

Nota Reclamebeleid

naar een aantrekkelijk en opgeruimd straatbeeld





Inhoudsopgave

INHOUDSOPGAVE	2
1. INLEIDING	3
1.1 DE HUIDIGE SITUATIE.....	3
1.2 WETTELIJK KADER.....	3
1.3 DOEL EN SCOPE.....	4
1.4 BEOOGD RESULTAAT.....	5
1.5 UITGANGSPUNTEN VOOR DE UITVOERING VAN BELEID.....	5
1.6 BEGRIPSBEPALINGEN.....	5
1.7 CONCLUSIE.....	6
2. VERGUNNINGSVRIJE RECLAME-UITINGEN	7
3. RECLAME IN DE OPENBARE RUIMTE	8
3.1 UITGANGSPUNTEN.....	8
3.2 VOORWAARDEN VORMGEVING RECLAMEBORDEN IN DE OPENBARE RUIMTE.....	10
3.3 CRITERIA BEWEGWIJZERINGSBORDEN.....	10
3.4 HOTSPOTS.....	12
3.5 RECLAME-UITINGEN OP TERRASSEN EN TENTEN/STANDS.....	13
4. BEDRIJFSRECLAME	13
4.1 ALGEMENE UITGANGSPUNTEN.....	13
4.2 WOONGEBIEDEN EN WONINGEN IN HET BUITENGEBIED.....	16
4.3 GEMENGDE GEBIEDEN, VERBLIJFSRECREATIEGEBIEDEN, VOORZIENINGENCLUSTERS EN LOSSE BEDRIJVEN IN WOONGEBIEDEN.....	16
4.4 BEDRIJVENTERREINEN.....	16
4.5 CENTRUMGEBIEDEN.....	17
4.6 BESCHERMDE STADSGEZICHTEN.....	17
4.7 BEDRIJVEN IN HET BUITENGEBIED.....	18
5. HARDHEIDSCLAUSULE, OVERGANGSBEPALINGEN EN HANDHAVING	19
5.1 HARDHEIDSCLAUSULE.....	19
5.2 UITSTERFCONSTRUCTIE (OVERGANGSRECHT).....	19
5.3 HANDHAVING.....	19
6. STROOMSCHEMA AANVRAGEN RECLAME UITINGEN	20
7. VOORWAARDEN VERGUNNING RECLAMEBORDEN IN DE OPENBARE RUIMTE	21
8. TOETSINGSMATRIX VOOR VERGUNNINGAANVRAGEN RECLAME-UITINGEN	21
BIJLAGE: KAART MET 'HOTSPOTS'.....	25



1. Inleiding

De openbare ruimte is een belangrijke ontmoetingsplek waar veel mensen samenkomen en zich verplaatsen. Op Bonaire zien we dat reclame een steeds beeldbepalender en belangrijker element in het straatbeeld is. Reclame kan sterk overheersen en zo een negatief effect hebben op de ruimtelijke kwaliteit en veiligheid. Echter als reclame op een harmonische wijze ingepast wordt in zijn omgeving kan het een positief effect hebben op die omgeving. Het kan bijdragen aan de verlevendiging van het straatbeeld en de dynamiek van de stad accentueren. Daarom is er behoefte aan duidelijkheid wat wel en niet gewenst is en toegestaan kan worden. Dus het uitgangspunt is reclame mag, maar moet wel aan een aantal spelregels voldoen.

1.1 De huidige situatie

De laatste jaren hebben zich meer bedrijven op het eiland gevestigd. Vanwege marketing doeleinden is er een wildgroei aan allerlei soorten reclame-uitingen op Bonaire zichtbaar. Deze wildgroei zowel in de openbare ruimte als op particulier eigendom is een knelpunt geworden. Een ongecontroleerde toename van reclame-uitingen leidt tot ontsiering van het straatbeeld en kan ook tot gevaarlijke/onveilige situaties leiden aangezien het verkeersdeelnemers kan afleiden indien ze op risicovolle locaties geplaatst worden.

De Directie Toezicht & Handhaving heeft een overzicht opgesteld van controles van locaties i.v.m. precariorechten. De meeste reclameobjecten zijn illegaal of zonder de nodige vergunningen geplaatst. Het komt voor dat men niet weet dat er een vergunning nodig is. Een deel daarvan heeft vergunning aangevraagd en een ander deel is doorverwezen naar JAZ voor het aanvragen van een vergunning. Het afhandelen van aanvragen duurt erg lang doordat er geen geschreven beleid bestaat.

Ook vanuit de toerisme sector is aandacht gevraagd voor dit onderwerp. TCB heeft aangedrongen op een spoedige formulering en vaststelling van reclamebeleid om een mogelijke 'wildgroei' van ongewenste reclameborden te voorkomen, met alle mogelijke schadelijke gevolgen voor het toeristische imago van Bonaire, de openbare orde en verkeersveiligheid.

1.2 Wettelijk kader

Het reclamebeleid vindt zijn grondslag in diverse bepalingen neergelegd in zowel de 'Algemeene politiekeur van Bonaire' d.d. 2-12-2014 (APK, A.B. 2014 nr. 9) als in Ruimtelijk Ontwikkelingsplan Bonaire d.d. 8 oktober 2010 (ROB) en het BES Bouwbesluit, het bijbehorende beleidsdocument en de bijlage (dient nog te worden opgesteld en vastgesteld, althans het bijbehorende beleidsdocument en de bijlage).

Het reclamebeleid geldt als primaire toetsingsgrond binnen alle wettelijke kaders en is dan ook onverkort op alle reclame-objecten van toepassing.

Op grond van artikel 35a van de Algemeene Politiekeur Bonaire is het verboden zonder toestemming van het Bestuurscollege aan of zichtbaar



van de openbare wegen reclamebeschilderingen, reclameborden of reclameplaten te plaatsen of te doen plaatsen.

Artikel 35c van de APK bepaalt dat het bestuurscollege voorwaarden kan verbinden aan de toestemming genoemd in artikel 35a APK (dit betreft de vergunning voor het plaatsen van een reclamebord). De voorgestelde criteria kunnen als passend worden beschouwd binnen de belangen die de wetgever ten tijde van de totstandkoming van de APK wilde beschermen. Deze belangen betreffen de openbare orde, reinheid, rust en veiligheid.

De APK stelt tevens dat toestemming benodigd is voor het plaatsen of stallen van voorwerpen op de openbare weg (zie APK artikel 9 en 13).

Daarnaast is in het Ruimtelijk Ontwikkelingsplan Bonaire (d.d. 8 oktober 2010) een algemeen bouwvoorschrift opgenomen voor reclameborden. Het ROB biedt namelijk het juridisch-planologisch kader voor de beoordeling van bouwvergunning aanvragen. Conform artikel 66.1 mag een reclamebord geen grotere oppervlakte hebben dan 1 m². Het bestuurscollege kan vrijstelling verlenen van de hiervoor genoemde maat, indien het betreffende reclamebord geen afbreuk doet aan het straat- en bebouwingsbeeld, de verkeersveiligheid en de gebruiksmogelijkheden van de aangrenzende gronden.

Het BES Bouwbesluit geeft in artikel 2.1 en 2.2. aan dat bouwwerken constructief veilig dienen te zijn. Afhankelijk van de omvang van het reclamebord valt deze al dan niet onder vergunningsvrij bouwen.

Indien aanvragen betrekking hebben op plaatsing op domeingrond is het Besluit tarieven precario-rechten en retributies van kracht. Op grond van dit besluit worden rechten geheven voor onder andere terrassen, plantenbakken, standplaatsen, uitstallingen en reclame-uitingen.

Voorgesteld wordt onder reclame het volgende te verstaan: het verstrekken van informatie over diensten en producten, en vooral ook de aanprijzing ervan, met het doel er meer van te leveren (<https://nl.wiktionary.org/wiki/reclame>).

1.3 Doel en scope

Er is behoefte aan een formeel vastgesteld reclamebeleid. Het betreft zowel reclame objecten in de openbare ruimte als op particulier terrein.

Het doel van deze nota is het voorzien in een duidelijk beleid aan de hand waarvan aanvragen en praktijksituaties getoetst kunnen worden. Het beleid bevat een aantal duidelijke normen waaraan borden moeten voldoen, waaronder afmetingen en uitstraling, waarbij zoveel mogelijk aansluiting is gezocht bij het tot nu toe gehanteerde beleid. Dit richtte zich op een zo rustig mogelijk beeld binnen de bebouwde kom en dat “slechts bij of aan het pand waarvoor de reclame is bedoeld, reclame mag worden gemaakt, al dan niet op de openbare weg”.

Beoogd wordt het doel te bereiken door:

- A. Een betere regulering van reclame in de openbare ruimte door:
 1. het stellen van regels aan (bewegwijzerings)borden.



2. het bepalen van de vormgeving van bewegwijzeringsborden voor culturele/recreatieve doeleinden (musea, parken, sportvoorzieningen e.d.).
 3. het aanwijzen van zogeheten 'hotspots' langs hoofdwegen waar één reclameobject geplaatst wordt waarop afwisselend diverse reclameboodschappen geprojecteerd kunnen worden.
- B. Heldere criteria voor reclameborden en andere reclame-uitingen op privé terrein per gebied (waaronder gevelreclame).
- C. Verbetering en versnelling van de procedure van uitgifte van vergunningen voor reclame-uitingen.

1.4 Beoogd resultaat

Met een duidelijk beleid in de hand wordt beoogd te komen tot een aantrekkelijk rustig opgeruimd straatbeeld en een efficiëntere procedure van vergunningverlening. Op dit moment zorgen de hoeveelheid en variatie aan objecten die in de openbare ruimte geplaatst worden waaronder reclame-uitingen, dan wel reclame-uitingen aan gevels of op particuliere terreinen voor een rommelig beeld. Daarnaast speelt ook de verkeersveiligheid een rol. Door middel van het formuleren van criteria zal sturing worden gegeven aan welke objecten dan wel reclame-uitingen wel wenselijk zijn.

1.5 Uitgangspunten voor de uitvoering van beleid

Ten behoeve van een effectieve snelle afhandeling van verzoeken voor het plaatsen van reclame, of objecten in de openbare ruimte worden de volgende uitgangspunten in acht genomen:

1. Zodra dit beleid bestuurlijk is vastgesteld worden verzoeken om reclame-uitingen en plaatsing van andere objecten in de openbare ruimte door de ambtelijke diensten afgehandeld.
2. Het aantal administratieve handelingen mag niet groter zijn dan strikt noodzakelijk is.

1.6 Begripsbepalingen

In deze nota wordt verstaan onder:

Reclame: het verstrekken van informatie over diensten en producten, en vooral ook de aanprijzing ervan, met het doel er meer van te leveren

Vergunning: toestemming

Bedrijf: Een beroep, dienst(verlening), kantoor, winkel, horeca, hotel, appartementencomplex of maatschappelijke instelling. Kortom alle activiteiten waarvoor aandacht wordt gegeven aan reclame of naamsbekendheid.

Economische zone: het gedeelte van de (voor)gevel gelegen onder de goot dan wel de onderdorpel van de kozijnen op de 1^e verdieping.

Tekstkar: Voertuig waarop tekst wordt geprojecteerd ter regulering van het verkeer.



1.7 Conclusie

Gezien bovengenoemde uitgangspunten en doelstellingen wordt eerst vastgesteld in welke gevallen geen vergunning nodig is of alleen een melding. En daarna zullen criteria aangereikt worden waaraan reclame-uitingen dienen te voldoen.



2. Vergunningsvrije reclame-uitingen

Reclame uitingen zijn op dit moment vergunningplichtig op grond van artikel 35a van de APK. Voorgesteld wordt om alleen voor reclame-uitingen in de openbare ruimte op overheidsgrond een vergunning te vereisen. In deze gevallen is tevens het heffen van precariorechten aan de orde. Reclame-uitingen op privéterrein dienen te voldoen aan de in deze nota opgenomen criteria. Voor aanvragen inzake reclame-uitingen die buiten de criteria vallen wordt geen vergunning verleend. Reclame-uitingen gemonteerd op de gevel van een monument zijn altijd vergunningplichtig.

Het Bestuurscollege verleent een algemene toestemming voor:

1. opschriften, aankondigingen en afbeeldingen in het inwendig gedeelte van een onroerend goed (conform artikel 35b APK), mits niet zichtbaar vanaf de openbare weg;
2. opschriften, aankondigingen en afbeeldingen op zuilen, borden, muren of andere constructies, aangewezen door het bestuurscollege of waarvoor het bestuurscollege een overeenkomst is aangegaan tot het exploiteren van deze borden en zuilen;
3. opschriften, aankondigingen en afbeeldingen betrekking hebbend op:
 - a. het voldoen aan een wettelijk toegekende bevoegdheid (conform artikel 35 APK inzake gerechtelijke akten en andere stukken);
 - b. openbare verkoping, aanbiedingen ter verkoop, verhuur of verpachting van onroerend goed, voor zolang zij feitelijke betekenis hebben, mits zij worden aangebracht op of aan het onroerend goed waarop of waarin de verkoping, verhuring of verpachting zal plaatsvinden of dat te koop, te huur of in pacht wordt aangeboden;
 - c. aankondigingen van kennelijk tijdelijke aard voor zolang zij feitelijk betekenis hebben, doch voor niet langer dan 6 weken;mits deze opschriften en aankondigingen gezamenlijk geen grotere oppervlakte hebben dan 0,50 m² en geen grotere afmeting in een richting hebben dan 1.00 meter.
4. reclame uitingen voor het bedrijf dat in of op het onroerend goed wordt uitgeoefend of waarvoor dat goed is bestemd, zomede op naamborden, mits deze voldoen aan de criteria uit deze nota (zie hoofdstuk 4);
5. Publiciteit in verband met verkiezingscampagnes gedurende maximaal 4 weken.



Vergunningsvrij maar meldingsplichtig

6. opschriften betrekking hebbend op de naam en/of aard van de in uitvoering zijnde bouwwerken en/of de namen van degenen die bij het ontwerp en/of de uitvoering zijnde bouwwerken betrokken zijn en mits deze opschriften niet verlicht zijn, mits op eigen terrein gelegen, zulks voor zolang zij feitelijke betekenis hebben, en bij het Bestuurscollege zijn gemeld. Maximaal toegestane afmeting is 10m², met een maximale lengte of hoogte van 2,44 meter. Deze opschriften mogen maximaal 2 weken voor aanvang bouw worden geplaatst en dienen binnen 1 week na oplevering verwijderd te worden.
7. aankondigingen van verkoping, verhuring of verpachting van nieuwbouwprojecten voor zolang zij feitelijk betekenis hebben, mits zij worden geplaatst bevestigd of aangebracht op het terrein van het nog te ontwikkelen of reeds gerealiseerde nieuwbouwproject, en bij het Bestuurscollege zijn gemeld. Maximaal toegestane afmeting is 3 m², met een maximale lengte of hoogte van 2 meter.
8. reclames rondom sportvelden voor zover deze reclame is gericht tot zich op deze velden bevindend publiek, deze reclames niet hoger zijn dan de veldafzetting, de reclame-uitingen de verkeersveiligheid niet in gevaar brengen en bij het Bestuurscollege zijn gemeld.

In de volgende hoofdstukken worden de diverse onderwerpen van beleid behandeld.

3. Reclame in de openbare ruimte

3.1 Uitgangspunten

1. Uitgangspunt is dat reclame-uitingen altijd zijn gesitueerd op het perceel waar het bedrijf waarvoor reclame gemaakt wordt is gelegen of waar het product wordt verkocht. In bijzondere situaties zou een reclamebord net buiten het eigen terrein geplaatst kunnen worden, zoals bij monumenten. Dan geldt het volgende: een reclamebord is slechts toegestaan indien de plaats een directe relatie heeft met de zaak of het product van het bedrijf waarvoor op het *aangrenzende* terrein reclame wordt gemaakt. Er kunnen zich namelijk situaties voordoen waarbij bijvoorbeeld voor de voorgevel geen eigen terrein beschikbaar is maar een strook openbare ruimte in gebruik is als parkeerterrein en/of de erfgrans terug ligt ten op zichte van de naburige percelen. Dergelijke reclameborden dienen te voldoen aan de criteria van bedrijfsreclame (hoofdstuk 4). In dergelijke gevallen kan bijvoorbeeld een zuil zoals genoemd in 4.4. in de openbare ruimte toegestaan worden indien het geen afbreuk doet aan het straatbeeld, de verkeersveiligheid, en gebruik van de gronden door derden.
2. Een uitzondering op het uitgangspunt dat bedrijfsreclame niet buiten de directe omgeving van het bedrijf thuishoort, wordt gemaakt voor de hieronder in paragraaf 3.4 beschreven reclame-uitingen op specifiek

daartoe aangewezen locaties, zogenaamde 'hotspots', waar voor diverse bedrijven of producten reclame gemaakt kan worden.

3. Tevens zijn bewegwijzeringsborden toegestaan op de openbare weg aangezien dit het zoekgedrag van de automobilisten beperkt en daarmee een betere doorstroming van het verkeer bewerkstelligd en een verbetering van de verkeersveiligheid bereikt wordt (zie 3.3.2).
4. De reclame of bewegwijzering mag geen afbreuk doen aan de verkeersveiligheid zowel door het belemmeren van het uitzicht op kruispunten en rotondes, als door afleiding en de wijze van constructie. Tevens dient de doorgang van voetgangers en minder validen te allen tijde gewaarborgd te worden.
5. Indien een bedrijf in een bedrijfsverzamelgebouw/shopping mall gelegen is dient 1 gezamenlijk bord of een samengesteld bord bestaande uit uniforme onderdelen voor de naamgeving van diverse bedrijven toegepast te worden (zie 3.3.4).
6. Borden die verwijzen naar culturele of recreatieve voorzieningen zoals musea en (sport)parken dienen te voldoen aan de ANWB huisstijl (of een eventuele nieuwe meer eilandelijke huisstijl in de toekomst) en gegroepeerd geplaatst te worden (zie 3.3.5).
7. Stoepborden zijn niet gewenst aangezien deze zorgen voor een rommelig beeld en onveilige situaties, behalve indien geplaatst binnen 1,50m vanaf de eigen gevel, mits te allen tijde 1,20m vrij blijft voor voetgangers en rolstoelgebruikers, en zij niet groter zijn dan 61cm breed en 1m hoog. In Kaya Grandi kan medewerking worden verleend aan het plaatsen van plantenbakken van dezelfde afmeting en gelijke onderlinge afstand waarop aan maximaal twee zijden reclame wordt bevestigd mits hiervoor genoeg ruimte is.



8. Andere vormen van reclame uitingen in de openbare ruimte worden uitgesloten aangezien deze in zijn totaliteit een rommelig effect geven in het straatbeeld en de stroomstroming van verkeer en voetgangers kunnen belemmeren. Te denken valt aan sandwichborden aan lichtmasten (m.u.v. evenementen met vergunning), borden met daarop acties, dagmenu's en speciale aanbiedingen, reclame op plantenbakken (m.u.v. Kaya Grandi) en straatmeubilair, geparkeerde auto's met reclame (reclamevoertuigen), tekstkarren etc. De plaats van de reclame-uitingen dient immers een relatie te hebben met de zaak of het product waarvoor reclame wordt gemaakt en is dus gepast in, aan of voor het pand op eigen terrein.



Overheersende reclame ver van bedrijfspand

9. Wat betreft evenementen of tijdelijke aanbiedingen kunnen flyers uitgedeeld worden. Het is uitdrukkelijk niet de bedoeling dat deze aangeplakt worden op lichtmasten en straatmeubilair (zie APK, art. 35 lid a).
10. Bewegwijzeringsborden voor wandelingen of andere toeristische routes, of informatieborden dienen zoveel mogelijk uniform te zijn (zie 3.3.6).
11. Reclame voor alcohol en tabak is niet toegestaan bij sportvoorzieningen.
12. Borden met discriminerende uitingen zijn niet toegestaan.



3.2 Voorwaarden vormgeving reclameborden in de openbare ruimte

De volgende voorwaarden zijn van toepassing op de vormgeving van reclameborden in de openbare ruimte:

- Er mag alleen gebruik worden gemaakt van losse solide borden, die op zodanige wijze dienen te worden aangebracht dat geen gevaar met betrekking tot de verkeersveiligheid kan ontstaan, alsmede dat geen schade wordt toegebracht aan eigendommen van het OLB.
- In geen geval mogen metalen frames rond lichtmasten en bomen worden geplaatst.
- Knipperende en reflecterend reclames zijn niet toegestaan.
- Spandoeken zonder frame of lijst zijn door de vorm, uitstraling en grootte ongewenst, met uitzondering van evenementen met vergunning.

3.3 Criteria bewegwijzeringsborden

Geconstateerd wordt dat diverse bedrijven borden in de openbare ruimte plaatsen om de (potentiële) klant of gast te leiden naar het bedrijf. Zo verschijnen diverse borden in het straatbeeld voor allerlei bedrijven die niet direct in het zicht gelegen zijn aan een hoofdweg.



Om dergelijke bedrijven te faciliteren in hun bereikbaarheid is het niet gewenst om dergelijke borden in zijn geheel te verbieden. Echter is het wel van belang een aantal spelregels te hanteren voor aanvragen van dergelijke verwijsborden:

1. Per bedrijf/locatie is maximaal 1 bord toegestaan, vanaf de dichtstbijzijnde doorgaande weg, tenminste 1,20m vanaf de rijbaan. Er is overigens geen bezwaar tegen als het bewegwijzeringsbord op privé terrein geplaatst wordt.
2. Het bord heeft een (maximale) oppervlakte van 0,36 m² : (maximaal) 120cm breed en (maximaal) 30cm hoog. Bovenzijde eerste bord op maximaal 1 meter boven maaiveld, bij meerdere borden direct erboven te plaatsen op een gezamenlijk frame. De invulling van het bord dient zich te beperken tot het hoogst noodzakelijke (pijl met bedrijfsnaam en/of bedrijfslogo).



Buitenproportioneel grote borden
bord



Gewenste afmeting



Te hoog geplaatst

3. Het bord dient van duurzaam materiaal te zijn vervaardigd en goed onderhouden te worden.
4. Indien een bedrijf in een passage gelegen is, op de tweede verdieping, in een shoppingmall of een bedrijfsverzamelgebouw is het toegestaan op eigen terrein of indien daar geen plaats is vlak ervoor in de openbare ruimte of bij de toegangsweg (bij voorbeeld Sand Dollar shopping mall) 1 gezamenlijk bord voor de naamgeving van diverse bedrijven neer te zetten. De naamborden van de afzonderlijke bedrijven dienen onderling van dezelfde grootte zijn. Indien in de openbare ruimte geplaatst mag het naambord per bedrijf max. 120cm breed en max. 40cm hoog zijn.
5. Bewegwijzeringsborden voor recreatieve doeleinden zoals naar een natuurpark, culturele bezienswaardigheid, informatiecentrum, sportfaciliteit etc. worden in ANWB stijl uitgevoerd (of een eventuele nieuwe meer eilandeigen huisstijl in de toekomst). Deze kunnen wel op meerdere plekken geplaatst worden om de bereikbaarheid voor de toerist te vergroten. Voor het gehele eiland dienen deze uniform qua stijl te zijn. Hiernaast vindt u een referentiebeeld. Voorgesteld wordt dat deze borden de kleur blauw hebben waarbij het middendeel en de rand de kleur wit hebben. Het OLB heeft besloten de ANWB bewegwijzering te actualiseren.



6. Bewegwijzeringsborden voor wandelingen of andere toeristische routes, of informatieborden (bijv. natuurinfo op stranden) dienen ingetogen te zijn qua stijl en afmeting, in een herkenbare uniforme uitstraling.



passen in de omgeving.

Bewegwijzeringsborden zijn van beton en laag bij de grond (maximale hoogte 60cm t.o.v. maaiveld) met een maximale oppervlakte van 0,18 m² (60cm breed bij 30cm hoog). Duikplekken worden gemarkeerd met een geel geschilderde steen. Informatieborden hebben een afmeting van maximaal 120cm breed. De hoogte is afhankelijk van de hoeveelheid informatie maar dient te



7. Bij de uitgang van de airport is het toegestaan middels een gezamenlijk bord of onderling gelijke bewegwijzeringsborden de naamgeving van alle grootste hotels/resorts (te bepalen aan de hand van een minimaal aantal bedden) te plaatsen.

3.4 Hotspots

Geregeld komen verzoeken binnen bij het Openbaar Lichaam Bonaire om (electronic) billboards of LED screens te mogen plaatsen op domeingrond langs openbare wegen waarop afwisselende reclameboodschappen geprojecteerd kunnen worden (attentiemast). Om te voorkomen dat er een eindeloze rij met dergelijke borden langs wegen komt te staan zoals we op andere eilanden zien, wordt voorgesteld om een aantal hotspots aan te wijzen. Er wordt daarbij uitgegaan van de bestaande situatie en tevens rekening houdend met reeds verleende vergunningen voor zoverre deze gewenste locaties betreffen. Deze hotspots zijn gelegen langs de hoofdverkeersader op Bonaire van de Kaya International via Kaya Nikiboko Zuid naar Kaminda Rincon (zie bijlage). Het betreffen bestaande vergunde situaties, al dan niet gerealiseerd, en er wordt de mogelijkheid geboden voor attentiemasten aan beide entrees van Kaya Industria. Het uitgangspunt is dat er voldoende hotspots aanwezig zijn en het in principe niet gewenst is meer hotspots toe te voegen. De Kaya Korona wordt uitgesloten voor nieuwe locaties aangezien volgens de gegevens van de verkeerspolitie op deze weg relatief veel ongelukken gebeuren en meer afleiding van de automobilist niet gewenst is.

Een uitzondering zou gemaakt kunnen worden door te overwegen een attentiemast toe te staan bij entrees van bedrijventerreinen of commerciële zones waarop de diverse aanwezige bedrijven een kans krijgen zich te presenteren bijvoorbeeld de Kaya Amsterdam, Kaya G.N. Debrot ten noorden van de rotonde, Kaya Industria Zuid. Dit ter profilering van bijvoorbeeld nieuwe kantoorontwikkeling en andere clustering van bedrijvigheid.

Overzicht locaties hotspots

De volgende locaties worden vastgelegd als 'hotspots' op Bonaire (zie bijlage):

1. Entree van de airport (LED screen)
2. In de berm voor Goddard Catering nabij de bocht in Kaya International
3. Entree westzijde Kaya Industria ten oosten van de rotonde (attentiemast)
4. Entree oostzijde Kaya Industria
5. Kaya Industria ter hoogte van Cicilia Motors/ Total Car Rental
6. Hitess
7. Kaya Korona ter hoogte van Flamingo TV
8. In de berm van de Kaya Korona, tegenover Tong Fung Store
9. Parke Red Gold & Green, ten westen van de T-kruising Kaya Korona – Kaminda la Union – Kaya Caribe (LED de Jongh).
10. Entree Rincon, in de berm bij het politiebureau van Rincon.



Randvoorwaarden hotspots

Ter plaatse van deze hotspots langs de hoofdverkeersader van Bonaire is een reclame-uiting ter grootte van maximaal 2 meter bij 3 meter (6m²) toegestaan. Voor een attentiemast (overzicht van diverse ter plaatse gevestigde bedrijven) bij een entree van een bedrijventerrein of commerciële zone zou een afmeting van maximaal 2,5m bij 5m hoog toegestaan kunnen worden. LED screens dienen automatisch gedimd te worden in de avonduren.

Ter bescherming van de kwaliteiten van de historische binnensteden van Kralendijk en Rincon worden genoemde grootschalige reclame-uitingen in de openbare ruimte niet toegestaan. Er is een uitzondering gemaakt voor het TCB gebouw waar een LED screen is toegestaan voor een combinatie van commerciële reclame en publieksvoorlichting waaronder toeristische informatie.

3.5 Reclame-uitingen op terrassen en tenten/stands

De volgende criteria worden toegepast inzake reclame op terrassen en tenten/stands.

Als inhoud van de reclame-uiting op terrassen is alleen toelaatbaar de naam en/of het logo van het betreffende horecabedrijf. Reclame wordt uitsluitend op parasols of op een zonnescerm of luifel geplaatst, mits op een subtiele wijze: over de breedte van maximaal 50% van de parasol/scherm/luifel en een maximale hoogte van 30cm. Reclame parasols of andere merk en product reclame is niet toegestaan. Menuborden zijn toegestaan op het terras, maximaal 1m hoog en 61cm breed.

Wat betreft tenten/stands geldt dat er alleen reclame gemaakt mag worden voor het eigen bedrijf en alleen binnen de tent/stand met uitzondering van eventueel een naambord van het eigen bedrijf op de rand van de tent van maximaal 1,22m breed en maximaal 30cm hoog.

4. Bedrijfsreclame

4.1 Algemene uitgangspunten

Reclame moet opvallen. Dat is geen probleem zolang de reclame ondergeschikt is aan het pand en aan de omgeving. Uitgangspunt voor een goede beeldkwaliteit is dat reclame niet onbepaald wordt aangebracht en moet passen in de bestaande architectuur en stedenbouw. Daarnaast is er ook oog voor het commerciële belang van ondernemers bij het voeren van reclame. Binnen deze context worden de volgende criteria gehanteerd:

1. Reclame mag de (gevel)architectuur niet domineren maar vormt een ondergeschikte toevoeging en is zoveel mogelijk geïntegreerd in de architectuur van het pand;
2. Geen reclame aan gebouwen voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden c.q. verkrijgbaar zijn. Reclame is perceelsgebonden aan





de (hoofd) economische bedrijvigheid ter plaatse. De gevelreclame bestaat voornamelijk uit naamgeving van het bedrijf. Naast de naamgeving valt ook merkreclame onder gevelreclame. Merkreclame moet verwijzen naar producten/merken waar het bedrijf vertegenwoordiger van is of die verhandeld worden, en is alleen toelaatbaar op een bord van maximaal 0,2m² voor 1 merkreclame (bijv. top up point telefoonaanbieder). Bij meerdere merkreclames (van maximaal 0,2m² elk) dienen deze gezamenlijk geplaatst te worden op 1 bord, tot maximaal 1,6m². Dit is toegestaan in alle gebieden met uitzondering van woongebieden (4.2) en beschermde stadsgezichten (4.6);

3. Reclame mag de verkeersveiligheid en het uitzicht op de openbare ruimte niet ernstig belemmeren of ontsierend zijn voor de directe omgeving;
4. Reclame-uitingen gemonteerd op de gevel van een beschermd monument zijn altijd vergunningplichtig ingevolge de bepalingen van de Monumentenverordening Bonaire (AB 2010, no.16). Elke toevoeging aan een beschermd monument, dus ook reclame, moet geïnterpreteerd worden als een wijziging van dat beschermde monument. Per monument wordt geëvalueerd wat de mogelijkheden zijn qua reclame zodat de monumentale waarden van het monument zo min mogelijk worden aangetast.
5. Indien bedrijven in een passage, shopping mall of bedrijfsverzamelgebouw zijn gelegen dient de bedrijfsreclame op 1 gezamenlijk bord een plaats te krijgen. De vermelding van de naamgeving van afzonderlijke bedrijven dienen onderling van dezelfde grootte te zijn.
6. Reclame-uitingen dienen op zichzelf een hoogwaardige kwaliteit uit te stralen, daarbij wordt gelet op de vormgeving, typografie, kleurstelling en materiaalgebruik.
7. Knipperende, bewegende en reflecterende reclames als led's, lichtkranten, lcd's en projecties zijn niet toegestaan;
8. Losse letters en geschilderde letters op de gevel of op de luifel genieten de voorkeur mits kwalitatief vormgegeven en goed onderhouden;
9. Het aanlichten van reclame teksten geniet de voorkeur boven neonletters of lichtbakken;
10. Spandoeken zonder frame zijn door de vorm, uitstraling en grootte ongewenst, m.u.v. evenementen met vergunning.
11. Reclame op een plat dak of op een hellend dak (boven de gootlijn) is niet toegestaan.
12. Reclame mag niet boven de dakrand uitsteken indien een gebouw 1 verdieping heeft.
13. In het geval het gebouw meerdere verdiepingen heeft dient de reclame zich te bevinden in de ruimte onder de ramen op de eerste verdieping.



14. Reclame mag niet onderaan een balkon gehangen worden.

15. Indien het gebouw een verhoogde begane grond verdieping heeft dient de gevelreclame onder de dakrand geplaatst te worden (zie voorbeeld KFC).

16. Indien flyers op privé eigendom worden aangeplakt in het zicht vanaf openbare de weg mogen die maximaal 2 weken van te voren worden aangebracht en dienen binnen 3 dagen na het



- event verwijderd worden. Vanuit het oogpunt van het stadsaanzicht en het milieu wordt de voorkeur gegeven aan publicatie via de media en op multifunctionele schermen zoals die van TCB op het pand Kaya Grandi 2.
17. Borden moeten solide zijn en veilig geplaatst worden.
 18. Borden met discriminerende uitingen zijn niet toegestaan.

Goede voorbeelden bedrijfsreclame



Minder aantrekkelijke bedrijfsreclame



4.2 Woongebieden en woningen in het buitengebied

In een gebied dat hoofdzakelijk is ingericht voor woondoeleinden passen geen reclame-uitingen. Er ontbreekt immers een relatie tussen het woonmilieu en reclame-uitingen. Een uitzondering hierop vormen woningen met een beroep of bedrijf aan huis. In dergelijke gevallen is een bescheiden aanduiding, bevestigd tegen gevel of in de tuin aanvaardbaar.

- Reclame voor aan huis gebonden beroep is ondergeschikt van aard en omvang.
- Eén reclame met een maximum oppervlak van 0,75 m² is mogelijk.
- Het toepassen van lichtbakken is niet toegestaan, beperkte aanlichting wel.
- Reclame uitingen dienen zorgvuldig vormgegeven te worden.

4.3 Gemengde gebieden, verblijfsrecreatiegebieden, voorzieningenclusters en losse bedrijven in woongebieden

- Gevelreclame mag alleen in de economische zone worden gesitueerd, dat wil zeggen niet hoger dan de gootlijn dan wel de onderdorpel van de kozijnen op de eerste verdieping.
- De gevelreclame heeft een maximale breedte van 60% van de gevelbreedte van het pand waar de economische bedrijvigheid plaats vindt en een hoogte van maximaal 1.00 m. Een andere verdeling van deze maximale oppervlakte is denkbaar mits de architectuur dit mogelijk maakt.
- Op eigen terrein mag 1 losstaand bord van maximaal 3 m² groot geplaatst worden.
- Bij grote hotels/resorts kan bij de ingang een zuil van maximaal 2m breed en maximaal 4,5m hoog toegestaan worden ten behoeve van naamgeving van het hotel/resort en de aan haar verbonden bedrijven mits de ruimte het toelaat (bijv. aan de Kaya G.N. Debrot).
- Per gevel gericht naar het openbaar gebied is één haaks reclamebord met een maximaal oppervlak van 1,00 m² mogelijk. Het bord mag maximaal 1.20 m uitsteken voor de gevel, mits het bord niet over de rijweg uitsteekt. De onderkant van het bord dient een minimale hoogte van 2,20m te hebben (i.v.m. onderdoorloop).



4.4 Bedrijventerreinen

- Reclame op gevels die naar het openbaar toegankelijk gebied zijn gericht heeft een maximale oppervlakte van 40% van het geveloppervlak waar de economische bedrijvigheid plaats vindt.
- Aan een bedrijfsverzamelgebouw, waarin meerdere bedrijven zijn gehuisvest, is een architectonisch ingepaste reclamezone met een maximaal oppervlak zoals hierna genoemd mogelijk waarin de verschillende gebruikers ieder een (uitwisselbare) plek kunnen krijgen.
- Plaatsing in het gevelvlak, niet op de dakrand.

- Indien losse letters worden toegepast is de maximale oppervlakte van de buitencontouren van de reclame niet groter dan 50% van het geveloppervlak.
- Op eigen terrein is één losstaand bord van maximaal 6 m² groot mogelijk.
- Op eigen terrein is één (gezamenlijke) vrijstaande zuil met een maximale afmeting (bxh) van 1,25 x 4,50 m mogelijk.

4.5 Centrumgebieden

Voor percelen gelegen in centrumgebieden, maar welke geen onderdeel uitmaken van een beschermd stadsgezicht (zie 4.6) gelden de volgende regels.

- Gevelreclame mag alleen in de economische zone worden gesitueerd, dat wil zeggen niet hoger dan de onderdorpel van de kozijnen op de eerste verdieping.
- De gevelreclame heeft een maximale breedte van 60% van de gevelbreedte waar de economische bedrijvigheid plaats vindt en een hoogte van maximaal 0,60 m. Een andere verdeling van deze maximale oppervlakte is denkbaar mits de architectuur dit mogelijk maakt.
- Per gevel gericht naar het openbaar gebied is één haaks reclamebord met een maximaal oppervlak van 0.75 m² mogelijk. Het bord mag maximaal 1.00 m uitsteken voor de gevel mits het bord niet over de rijweg uitsteekt. De onderkant van het bord dient een minimale hoogte van 2,20m te hebben (i.v.m. onderdoorloop).
- Op eigen terrein is één losstaand bord van maximaal 1m bij 2m mogelijk.

4.6 Beschermd stadsgezichten



De karakteristieke historische eigenschappen van de binnenstad van Kralendijk en Rincon kunnen versterkt worden door zorgvuldig om te gaan met bijvoorbeeld de winkelpuien en de grootte van reclame uitingen. Het behoud van onze historische binnenstad en het mogelijk versterken hiervan is een belangrijk doel van de Centrumvisie. Hiermee wordt het verblijfsklimaat veraangenaamd, de aantrekkingskracht

groter waardoor onze binnenstad meer kwaliteit zal uitstralen. Een aantrekkelijke binnenstad kan een meerwaarde hebben voor het toeristisch product Bonaire. De kwaliteit van de historische binnenstad verdient een terughoudend reclamebeleid. Het betreft de gebieden met de dubbelbestemming Beschermd stadsgezicht in het Ruimtelijk Ontwikkelingsplan Bonaire.

- Gevelreclame evenwijdig aan de gevel in de vorm van losse letters is toegestaan.
- Gevelreclame mag alleen in de economische zone worden gesitueerd, dat wil zeggen niet hoger dan de gootlijn dan wel de onderdorpel van de kozijnen op de eerste verdieping.
- Lichtbakken evenwijdig aan de gevel zijn niet toegestaan.
- De losse letters hebben een maximale hoogte van 40cm, een maximale dikte van 20cm en de maximale breedte van losse letters omvat maximaal 50% van de gevelbreedte (van één als zodanig herkenbaar pand) waar de

economische bedrijvigheid plaats vindt. Een andere verdeling van deze maximale oppervlakte is denkbaar mits de architectuur dit mogelijk maakt.

- Per gevel gericht naar het openbaar gebied is één haaks reclamebord in de vorm van een lichtbak of een paneel mogelijk met een maximaal oppervlak van 0.50 m² en maximale dikte van 20cm. Het bord mag maximaal 0.80 m uitsteken voor de gevel mits het bord niet over de rijweg uitsteekt. De onderkant van het bord dient een minimale hoogte van 2,20m boven de stoep of straat te hebben (i.v.m. onderdoorloop). De reclame mag tot halverwege de ramen van de eerste verdieping worden bevestigd. Voor horecabedrijven is het toegestaan om twee haakse reclameborden te plaatsen; één voor de bedrijfsnaam en één voor een merk drank dat wordt gevoerd.
- Op eigen terrein is één losstaand bord van maximaal 0,80m bij 1,50m mogelijk.
- Het is wenselijk dat de kleurstelling van reclame past bij de kleurstelling van het pand.
- Banieren en reclamevlaggen zijn niet toegestaan.
- De plaatsing van markiezen of uitvalschermen van geweven stof is toegestaan. De kleurstelling moet passen bij de kleurstelling van het pand. Felle en fluoriserende kleuren zijn niet toegestaan. Markiezen en uitvalschermen dienen minimaal 2,2 meter boven de stoep of straat te worden aangebracht, mogen maximaal 80% van de stoepbreedte uit de gevel 'vallen' bij een maximaal toegestane uitval van 1,2m.
- Met betrekking tot reclame-uitingen op en bij beschermde monumenten wordt verwezen naar 4.1.4.



Haaks reclamebord, passende kleurstelling

4.7 Bedrijven in het buitengebied

- Gevelreclame mag alleen in de economische zone worden gesitueerd, dat wil zeggen niet hoger dan de onderdorpel van de kozijnen op de 1^e verdieping.
- De gevelreclame heeft een maximale breedte van 60% van de gevelbreedte van het pand waar de economische bedrijvigheid plaats vindt en een hoogte van maximaal 1.00m. Een andere verdeling van deze maximale oppervlakte is denkbaar mits de architectuur dit mogelijk maakt.
- Op eigen terrein is één losstaand bord van max. 1,50m bij 2,50m mogelijk.
- Kleurstelling is ingetogen, passend bij het landschappelijk karakter van het buitengebied.
- Lichtbakken zijn niet toegestaan.



5. Hardheidsclausule, overgangsbepalingen en handhaving

5.1 Hardheidsclausule

Het Bestuurscollege kan gemotiveerd afwijken van de gebieds- en objectgerichte criteria uit deze nota voor niet in deze nota geregelde gevallen. Dit kan gebeuren bij verzoeken voor reclame-uitingen die niet voldoen aan de vastgelegde criteria maar wel een kwalitatieve toevoeging aan hun omgeving vormen of qua afmeting en uitstraling niet leiden tot afbreuk of ontsiering van het straatbeeld.

5.2 Uitsterfconstructie (overgangsrecht)

Bestaande reclameborden en objecten die met de benodigde vergunningen geplaatst zijn op particuliere gronden of in de openbare ruimte en afwijken van het nieuwe beleid worden gerespecteerd. Voor deze reclame-uitingen geldt een zogeheten 'uitsterfconstructie' of overgangsrecht. Dit betekent dat de rechten van de vergunninghouders worden gerespecteerd en dat de bestaande, vergunde reclameborden en objecten kunnen blijven daar waar zij zijn geplaatst zolang de vergunning van kracht is.

Het reclamebeleid is enkel van toepassing op nieuw te plaatsen reclame-uitingen. Wel kan de verbouwing van een pand, de wisseling van eigenaar/gebruiker of het vervangen van borden, bijvoorbeeld voor vernieuwing of voor de wijziging van huisstijl, aanleiding zijn om het nieuwe beleid toe te passen.

Deze uitsterfconstructie is niet van toepassing op reclameborden en objecten, welke zich in de openbare ruimte bevinden zonder dat hiervoor een vergunning is verleend en grote borden op particuliere gronden (excessen). Er is dus geen sprake van een gedoogsituatie van aanwezige illegale reclameborden en objecten. Constatering van de aanwezigheid van dergelijke borden en objecten, na vaststelling van deze Nota, is aanleiding om de gebruikelijke handhavingprocedure te volgen.

De vergunningaanvragen die reeds vóór de inwerkingtreding van deze Nota zijn ingediend, maar waarop nog geen besluit is genomen, worden getoetst aan deze Nota.

5.3 Handhaving

Het al dan niet functioneren van een reclamebeleid valt of staat met de handhaving ervan. In gevallen waarin men zich niet aan de afgesproken regels houdt, is het van groot belang dat hiertegen snel wordt opgetreden, anders raakt het draagvlak voor de regelgeving snel uitgehold en zullen er spoedig meer overtredingen plaatsvinden.

Uitzonderingen op het beleid dienen, in verband met het gelijkheidsbeginsel, te allen tijde goed te worden gemotiveerd. Is dit niet mogelijk dan dient er een belangenafweging om te handhaven plaats te vinden. Tot handhaving wordt overgegaan bij reclame-uitingen waarvoor niet de benodigde vergunningen zijn aangevraagd (en deze wel vereist zijn), reclame-uitingen die afwijken van de vergunning(en) of indien men zich niet houdt aan de regels zoals dit in het reclamebeleid omschreven staat. De eigenaar wordt in de gelegenheid gesteld om (alsnog of opnieuw) een vergunning aan te vragen voor de gerealiseerde reclame-uitingen of deze in overeenstemming te brengen met het beleid. Als niet voldaan



wordt aan het reclamebeleid kan de vergunningaanvraag worden geweigerd. Het Bestuurscollege schrijft de eigenaar van het bord en/of grond in dat geval aan, om binnen een door het Bestuurscollege te bepalen termijn de strijdigheid op te heffen. Degene tot wie de aanschrijving is gericht, of diens rechtsopvolger, is verplicht deze aanschrijving op te volgen.

Is geen vergunning mogelijk of worden de reclame-uitingen niet binnen de gestelde termijn weggehaald, dan geschiedt dit door het Openbaar Lichaam Bonaire op kosten van diegene die verantwoordelijk is voor de plaatsing van het reclamebord.

6. Stroomschema aanvragen reclame uitingen

Hieronder volgt de procedure voor het afhandelen van verzoeken om vergunning inzake reclame-uitingen.

Indien sprake is van een verzoek dat valt binnen de criteria van een melding dient slechts een afbeelding van de reclame-uiting inclusief maatvoering en locatie afgegeven te worden bij de afdeling Realisatie van de Directie Ruimte & Ontwikkeling. Deze afdeling stelt de Directie Toezicht & Handhaving op de hoogte. Voor vergunningplichtige gevallen geldt de volgende procedure:

1. Aanvrager vult aanvraagformulier in bij Juridische & Algemene Zaken (JAZ), JAZ boekt de aanvraag in en stuurt de aanvraag naar Directie R&O om advies, en stuurt Directie Toezicht & Handhaving een kopie toe.
2. Directie R&O afdeling Realisatie toetst/behandelt het verzoek (reclamebeleid, verkeersveiligheid, berekening precario). Daarbij wint deze advies in bij de verkeersafdeling van de politie en stemt af met afdeling Beleid & Projecten (toetsing aan Centrumvisie bijvoorbeeld). Dit resulteert in een adviesmemo.
3. Directie R&O boekt het adviesmemo uit naar JAZ.
4. JAZ registreert ontvangen adviesmemo van Directie R&O.
5. JAZ stelt vergunning (toestemming) op op basis van Algemeen Politiekeur Bonaire. JAZ voorziet per januari 2017 de vergunningen van een nummer. Hoofd JAZ heeft mandaat om de APK vergunningen namens de Gezaghebber te tekenen.
6. JAZ stelt precario brief op voor de aanvrager en stuurt een c.c. naar Directie T&H, Directie R&O, politie, en Financiën.
7. JAZ neemt contact op met de aanvrager om hem/haar te informeren zijn/haar vergunning al dan niet op te mogen komen halen.
8. Stukken worden gedeponereerd door JAZ.
9. Financiën verzorgt monitoring van betaling van precariorechten. Jaarlijks krijgt de vergunninghouder een factuur, worden eventueel aanmaningen verstuurd, en wordt de betaling geïnd.

Indien tijdens controles door Directie Toezicht & Handhaving blijkt dat men geen vergunning heeft noch heeft aangevraagd en betreffende reclame-uiting past



binnen de criteria, wordt betreffend bedrijf verzocht bij JAZ een aanvraagformulier in te vullen.

7. Voorwaarden vergunning reclameborden in de openbare ruimte

Het is van groot belang dat de vergunning vergezeld wordt van goede en duidelijke voorwaarden en daarbij maatwerk wordt gehanteerd omdat ieder geval en iedere locatie op zichzelf bekeken moet worden.

De volgende voorwaarden zijn in ieder geval van belang:

- De vergunning vervalt na 1 jaar indien het bord niet geplaatst is.
- De vergunning is maximaal 5 jaar geldig, om in te kunnen spelen op voortschrijdend inzicht/ actualiseren van beleid.
- Plaatsing van een bord dient tenminste 1,20m vanaf de openbare weg te geschieden, bij hoofdwegen tenminste 2 meter vanaf de openbare weg.
- Op het trottoir dient altijd 1,20m breedte vrij gehouden te worden voor voetgangers

Er wordt naar gestreefd de vergunningaanvraag binnen 8 weken af te handelen. Het is echter niet zo dat na acht weken de vergunning van rechtswege wordt verleend.

8. Toetsingsmatrix voor vergunningaanvragen reclame-uitingen

Bij toetsing van aanvragen dient eerst getoetst te worden of de aanvraag binnen de vergunningsvrije categorie valt, een meldingsplicht aan de orde is of vergunningsplichtig is.

In onderstaand overzicht is zichtbaar welke reclame-uitingen onder welke categorie vallen.

Vergunningsvrije reclame-uitingen (paragraaf 2.2. en hoofdstuk 4 mits op eigen terrein)	
<ul style="list-style-type: none">• Zoals beschreven in 2.2. 1 t/m 5	Vergunningsvrij
Criteria voor 2.2.4 beschreven in hoofdstuk 4 (reclame op privé terrein)	(m.u.v. beschermde monumenten, zie 4.1.4)
<ul style="list-style-type: none">• Zoals beschreven in 2.2. 6 t/m 8	Vergunningsvrij maar wel meldingsplicht
Vergunningsplichtige reclame-uitingen > hoofdstuk 3 (reclame in de openbare ruimte)	

Indien het een vergunningsplichtige reclame-uiting betreft gelden de volgende criteria:

Reclame in de openbare ruimte
<i>Algemene criteria (zie paragraaf 3.1)</i>
1. Uitgangspunt is dat reclame-uitingen altijd zijn gesitueerd op het perceel waar het bedrijf waarvoor reclame gemaakt wordt is gelegen of waar het product wordt verkocht. In bijzondere situaties zou een reclamebord net buiten het eigen terrein geplaatst kunnen worden. Dan geldt het volgende: een reclamebord is slechts toegestaan indien de plaats een

directe relatie heeft met de zaak of het product van het bedrijf waarvoor op het aangrenzende terrein reclame wordt gemaakt. Dergelijke reclameborden dienen te voldoen aan de criteria van bedrijfsreclame (zie hoofdstuk 4).

2. Een uitzondering op het uitgangspunt dat bedrijfsreclame niet buiten de directe omgeving van het bedrijf thuishoort, wordt gemaakt voor de in paragraaf 3.4 beschreven reclame-uitingen op specifiek daartoe aangewezen locaties, zogenaamde 'hotspots'.

3. Bewegwijzeringsborden zijn toegestaan aangezien dit het zoekgedrag van de automobilisten beperkt en daarmee een betere doorstroming van het verkeer bewerkstelligt en een verbetering van de verkeersveiligheid bereikt wordt (zie 3.3.2).

4. De reclame of bewegwijzering mag geen afbreuk doen aan de verkeersveiligheid zowel door het belemmeren van het uitzicht op kruispunten en rotondes, als door afleiding en de wijze van constructie. Tevens dient de doorgang van voetgangers en minder validen te allen tijde gewaarborgd te worden.

5. Voor winkels/bedrijven in een shopping mall of bedrijfsverzamelgebouw geldt dat één gezamenlijk bord of een samengesteld bord van uniforme onderdelen is toegestaan.

6. Bewegwijzeringsborden die verwijzen naar culturele of recreatieve voorzieningen zoals musea en (sport)parken dienen te voldoen aan de ANWB huisstijl en gegroepeerd geplaatst te worden direct boven elkaar (zie 3.3.5).

7. Stoepborden zijn niet gewenst aangezien deze zorgen voor een rommelig beeld en onveilige situaties, behalve indien geplaatst binnen 1,50m vanaf de eigen gevel mits te allen tijde 1,20m vrij blijft voor voetgangers en rolstoelgebruikers en zij niet groter zijn dan 61cm breed en 1m hoog. In Kaya Grandi kan medewerking worden verleend aan het plaatsen van plantenbakken van dezelfde afmeting en gelijke onderlinge afstand waarop aan maximaal twee zijden reclame wordt bevestigd mits hiervoor genoeg ruimte is.

8. Andere vormen van reclame uitingen in de openbare ruimte worden uitgesloten aangezien deze in zijn totaliteit een rommelig effect geven in het straatbeeld en de stroomstroming van verkeer en voetgangers kunnen belemmeren (zoals sandwichborden, voertuigen e.d., zie 3.1 onder 8)

9. Flyers voor evenementen mogen niet aangeplakt worden op lichtmasten en straatmeubilair. Flyers op privé eigendom mogen maximaal 2 weken van tevoren worden aangebracht en dienen binnen 3 dagen na het event verwijderd worden. Voorkeur voor publicatie via de media en op multifunctionele schermen zoals die van TCB (hotspots).

10. Bewegwijzeringsborden voor wandelingen of andere toeristische routes uniform.

11. Reclame voor alcohol en tabak niet toegestaan bij sportvoorzieningen.

12. Borden met discriminerende uitingen zijn niet toegestaan

13. losse solide borden

14. geen metalen frames rond lichtmasten en bomen

15. geen knipperende en reflecterende reclames

16. geen spandoeken zonder frame m.u.v. evenementen

Specifieke criteria (zie paragraaf 3.3)

Bewegwijzeringsborden



1. Per bedrijf/locatie is maximaal 1 bord toegestaan, ter hoogte van de dichtstbijzijnde doorgaande weg. Het bord dient tenminste 1,20m vanaf de weg/rijbaan geplaatst te worden.
2. Het bord heeft een oppervlakte van (maximaal) 0,36m², (maximaal) 120cm breed en (maximaal) 30cm hoog. De bovenkant van het bord mag tot maximaal 1 meter boven maaiveld uitsteken in het geval van 1 bord, meerdere borden

<p>bedrijven/winkels</p>	<p>moeten daar direct boven geplaatst worden.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Het bord dient van duurzaam materiaal te zijn vervaardigd en goed onderhouden te worden. 4. Indien een winkel/bedrijf in een passage gelegen is, op de tweede verdieping, in een shoppingmall of een bedrijfsverzamelgebouw is het toegestaan op eigen terrein of indien daar geen plaats is vlak ervoor in de openbare ruimte of bij de toegangsweg 1 gezamenlijk bord voor de diverse bedrijven/winkels neer te zetten. De naamborden van de afzonderlijke bedrijven dienen onderling van dezelfde grootte zijn. Indien in de openbare ruimte geplaatst mag het naambord per bedrijf max.120cm breed en max.40 cm hoog zijn. 5. Indien in bijzondere gevallen bedrijfsreclame wordt toegestaan in de openbare ruimte dient deze te voldoen aan de criteria uit hoofdstuk 4.
<p>Bewegwijzeringsborden culturele en recreatieve voorzieningen</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bewegwijzeringsborden voor recreatieve doeleinden zoals naar een natuurpark, culturele bezienswaardigheid, informatiecentrum, sportfaciliteit etc. worden in ANWB stijl uitgevoerd. 2. Deze kunnen wel op meerdere plekken geplaatst worden om de bereikbaarheid voor de toerist te vergroten. Voor het gehele eiland dienen deze uniform qua stijl te zijn. Hiernaast vindt u een referentiebeeld. 3. Deze borden hebben de kleur blauw waarbij het middendeel en de rand de kleur wit hebben. 
<p>Bewegwijzeringsborden voor wandelingen of andere toeristische routes, of informatieborden (bijv. natuur info bij de kust of in natuurgebieden)</p>	<p>De borden dienen ingetogen te zijn qua stijl en afmeting, in een herkenbare uniforme uitstraling. Bewegwijzeringsborden zijn van beton en laag bij de grond (maximale hoogte 60cm ten opzichte van maaiveld) met een maximale oppervlakte van 0,18 m² (60cm breed bij 30cm hoog). Informatieborden hebben een afmeting van maximaal 120cm breed. De hoogte is afhankelijk van de hoeveelheid informatie.</p>
<p>Hotspots (3.4) a. LED/Electronic boards b. Attentiemasten</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ter plaatse van deze hotspots langs de hoofdverkeersader van Bonaire (zie bijlage) is een reclame-uiting (bijv. LED screen) ter grootte van max. 2 meter bij 3 meter (6m²) toegestaan. 2. Attentiemast (overzicht van diverse bedrijven) bij een entree van een bedrijventerrein of commerciële zone heeft een maximale afmeting van 2,5m breed bij 5m hoog.
<p>Reclame-uitingen op terrassen en tenten/stands (3.5)</p>	<p>Terrassen: alleen toelaatbaar de naam en/of het logo van het betreffende horecabedrijf. Reclame uitsluitend op parasols of op een zonnescherm of luifel over de breedte van maximaal 50% van de parasol/scherm/ luifel en een max. hoogte van 30cm. Reclame parasols of andere merk en product reclame is niet toegestaan. Menuborden zijn toegestaan op het terras, max. 1m hoog en 61cm breed. Tenten/stands: alleen reclame voor het</p>



	eigen bedrijf en alleen binnen de tent/stand m.u.v. eventueel een naambord van het eigen bedrijf op de rand van de tent van max. 1,22m breed en max. 30cm hoog.
Bedrijfsreclame: vergunningsvrij mits op eigen terrein en conform criteria hoofdstuk 4	
<i>Algemene uitgangspunten (zie paragraaf 4.1)</i>	
<ol style="list-style-type: none">1. Reclame mag de (gevel)architectuur niet domineren.2. Geen reclame aan gebouwen voor diensten of producten die niet in het pand plaatsvinden c.q. verkrijgbaar zijn.3. Reclame mag de verkeersveiligheid en het uitzicht op de openbare ruimte niet ernstig belemmeren of ontsierend zijn voor de directe omgeving;4. Reclame-uitingen gemonteerd op de gevel van een beschermd monument zijn altijd vergunningplichtig ingevolge de bepalingen van de Monumentenverordening Bonaire (AB 2010, no.16). Elke toevoeging aan een beschermd monument, dus ook reclame, moet geïnterpreteerd worden als een wijziging van dat beschermde monument. Per monument wordt geëvalueerd wat de mogelijkheden zijn qua reclame zodat de monumentale waarden van het monument zo min mogelijk worden aangetast.5. Indien bedrijven in een passage, shopping mall of bedrijfsverzamelgebouw zijn gelegen dient de bedrijfsreclame op 1 gezamenlijk bord een plaats te vinden, vermelding van afzonderlijke bedrijven onderling van dezelfde grootte/afmeting.6. Reclame-uitingen dienen op zichzelf een hoogwaardige kwaliteit uit te stralen.7. Knipperende, bewegende en reflecterende reclames als led's, lichtkranten, lcd's en projecties zijn niet toegestaan;8. Losse letters en geschilderde letters op de gevel of op de luifel genieten de voorkeur mits kwalitatief vormgegeven en goed onderhouden;9. Het aanlichten van reclame teksten geniet de voorkeur boven neonletters of lichtbakken;10. Spandoeken zonder frame zijn door de vorm, uitstraling en grootte ongewenst, m.u.v. evenementen met vergunning.11. Reclame op een plat dak of op een hellend dak (boven de gootlijn) is niet toegestaan. Bij een hellend dak is reclame in de gootlijn toegestaan tot een max. hoogte van 60cm;12. Reclame mag niet boven de dakrand uitsteken indien een gebouw 1 verdieping heeft.13. In het geval het gebouw meerdere verdiepingen heeft dient de reclame zich te bevinden in de ruimte onder de ramen op de eerste verdieping.14. Reclame mag niet onderaan een balkon gehangen worden.15. Indien het gebouw een verhoogde begane grond verdieping heeft dient de gevelreclame onder de dakrand geplaatst te worden (zie voorbeeld KFC).16. Indien flyers op privé eigendom worden aangeplakt in het zicht vanaf openbare de weg mogen die maximaal 2 weken van te voren worden aangebracht en dienen binnen 3 dagen na het event verwijderd worden. Publicatie via media/hotspots heeft de voorkeur.17. Borden moeten solide zijn en veilig geplaatst worden.18. Borden met discriminerende uitingen zijn niet toegestaan.	
Woongebieden en woningen in het buitengebied	Zie paragraaf 4.2
Gemengde gebieden, verblijfsrecreatiegebieden en voorzieningclusters	Zie paragraaf 4.3
Bedrijventerreinen	Zie paragraaf 4.4

Centrumgebieden	Zie paragraaf 4.5
Beschermde stadsgezichten	Zie paragraaf 4.6
Bedrijven in buitengebied	Zie paragraaf 4.7

Bijlage: Kaart met 'hotspots'

