter, alsmede reclame-uitingen die niet grond- of nagelvast zijn, zijn niet toegestaan. Hieronder vallen onder meer aanhangwagentjes. - Reclame op putdeksels is niet toegestaan. - Reclames bij brandstofverkooppunten: omdat veelal meerdere reclames gewenst zijn (of reeds aanwezig zijn) is een reclameplan vereist bij wijziging van de reclame-uitingen of bij toevoeging van nieuwe uitingen. - Reclame op rotondes: zie Leidraad adoptie rotondes (453195).

Afbeelding 2: Nota Buitenreclame 2015, Overige vormen van reclame



Afbeelding 3, 4 en 5: 3 grote uitstallingsborden / reclameborden op het terrein van de carwash.

BIJLAGE 30: RECLAME BIJ ANDERE PANDEN IN FASCINATIO



- Buurpanden in Fascinatio
- Geen gevelreclame aan de woonzijde
- Uitsluitend kleine borden met bedrijfslogo's

