



prénatal



Inhoud

Nieuw beleid voor buitenreclame	5
Minder en betere regels	5
Informatie op website	5
Nieuwe en bestaande reclames, ingangsdatum	5
Buitenreclame: wat is het en waar mag het?	7
Reclamezones	7
Reclamearme zones	7
Uitgangspunten regelgeving	9
Wettelijke kaders	9
Nieuwe regels voor buitenreclame op gevels en eigen erf	11
Geen vergunning nodig	11
Lichte bouwvergunning	13
Reguliere bouwvergunning	15
Algemene criteria	17
Specifieke criteria	19
Reclame in de openbare ruimte	21
Algemene criteria	21
Specifieke criteria	21
Vlaggen en banieren	21
Evenementenreclame en bijzondere situaties	22
Nieuwe reclame	22
Bijzondere campagnes	22
Steigerdoek	22
Uitstallingsborden	22
Leges	23
Meer weten	23



Nieuw beleid voor buitenreclame

Een wildgroei aan reclames kan leiden tot een onrustig, rommelig en soms zelfs verkeersonveilig straatbeeld. Als er op deze plekken een actief reclamebeleid was geweest, hadden deze winkelstraten er beter uitgezien.

Sinds 29 december 2007 geldt in Rotterdam een nieuw beleid voor buitenreclame.

Hiermee wil de gemeente voorkomen dat er een wildgroei van reclame-uitingen ontstaat. Op sommige plekken in het centrum dreigt de situatie al uit de hand te lopen. Het gevolg is een onrustig, rommelig en soms zelfs verkeersonveilig straatbeeld. Heldere regels brengen rust en kwaliteit in de buitenruimte. Ze voorkomen bovendien dat de verkeersveiligheid onder druk komt te staan.

Ook voor de reclamemakers is het effect gunstig, immers: als alle reclameborden in een straat kriskras door elkaar staan en hangen, ziet de voorbijganger door de bomen het bos niet meer. Een overzichtelijk straatbeeld vergroot de herkenbaarheid van buitenreclame.

Minder en betere regels

Een ander voordeel van het nieuwe beleid is dat de regels helder en transparant en in aantal verminderd zijn. Tot nu toe waren de meeste reclameobjecten vergunningplichtig volgens de Woningwet of APV. Dit betekende dat het college van B&W of het dagelijks bestuur van een deelgemeente voor vrijwel alle reclame-uitingen een aparte vergunning moest verlenen. In de praktijk werden veel reclames gedoogd en trad de gemeente alleen op bij klachten. Op sommige plaatsen in de stad verrommelde het straatbeeld daardoor.

In het nieuwe beleid zijn reclames van bescheiden omvang vergunningsvrij gemaakt. Voor de iets grotere reclameobjecten is een lichte bouwvergunning nodig en zijn heldere regels opgesteld. Aan de hand daarvan kan meteen nagezocht kan worden of het plan aan de eisen voldoet en een vergunning dus niet nodig is of zeker verstrekt zal worden. Slechts in een beperkt aantal gevallen is een reguliere bouwvergunning nodig.

Informatie op website

Het Rotterdamse (buiten)reclamebeleid en alle nieuwe regels zijn vastgelegd in de Koepelnota Welstand Rotterdam (hoofdstuk Reclame), die in december 2007 is vastgesteld door de gemeenteraad. In deze brochure vindt u een samenvatting van de belangrijkste uitgangspunten en nieuwe regels. Op de websites www.rotterdam.nl/welstand en www.rotterdam.nl/reclame vindt u het volledige overzicht.

Nieuwe en bestaande reclames, ingangsdatum

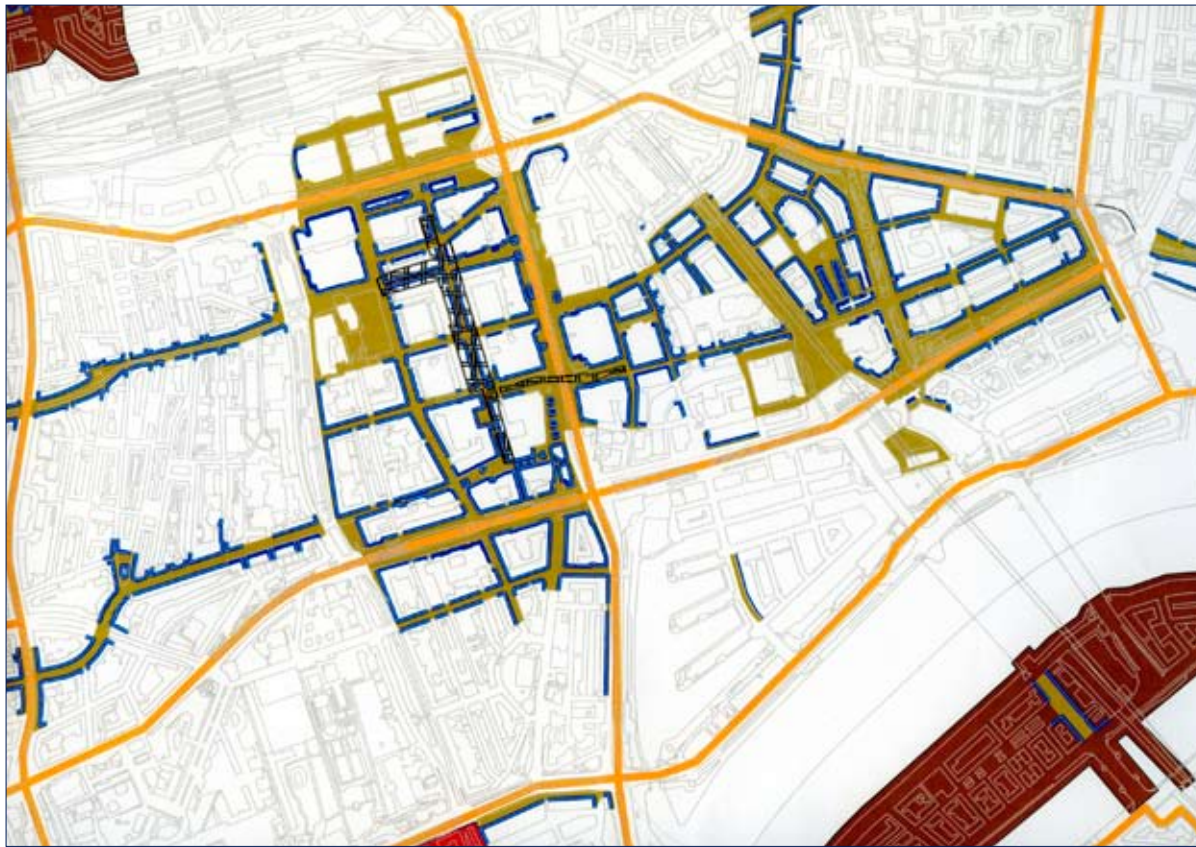
De nieuwe regels gelden voor alle reclame die nieuw aangebracht wordt of die wordt vervangen.

Voor bestaande buitenreclame geldt een overgangstermijn van tien jaar, die is ingegaan in maart 2006, de datum waarop de Nota Buitenreclame Rotterdam door de gemeenteraad werd vastgesteld.

Vanaf 2016 moet alle reclame in Rotterdam aan de nieuwe criteria voldoen en zal het nieuwe reclamebeleid ook op grote schaal gehandhaafd worden.

Tot 2016 wordt bij reeds bestaande reclameobjecten alleen opgetreden als er

De reclamekaart van het centrum van Rotterdam



 Bedrijven (inclusief havenreinen) en kantoorlocaties	 Reclamearme gebieden	 Winkelgevels	 Afwijkend reclamebeleid (zie nota)
 Winkelstraten / reclamezones	 Beschermd stadsgezicht - in procedure	 Hoofdwegenstructuur	
 Welstandvrije zones	 Beschermd stadsgezicht - vastgesteld	 De Ruit	Reclamegebieden Rotterdam

Rotterdam is onderverdeeld in reclamezones en reclamearme zones. Daarnaast is er een beperkt aantal zones waar een afwijkend reclamebeleid is of waar reclames welstandsvrij zijn.

De kaart met de reclamegebieden voor heel Rotterdam is te vinden op www.rotterdam.nl/welstand of www.rotterdam.nl/reclame.

sprake is van een exces of indien de handhaving van reclame onderdeel uitmaakt van een opknopbeurt van een pand, straat of buurt. Bij een exces gaat het om een reclame-uiting die zo ernstig in strijd is met redelijke eisen van welstand, dat grote groepen mensen zich eraan ergeren. Ook ernstige overlast of gevaar voor de verkeersveiligheid kunnen een aanleiding vormen om op te treden.

Buitenreclame: wat is het en waar mag het?

Alle vanaf de straat zichtbare opschriften, mededelingen en aankondigingen zijn vormen van buitenreclame. Op welke manier ze ook zijn vormgegeven of geïntegreerd in het gebouw, en ook als de boodschap niet commercieel van aard is.

Er zijn twee categorieën buitenreclame:

- **Reclame in de openbare ruimte**

Voorbeelden zijn de lichtbakken en driehoeksborden rondom lantaarnpalen ofabri-reclame. Deze vorm van buitenreclame wordt verzorgd door een paar grote aanbieders, die goed op de hoogte zijn van de regels.

- **Gevelreclame en reclame op het eigen erf** (dus niet in de openbare ruimte).

Onder deze categorie valt de buitenreclame van winkeliers, bedrijven en horecaondernemers, maar bijvoorbeeld ook van scholen en culturele instellingen.

Reclamezones

In het reclamebeleid worden reclamezones en reclamearme zones onderscheiden.

In de reclamezones past reclame goed bij de functies die er zich afspelen en ondersteunt reclame de kwaliteit van de buitenruimte. In de reclamezones is buitenreclame een vanzelfsprekend onderdeel van het straatbeeld mits voldaan wordt aan een aantal criteria. Tot de reclamezones behoren b.v. horeca- en winkelgebieden, bedrijventerreinen, hoofd- en verzamelwegen en sommige delen van de haven.

Reclamearme zones

De gemeente Rotterdam kent ook een aantal reclamearme zones. In deze zones is buitenreclame (ook op het eigen erf) maar heel beperkt en/of alleen op bijzondere voorwaarden toegestaan. Dit omdat reclame niet 'matcht' met de functie van het gebied of omdat het authentieke karakter van de omgeving eronder kan lijden. Reclamearme zones zijn bijvoorbeeld woonwijken, natuur- en recreatiegebieden, monumenten, historische plekken en beschermde stadsgezichten.

Op de website vindt u een plattegrond van de gemeente Rotterdam, waarop alle zones in beeld zijn gebracht.



Banketbakkerij
Carlier



55

Uitgangspunten regelgeving

Op monumenten en in beschermde stadsgezichten dient zorgvuldig met reclame te worden omgegaan. Voor reclames aan, op of bij een monument en voor reclames in beschermde stadsgezichten dient een bouw- en soms ook een monumentenvergunning te worden aangevraagd.

Het Rotterdams reclamebeleid kent een aantal uitgangspunten die voor alle buitenreclame gelden:

- Reclame-uitingen moeten de gevel of openbare ruimte verrijken of er tenminste goed bij aansluiten. In geen geval mag de reclame de omgeving ontsieren. Voorbeelden van wat niet mag is het gebruik van fluorescerende of zeer felle kleuren en het opeenstapelen van verschillende reclames, zodat er een chaotisch straatbeeld ontstaat.
- Alle reclameobjecten moeten voldoen aan de wettelijke eisen op het gebied van veiligheid en duurzaamheid. Ze moeten ook goed worden onderhouden. Volgens de Woningwet hebben de gebruiker en de eigenaar van het object waaraan de reclame bevestigd is, de plicht om te zorgen dat onveilige bouwwerken worden voorkomen. Het is dus hun verantwoordelijkheid de reclame-uiting deugdelijk te bevestigen aan het pand zodat deze geen schade aan derden kan veroorzaken.
- Uiteraard mag buitenreclame nooit de verkeersveiligheid in gevaar brengen, bijvoorbeeld door de zichtbaarheid van verkeersborden te verminderen of de doorgang te belemmeren. Ook reclame-uitingen die een verkeersonveilige situatie veroorzaken omdat ze teveel knippen, bewegen of verblinden, zijn niet toegestaan.
- Hinder door trilling, licht of geluid voor omliggende panden is eveneens uit den boze. Wie in een pand met buitenreclame woont of werkt, mag daar geen overlast van hebben.
- Buitenreclame mag geen aanstoot geven of in strijd zijn met de goede zeden.

Wettelijke kaders

Bovenstaande uitgangspunten worden (letterlijk) geregeld in ofwel de Woningwet/Koepelnota Welstand of in de Algemene Plaatselijke Verordening (APV). Dit betekent dat je in een aantal gevallen een bouwvergunning en/of APV-vergunning nodig hebt voor buitenreclame. In uitzonderlijke gevallen kunnen er ook andere wetten van toepassing zijn, zoals de Wet Milieubeheer. Welke gemeentelijke dienst de vergunning verleent en wie zorgt voor de handhaving, kunt u terugvinden in de tabel 'vergunningverlening en handhaving' op de website.

Omdat er altijd ruimte moet blijven voor vernieuwing, creativiteit of uitzonderingen om andere redenen, maakt de Algemene Wet Bestuurswet het in bijzondere situaties mogelijk af te wijken van de reclamecriteria.

 鍾意 MIE LOBIE

 BELHUIS 

 BELHUIS 

 BELHUIS 

 BELHUIS 

SUPERMARKT

SAHAN
Beauty & Kapsalon

Nieuwe regels voor buitenreclame op gevels en eigen erf

Bouwvergunningsvrije reclames.

In het nieuwe reclamebeleid is voor kleinere, veelvoorkomende reclames in veel gevallen geen bouwvergunning (meer) nodig. Wel zullen de reclames aan een aantal randvoorwaarden moeten voldoen.

Zie www.rotterdam.nl of
www.rotterdam.nl/reclame.

In een groot aantal gevallen heeft u voor buitenreclame op de gevel van uw (bedrijfs)pand of op het eigen erf geen vergunning nodig. In veel andere gevallen volstaat een lichte bouwvergunning. Voor een beperkte categorie grotere buitenreclame op gevel of eigen erf moet u een reguliere bouwvergunning aanvragen.

Geen vergunning nodig

Voor gevelreclame en reclame op het eigen erf geldt: er is geen APV-vergunning en in veel gevallen ook geen bouwvergunning nodig.

In een overzicht is per type reclame aangegeven wanneer wel of niet een bouwvergunning nodig is. Zie hiervoor de kolom 'wel' en 'geen' bouwvergunning op de website.



Westewagenstraat



De wat grotere reclames op de gevel van bedrijfsgebouwen zijn lichtvergunningplichtig. Soms voldoet een reclame aan de loketcriteria. Voldoet een aanvraag niet aan de loketcriteria of is er sprake van twijfel aan de toepasbaarheid dan wordt het plan aan de welstandscommissie voorgelegd en gelden de algemene criteria voor reclame.

Lichte bouwvergunning

Overschrijdt de buitenreclame die u aan de gevel wilt bevestigen of op het eigen erf wilt plaatsen de normen voor vergunningsvrije reclame? Dan heeft u een lichte of reguliere bouwvergunning nodig. Of met een lichte bouwvergunning kan worden volstaan, wordt met het raadplegen van de loketcriteria meteen duidelijk. Loketcriteria zijn bedoeld om aanvragers van een lichte bouwvergunning snel en helder inzicht te geven in de toe te passen criteria. Voldoet het object daaraan, dan kunt u er van uitgaan dat de bouwaanvraag wordt goedgekeurd.

In het overzicht van loketcriteria wordt onderscheid gemaakt tussen zones: in de reclamezones mag meer dan in reclamearme zones (zoals woonwijken). Een compleet overzicht van de loketcriteria is te vinden op de website.

Wijken de maten, vormgeving of de plek waar de reclame wordt neergezet of opgehangen af van de loketcriteria, dan wordt het plan voorgelegd aan de welstandscommissie. Deze bepaalt, aan de hand van algemene criteria, of de reclame past in het straat- en gevelbeeld.





WINNAAR
RETAIL
2006
JAARPRIJS
VOOR INNOVATIE

WINNAAR
RETAIL
2006
JAARPRIJS
VOOR INNOVATIE

ROTTERDAM
2007
JAARPRIJS
VOOR INNOVATIE

cityport

cityport

VARLD



*Voor grotere reclames blijft een
reguliere bouwvergunning nodig.*

Reguliere bouwvergunning

Voor een kleine categorie (grotere) gevelreclame en reclame op het eigen erf is een reguliere bouwvergunning nodig. De aanvragen worden beoordeeld aan de hand van een aantal algemene en enkele specifieke criteria. Alle criteria zijn zo helder mogelijk verwoord.





WINKELS

THE MALL

it's

LACOSTE

Segafredo

Brio Puro

H&M

STONE ISLAND

G-STAR RAW

GANT
EXCLUSIVE STORE

H&M

H&M

Bij verzamelgebouwen en overdekte winkelcentra geldt dat de namen van de bedrijven op een gemeenschappelijke reclamedrager moeten worden aangebracht.

*Een winkelstraat wint sterk aan kwaliteit indien de reclames op elkaar worden afgestemd.
Als winkeliers gezamenlijk een reclameplan maken, ziet de winkelstraat er veel beter uit. Is er sprake van nieuwbouw dan is een gemeenschappelijk reclameplan verplicht.*

Algemene criteria

Algemene criteria richten zich op een aantal eigenschappen en uitgangspunten waaraan reclame in zijn algemeenheid moet voldoen. Het maakt daarbij geen verschil om welke reclamevorm het gaat. Naast de algemene criteria zijn er specifieke criteria. Deze zijn toegesneden op een bepaald type reclame-uiting. De algemene criteria komen kort samengevat op het volgende neer:

- De reclame moet goed zijn afgestemd op de architectuur van het pand en de omgeving.
- De reclame moet gekoppeld zijn aan de activiteiten van het bedrijf dat in het pand huist.
- Bij bestaande bouw moet rekening gehouden worden met de mogelijkheden die de architectuur van het pand al biedt.
- De reclame moet grafisch en tekstueel goed verzorgd zijn en netjes worden onderhouden.
- Wordt er in het pand ook gewoond, dan mag de reclame alleen op de bedrijfsgevel worden aangebracht.
- Bij nieuwbouw is een reclameplan verplicht, zodat reclame-uitingen optimaal geïntegreerd worden in het ontwerp van het pand.
- Voor verzamelgebouwen en overdekte winkelcentra geldt dat de namen van de verschillende bedrijven moeten worden aangebracht op een gemeenschappelijke reclamedrager. Voor nieuwbouwaanvragen is een reclameplan nodig.

In enkele gebieden zoals de Lijnbaan en de Beurstraverse gelden specifieke regels. Op de website vindt u een overzicht van deze gebieden en de regels die daar gelden.





VROOM & DREESMANN

Beter slapen
betekent
betere
prestaties
www.beds.nl

IMAGE
HAIRLINE
2E ETAGE

NUBIAN
QUEEN
2E ETAGE

HOT IN THE CITY
1E ETAGE

VROOM & DREESMANN

Voor reclames zoals blow ups, mega reclames, LCD-schermen en vrijstaande objecten op eigen grond, is een reguliere bouwvergunning nodig.

Specifieke criteria

Sommige reclameobjecten zijn zo groot of bijzonder van vorm dat het niet mogelijk is op basis van loketcriteria een bouwvergunning te verlenen. Het gaat om:

- blow-ups en megareclame
- LCD- en plasmaschermen tegen gevels
- vrijstaande reclameobjecten op eigen grond
- reclame-uitingen bovenop een gebouw
- gevelreclame die niet gerelateerd is aan het gebruik van het pand.

Voor deze reclamevormen is een aantal specifieke criteria opgesteld. Aanvragen worden zowel aan de hand van deze als van de algemene criteria getoetst.

Voor blow-ups en megareclame geldt onder andere dat ze alleen op kop- en eindgevels geplaatst mogen worden en niet groter dan één gevelvlak mogen zijn. Specifieke criteria zijn er ook voor het uiterlijk en de maat van LCD- en plasmaschermen tegen gevels. Voor beide vormen van reclame heeft u een reguliere bouwvergunning nodig. Ook voor vrijstaande reclameobjecten op eigen grond moet u een reguliere vergunning aanvragen.

Een volledig overzicht van de specifieke criteria voor genoemde reclame-uitingen staat op de website.

Nieuwe vormen van reclame die niet in de Koepelnota beschreven zijn, worden per geval beoordeeld aan de hand van de algemene criteria.





Reclame in de openbare ruimte

Reclame in de openbare ruimte is in het nieuwe reclamebeleid alleen in reclamezones toegestaan.

Voor het plaatsen van billboards en de (permanente) plaatsing van vlaggen in de openbare ruimte is een reclamecontract met de gemeente nodig.

Voor reclameobjecten zoals billboards, lichtbakken en driehoeksborden in de openbare ruimte is een lichte of reguliere bouwvergunning nodig. In enkele gevallen is ook een APV-vergunning nodig. Aanvragen voor reclame in de openbare ruimte worden getoetst op basis van algemene én specifieke criteria.

Algemene criteria

Ook bij deze vormen van buitenreclame geldt dat de objecten qua afmetingen en vormgeving goed moeten aansluiten op het uiterlijk en het gebruik van de directe omgeving, grafisch goed verzorgd moeten zijn en netjes moeten worden onderhouden. Reclame in de openbare ruimte is in principe alleen toegestaan in reclamezones.

Specifieke criteria

Voor de verschillende vormen van reclame op straat en in de publieke ruimte zijn specifieke criteria opgesteld. Wie bijvoorbeeld een billboard wil plaatsen, heeft naast een bouwvergunning, in verband met de verkeersveiligheid, ook een APV-vergunning nodig. De meeste regels voor billboards gaan over de precieze locatie van het object en de maatvoering. Ook voor reclamezuilen langs wegen, lichtbakken op lichtmasten, driehoeksborden en tweevlaksborden aan een licht- of spanmast gelden bijzondere eisen. Voor een grote reclamemast langs de snelweg is een reguliere bouwvergunning nodig; het plaatsen van de lichtbakken en borden mag alleen op basis van een contract met het OntwikkelingsBedrijf Rotterdam (OBR) of het Havenbedrijf.

Vlaggen en banieren

In de openbare ruimte is plaatsing van vlaggen en banieren alleen toegestaan voor evenementen. Daarbij moet wel worden voldaan aan een aantal voorwaarden. Deze zijn op de website terug te vinden. Permanente plaatsing van vlaggen en banieren is niet toegestaan, tenzij dit gebeurt in het kader van een reclamecontract met de gemeente.

De meeste reclameobjecten op straat en in de publieke ruimte worden vervaardigd en geplaatst door enkele grote aanbieders. Zij werken nauw samen met de gemeente en zijn op de hoogte van de geldende regels. Een overzicht van de geldende criteria vindt u op de website.

Evenementenreclame en bijzondere situaties

Evenementenreclame draagt bij aan de naamsbekendheid en positieve sfeer van een evenement, en daarmee de stad. De gemeente staat daarom veel vormen van evenementenreclame toe. Voorwaarde is wel dat er een duidelijke relatie is tussen de reclame-uiting en het evenement.

Als de reclame niet langer dan 31 dagen staat of hangt, heeft u geen bouwvergunning nodig. Is het reclameobject in de openbare ruimte geplaatst, dan kan het wel zijn dat er een APV-vergunning moet worden aangevraagd. In reclamezones is evenementenreclame toegestaan. Voor deze vorm van reclame gelden dezelfde regels als voor 'gewone' buitenreclame. In reclame-arme zones mag alleen (tijdelijk) reclame gemaakt worden voor kleinschalige evenementen die in dit gebied plaatsvinden. De reclame-uitingen moeten zich bovendien beperken tot de locatie zelf, een straal van maximaal 100 meter om het terrein en de belangrijkste toegangsweg er naar toe.

Nieuwe reclame

De reclame-industrie komt regelmatig met verrassende nieuwe objecten en vormen, zeker waar het gaat om evenementenreclame. Vanuit de gedachte dat een stad als Rotterdam creativiteit en vernieuwingsdrang volop de ruimte wil geven, wijst de gemeente niets op voorhand af. Aanvragen voor reclameobjecten met een bijzondere of vernieuwende vormgeving worden, afhankelijk van het gebied waar het geplaatst zou moeten worden, beoordeeld door het (deel)gemeentebestuur.

Bijzondere campagnes

Uitverkoop en Sinterklaas-, Kerst- en vuurwerkacties zijn voorbeelden van bijzondere campagnes waar ondernemers graag speciale reclame voor gebruiken. Omdat de campagnes tijdelijk van aard zijn, zal er bijna nooit een bouwvergunning nodig zijn. Bij bijvoorbeeld uitstallingen of het plaatsen van reclameobjecten in de publieke ruimte kunnen wel APV-bepalingen gelden.

Steigerdoek

Voor reclame op steigerdoek is meestal geen bouwvergunning nodig. Als het doek op, aan of boven de straat is geplaatst, moet wel een APV-vergunning worden aangevraagd. In alle andere gevallen geldt artikel 4.5.2. van de APV, te vinden op de website. U vindt er ook de andere criteria die speciaal voor reclame op steigerdoek gelden.

Uitstallingsborden

Voor het plaatsen van een winkeluitstalling en/of van een (losse) reclame-uiting in de winkeluitstallingszone is nooit een bouwvergunning verplicht. Het plaatsen zonder een APV-vergunning is toegestaan indien de goederen of borden worden geplaatst voor de winkelpui in een zone op de stoep van maximaal 1 meter gemeten uit de gevel van een winkel. Ook moet de stoep ter plaatse, gemeten van de gevel tot en met de stoeprand, minimaal 3,50 meter breed zijn en moet een obstakelvrije ruimte van 1,80 meter gegarandeerd blijven. Het reclamebord mag niet hoger zijn dan 1,25 m, niet breder dan 0,85 m, de voet mag niet meer ruimte in beslag nemen dan 0,7 m².

Er is een uitzondering mogelijk. Het College van B&W kan nadere regels stellen met betrekking tot winkeluitstallingen in een daartoe aangewezen gebied. Zij kunnen betrekking hebben op de situering, oppervlakte, constructie en omvang van de uitstalling.

Dit is ondermeer gebeurd bij de Oude Binnenweg (zie pagina 24). Het College van B&W heeft op 2 juli 1996 de Oude Binnenweg aangewezen als straat waar winkeluitstallingen op één lijn tussen de lantaarnpalen met een maximale diepte van 1 meter voor de winkels dienen te worden geplaatst in plaats van maximaal 1 meter uit de gevel van een winkel. Indien behoefte blijkt aan een soortgelijke regeling in andere winkelstraten dan kunnen winkeliersverenigingen dit voorleggen aan het bestuur.

Leges

Voor het aanvragen van een bouwvergunning, dus ook als het om reclames gaat, is de aanvrager leges aan de gemeente verschuldigd. De bouwkosten van het reclameproject zijn bepalend voor de hoogte van de leges. De bouwkosten zijn op basis van de Verordening Bouwleges 2008 gelijk aan de aanneemsom zonder de omzetbelasting en met eventueel meer- en minderwerk. Leges zijn verschuldigd indien de bouwkosten hoger zijn dan € 7.500.

De leges-tarieven bedragen in 2008

Prijsgroep	Bouwkosten	Leges
0	< € 7.500	€ 0
1	€ 7500 t/m € 15.000	€ 278
2	€ 15.000 t/m € 35.000	€ 463
3	€ 35.000 t/m € 70.000	€ 939
4	€ 70.000 t/m € 110.000	€ 1.992

Voor de bedragen van de leges bij bouwkosten boven € 110.000 wordt verwezen naar de website: www.wonen.rotterdam.nl.

Meer weten?

www.rotterdam.nl/welstand of www.rotterdam.nl/reclame.

Het servicenummer van de gemeente Rotterdam is **0800 1545**.

dS+V, afdeling Vergunningen, postbus 6699, 3002 AR Rotterdam,
telefoon (010) 489 4966.

Secretariaat Commissie voor Welstand en Monumenten, postbus 6699,
3002 AR Rotterdam.

Aan de inhoud van deze brochure kunnen geen rechten worden ontleend.



Zonder beleid

Met beleid