

## **Belangenverenigingen Binnenstad Noord, De Oude en De Nieuwe Delf, en Zuidpoort**

P/a Rietveld 15  
2611 LG Delft  
tel.: 015-2146848  
e-mail: [bestuur@binnenstadnoord.nl](mailto:bestuur@binnenstadnoord.nl)  
webadres: [www.binnenstadnoord.nl](http://www.binnenstadnoord.nl)

Aan: Gemeente Delft  
Afdeling Stadsbeheer en Realisatie  
t.a.v. mevrouw drs. M. Hoogendoorn-Bruins Slot  
Postbus 78 2600 ME Delft

Delft, 20 februari 2026

Kenmerk: BBN2026-3  
Onderwerp: Herziening Reclamebeleid Gemeente Delft

Geachte mevrouw Hoogendoorn-Bruins Slot,

Op 13 januari heeft u contact gehad met de commissie behoud stadsschoon van Delfia Batavorum over de herziening van het reclamebeleid. Dit n.a.v. de vraag of er ook bij anderen dan ondernemers input wordt opgehaald voor de herziening van het reclamebeleid.

We hebben dit op onze gezamenlijke bijeenkomst van de drie bewonersbelangenverenigingen besproken, en ook bij onze achterban het punt geagendeerd. Op basis van die gesprekken geven we graag enkele punten mee voor het nieuwe beleid. We maken onderscheid tussen (a) het beleid t.a.v. reclame op bouwwerken, (b) reclame in de openbare ruimte en (c) handhaving.

### **a. Reclame op bouwwerken /gevelreclame**

Momenteel maakt de welstandsnota onderscheid tussen beschermd stadsgezicht en elders.

1) Hoewel buiten onze 'opdracht' als binnenstad belangenverenigingen, vragen we ons toch af of de 'bescherming' die het beschermd stadsgebied nu biedt voor een deel niet voor alle bouwwerken buiten bedrijventerreinen elders in de stad zou moeten gelden, dus zeker ook in andere winkelgebieden – in het belang van de ruimtelijke kwaliteit aldaar.

De huidige regels stellen voor het beschermd stadsgezicht o.a.:

- *Breng de reclame aan in losse letters op de gevel -> hier zijn we het nadrukkelijk mee eens, maar we zien regelmatig dat er platen op de gevel worden aangebracht met een gedrukte naam.*
- *Fluorescerende kleuren zijn niet toegestaan -> ook hier zijn we het nadrukkelijk mee eens.*

2) Wat ons betreft gaat het breder ook om felle kleuren. Kleuren die uit de toon vallen, in het beschermd stadsgezicht. Van belang is een goede omschrijving.

- Kleine lichtbakken mag u alleen als uitsteekreclame gebruiken.

3) Dit artikel regelt niets over de felheid van het licht in de lichtbakken. Met de komst van ledverlichting, zie je steeds vaker felle verlichting, met negatieve gevolgen voor de woon- en leefomgeving. Het is van belang in de regels hier grenzen aan te stellen.

4) We zien in de praktijk regelmatig lichtbakken in de etalages. Wat ons betreft onwenselijk. We pleiten er voor de regels hier eenduidig te maken. Ook lichtbakken die voor het raam staan in de winkel vallen onder deze regels voor gevelreclame, omdat ze zich richten op mensen buiten de winkel.

- *Verlichting mag alleen de reclame zelf verlichten, niet de omgeving of andere delen van de gevel.* De generieke regels (niet beperkt tot beschermd stadsgezicht) stellen bovendien: *"Bewegende reclame, lichtkranten, knipperend licht en lichtsnoeren zijn niet toegestaan"*

5) We zien dat de verlichting rond winketalages feller wordt, met een negatief effect op de beleving van de ruimtelijke kwaliteit in de avond- en nachturen. Het lijkt ons wenselijk hier in het beleid ook uitspraken over te doen. CBS werkt momenteel aan een lichtplan voor de binnenstad; wat ons betreft liggen daar mooie aanknopingspunten.

6) We zien in de praktijk ook lampen op de gevel, die de omgeving verlichten. Bij horeca zien we op grote schaal lichtsnoeren bij terrassen, wat niet aansluit op het beleid. We vinden beide onwenselijk, en vinden dat duidelijk moet worden gemaakt dat volgens bovengenoemde regels dit inderdaad niet mag. Het beleid zou duidelijk moeten maken op welke wijze terrassen tijdens openingstijden verlicht kunnen worden, en ook dat na sluitingstijden er geen sprake meer kan zijn van verlichting.

- *Reclame over meerdere panden is niet toegestaan* -> wat van belang is, is voor ons dat de individuele panden herkenbaar zijn in de structuur. Een doorlopend beeld op gevel bij bijvoorbeeld geschakelde panden is voor ons niet wenselijk
- *Bij een kantoor of bedrijfsverzamelgebouw mag u boven de begane grond alleen de gebouwnaam of 1 reclame aanbrengen*

7) Deze bepaling is weinig concreet, en kan tot ongewenste reclame-uitingen leiden. We zien geen noodzaak om namen van gebouwen prominent te vermelden in het beschermd stadsgezicht, en pleiten er voor dit uit de algemene regels te halen. Eventueel kan dit dan via maatwerk worden toegestaan.

- *Bij hoekpanden mag u ook reclame op de zijgevel plaatsen.*

8) Onduidelijk in deze bepaling is of reclame op een blinde muur mag worden aangebracht, bijvoorbeeld op een zijmuur in een zijstraat. Dat lijkt ons niet wenselijk.

- *Reclame op zonwering of markiezen mag maximaal 20% van het oppervlak beslaan en niet groter zijn dan 1,5 m<sup>2</sup>* -> eens, hier gelden eerdere opmerkingen over kleurgebruik; omdat voor aanbrengen van een zonwering een nodig is, is het onzes inziens wenselijk ook de aangebrachte reclame-uiting uit welkstandsoogpunt te laten beoordelen
- *Reclame op ramen mag maximaal 20% van het glasoppervlak bedekken.*

9) Hierbij moet de reclame doorzichtig zijn. Het afplakken van een raam met een ondoorzichtig stuk reclamemateriaal is wat ons betreft nooit wenselijk, ook als dit slechts 20% van de gevel bedekt. Dus wel tekst op de gevel, maar geen veld met een ondoorzichtige kleur.

De met matglazen/geblindeerde etalages en deuren voorziene tabakswinkels die zijn verschenen, zijn onzes inziens niet passend in het beschermd stadsgezicht. Zou goed zijn als de regelgeving hier ook aandacht aan zou besteden.

## **b. Reclame in de openbare ruimte**

We lezen in het beleid:

- *Wilt u in Delft reclame maken in de openbare ruimte, op een andere plek dan de stoep voor uw bedrijf? Dat mag u dit alleen doen via de bedrijven waarmee de gemeente reclamecontracten heeft afgesloten.*

10) We vinden dat de locaties die de bedrijven met reclamecontracten kunnen gebruiken, via een zorgvuldige procedure bepaald moeten worden. In de binnenstad vinden we dat over deze objecten in de openbare ruimte het advies van de AOK gevraagd dient te worden, en zoveel mogelijk beperkt dienen te worden.

11) Reclamemogelijkheden ontwikkelen zich; technisch kan er veel. We vinden lichtbakken of TV-schermen in de openbare ruimte voor permanente reclame-uitingen in het beschermd stadsgezicht onwenselijk

12) We zien de laatste jaren het gebruik van banners aan lantarenpalen voor reclame-uitingen. We vinden dat dit beperkt moet zijn tot niet-commerciële activiteiten, bijvoorbeeld over cultuur en natuur en alleen voor een bepaalde tijd, bijvoorbeeld vier weken.

13) We weten de discussie die gevoerd is in de gemeenteraad over banners over de grachten en het hierover bereikte compromis; los van het doel vinden we deze banners te veel afbreuk doen aan het stadsgezicht, en vragen om heroverweging binnen deze integrale herziening.

14) We zien op diverse plekken nog terrasschermen die vol staan met reclameteksten, die niet voldoen aan de ambities van het terrassenbeleid; dat is jammer. Hier missen we handhaving.

15) Stoepborden vallend onder het beleid t.a.v. geveluitstallingen (19<sup>e</sup> uitvoeringsbesluit APV). zijn in het gemeentelijk beleid toegestaan in een strook van 1 meter uit de gevel, mits de ruimte op de stoep voldoende breed is (minimaal 2,20 meter als vrije doorgang; zie ook 'De voetganger op een'). Verder mag er maximaal 1 reclamebord of -object staan. De praktijk is dat borden vaak buiten de strook van 1 meter uitstaan, dat er geregeld meer dan een bord of reclameobject staan. Verder staan ze ook vaak op plekken waar de doorloopbreedte op het trottoir onder druk staat. Beide vinden we onwenselijk.

## **c. Handhaving beleid**

Vanuit onze belangenverenigingen hebben we de afgelopen jaren een aantal keren een handhavingsverzoek ingediend n.a.v. op de gevel aangebrachte reclame. In het begin deden we dat vanuit het idee dat een voorbeeld een preventieve werking zou hebben, en dat andere ondernemers hun overtreding daardoor zouden beëindigen. Dat hebben we helaas nooit gemerkt. Waarschijnlijk hebben veel ondernemers ook door dat er nauwelijks of geen actieve handhaving vanuit de gemeente plaatsvindt op gevelreclame. Wij vinden dit bijzonder ongewenst, omdat de overtredingen vaak een zeer negatieve invloed hebben op het stadsgezicht. Als voorbeelden noemen we u het 100% dichtplakken van ramen, het toepassen van lichtbakken in de etalage, het gebruik van fluorescerende kleuren.

16) Wij vragen u bij de actualisatie van het beleid, en met name bij het beleid ten aanzien van gevelreclame in het beschermd stadsgezicht, expliciet aandacht te besteden aan de handhaving, in die zin dat ook hier actieve handhaving zal plaatsvinden.

Met vriendelijke groeten, namens

Belangenvereniging Binnenstad Noord

Belangenvereniging De Oude en De Nieuwe Delf

Belangenvereniging Zuidpoort

Marlies (M.E.J.) Heesen, voorzitter

Rob (R.M.) Stikkelman, voorzitter

Dannie (D.) van Seters, vice-voorzitter