

Modellenboek Gevelreclame & Uitstraling Binnenstad Leiden

1. Inleiding

Achtergrond

Iedereen die reclame aan zijn gevel wil bevestigen, heeft een vergunning nodig. Bij de beoordeling van de vergunningsaanvraag spelen esthetische aspecten een belangrijke rol. In 2007 is door een brede groep van ondernemers, ambtenaren en vertegenwoordigers van het centrummanagement een modellenboek gevelreclame geformuleerd. Dit modellenboek gaf voor zes deelgebieden in de binnenstad richtlijnen voor het aanbrengen van gevelreclame en vormde daarmee een uitwerking van de welstandsnota.

Sindsdien grote veranderingen in de retail: onderscheidend vermogen belangrijker dan ooit

Sinds 2008 hebben op de vastgoedmarkt en meer specifiek in de retail grote veranderingen plaatsgevonden. De concurrentie om de klant is heviger dan ooit en het is voor winkelgebieden steeds belangrijker geworden om onderscheidende elementen duidelijk aan (potentiële) klanten te tonen. Bij de Leidse binnenstad gaat het dan om de boeiende combinatie van historische gebouwen en een modern winkelen horecabestand. Om een goed evenwicht tussen deze twee te vinden en de kwaliteiten van de binnenstad zo duidelijk mogelijk aan (potentiële) klanten te tonen, zijn er regels voor de reclame-uitingen van bedrijven en instellingen opgesteld. Deze regels zijn te vinden in dit 'Modellenboek Gevelreclame en Uitstallingen Binnenstad Leiden'.

Doel van het Modellenboek Gevelreclame en Uitstallingen Binnenstad Leiden

Het 'Modellenboek Gevelreclame en Uitstallingen Binnenstad Leiden' geeft de regels en wensen ten aanzien van reclame-uitingen in de Leidse binnenstad zo duidelijk en

begrijpelijk mogelijk weer. Door aan te geven welke reclame-uitingen in de Leidse binnenstad sowieso zijn toegestaan, wordt geprobeerd ondernemers en vastgoedeigenaren te verleiden de pui met de regels en wensen in overeenstemming te brengen. Maar ook uitzonderingen zijn toegestaan als sprake is van een totaalontwerp voor een gevel of pui met hoge kwaliteit waarin reclame een geheel eigen plek heeft. De Welstands- en Monumentencommissie Leiden (WML) beoordeelt wanneer dit wel en niet het geval is.

N.B. Voor de reclamevoering van de ambulante handel zijn in dit modellenboek geen specifieke regels opgenomen; deze zijn opgenomen in de regelgeving voor de markt.



Gevelbeeld met ongewenste reclame en uitstallingen. Dit is niet de kwaliteit die past bij een aantrekkelijke binnenstad. Met het Modellenboek Gevelreclame en Uitstallingen Binnenstad Leiden wordt beoogd een dergelijk gevelbeeld te voorkomen.

2. Vernieuwing van het modellenboek

Interactieve aanpak met betrokkenheid van diverse stakeholders

Bij de vernieuwing van het modellenboek zijn diverse stakeholders uit de binnenstad betrokken. Door middel van ronde tafel-bijeenkomsten met horecaondernemers, winkeliers, vastgoedeigenaren/makelaars, bewoners/bezoekers, gemeenteraadsleden en vertegenwoordigers van de ambtelijke organisatie hebben in totaal 35 personen verbeterpunten voor het oude modellenboek aangeleverd. Vervolgens hebben 165 ondernemers uit de Leidse binnenstad middels een enquête aangegeven of zij het met de betreffende verbeterpunten eens waren of niet.

De uitkomsten van de enquête vormen de basis voor de wijzigingen die in het modellenboek zijn doorgevoerd. Op een aantal punten heeft het College van B&W besloten af te wijken van de resultaten van de enquête. Dit waren in het algemeen punten die eenduidig uit de ronde tafelbijeenkomsten als verbeterpunt naar voren kwamen. Het bestuur stelt t.a.v. het vernieuwde modellenboek een goed evenwicht te hebben gevonden in het belang van een mooie (binnen)stad, het belang van draagvlak voor de uitvoering van het beleid en de erkenning van het zorgvuldige proces dat in de vernieuwing van het modellenboek is doorlopen.

Belangrijkste wijzigingen in het nieuwe modellenboek

Ten opzichte van het modellenboek gevelreclame uit 2007 zijn de belangrijkste wijzigingen als volgt:

- Voor horecabedrijven is het nu mogelijk om twee uitsteekreclames te plaatsen: één voor de bedrijfsnaam en één voor een merk drank dat wordt gevoerd.
- Het plaatsen van lichtbakken is uitsluitend in de vorm van uitsteekreclame toegestaan. Het plaatsen van lichtbakken evenwijdig aan de gevel is niet meer toegestaan.
- Reclamevlaggen zijn nu ook in het kernwinkelgebied en het uitgaansgebied verboden.
- De regels voor de plaatsing van makelaarsborden zijn verder uitgewerkt (zie hoofdstuk 4).
- Het plaatsen van uitstallingen is alleen toegestaan als de uitstallingen bijdragen aan de (gewenste) uitstraling van de stad.

In hoofdstuk 4 van dit modellenboek wordt aangegeven welke regels en kwaliteitseisen daarbij gelden. Ook stoepborden worden als uitstalling beoordeeld. Dit betekent dat het plaatsen van stoepborden onder bepaalde voorwaarden (zie pagina 24) weer is toegestaan.

Daarnaast zal in de WML één functionaris met een ondernemersachtergrond zitting nemen. Op het moment dat de WML besluit dat bij een reclameplan geen sprake is van een totaalontwerp voor een gevel of pui met hoge kwaliteit waarin reclame een geheel eigen plek heeft, zal deze functionaris vanuit zijn/haar ondernemerskennis en –ervaring meedenken in oplossingen om wel tot een dergelijk plan te komen.

3. Regels voor gevelreclame

Een voorstel voor een reclame op een pand wordt getoetst op:

- De relatie tussen de reclame en de functie van het gebied;

- De relatie tussen de reclame en de architectuur: de grootte, de plaats en de mate van eenheid met de onderliggende architectuur;
- De mate waarin oorspronkelijke architectuur gerespecteerd wordt;
- De mate van overlast voor de omgeving. Dit geldt met name voor de overlast door lichtgevende objecten voor bewoners in de omgeving.

Een reclame-uiting moet verder altijd aan de volgende regels voldoen:

Boodschap van de reclame

- De reclame mag uitsluitend de naam of het beeldmerk van het gevestigde bedrijf of instelling, de naam van de betreffende eigenaar, de naam of een afbeelding van een product dat in het bedrijf verkocht wordt (bijvoorbeeld ijs of pizza) en/of de naam of het logo van een merk dat in het bedrijf verkocht wordt, bevatten.

Plaats en bevestiging van de reclame

- Als het ontwerp van de gevel beschikt over een strook voor de plaatsing van reclame, moet hiervan gebruik gemaakt worden. De hoogte van de losse letters moet worden aangepast op de hoogte van de strook voor de plaatsing van de reclame tot de maximaal aangegeven hoogtes in de zes deelgebieden in de Leidse binnenstad (zie vanaf pagina 9).
- De reclame-uiting moet zodanig worden bevestigd dat deze eenvoudig weer kan worden verwijderd zonder blijvende schade aan de gevel toe te brengen.
- Bij het verwijderen of verplaatsen van de reclame, dienen alle oude bevestigingsmiddelen te worden verwijderd en de gevel waar nodig te worden hersteld.

Algemene regels per type reclame

- Reclame evenwijdig aan de gevel (platte reclame) en uitsteekreclame zijn gelijktijdig toegestaan als wordt voldaan aan de regels zoals die hiervoor per deelgebied in de Leidse binnenstad zijn geformuleerd (zie vanaf pagina 9).
 - Reclamevlaggen zijn niet toegestaan.
 - Gedrukte reclame op markiezen en uitvalschermen is toegestaan tot maximaal 50% van de scherm breedte en een maximale hoogte van 20 cm. De reclame dient te worden aangebracht op de volant van het scherm.
 - Knipperende en verspringende verlichte reclame is niet toegestaan.
 - Reclamedoeken zijn niet toegestaan.
 - Maximaal 15% van het glasoppervlak in een winkelpui mag continu beplakt worden of worden voorzien van reclame achter glas (zie ook Nadere regels

handelsreclame 2010). N.B. Bij reclame gaat het hier om zowel permanente als tijdelijke reclame.

Specifieke regels per gebied

De wenselijkheid van een reclame op een pand is verder afhankelijk van het gebied waarin het pand zich bevindt. In de Leidse binnenstad zijn zes deelgebieden gedefinieerd met elk een eigen sfeer (zie ook de kaart met de gebiedsindeling op pagina 9):

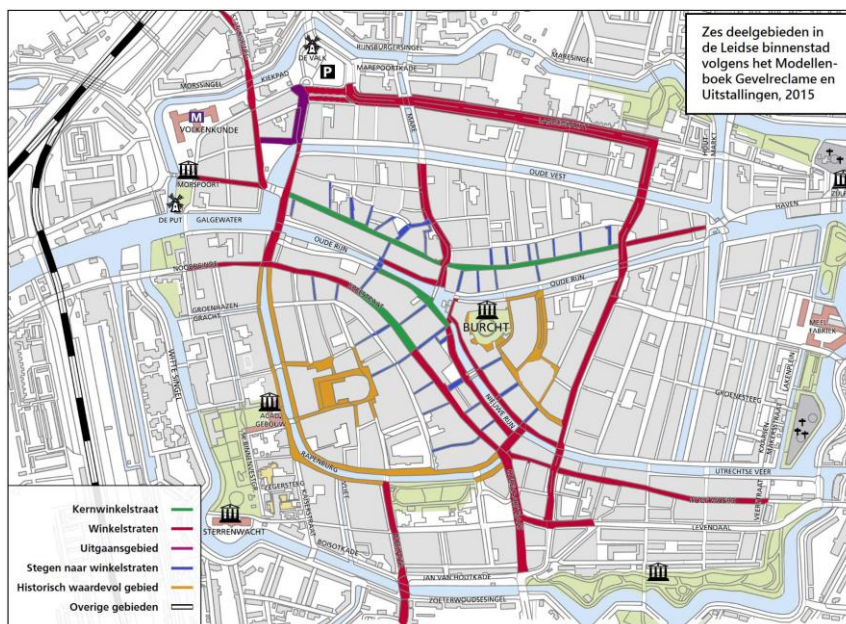
1. Kernwinkelgebied: 'Allure'
2. Winkelstraten: 'Verzorgd'
3. Uitgaansgebied: 'Levendig'
4. Stegen naar winkelstraten: 'Intiem'
5. Historisch waardevol gebied: 'Authentiek'
6. Overige gebieden: 'Divers'

Voor elk gebied geldt een eigen beleid voor wat betreft de intensiteit en kwaliteit van de gevelreclame. De begrippen die bij de regelgeving in ieder specifiek deelgebied in dit modellenboek worden gehanteerd, worden toegelicht in Bijlage I.

Overige vormen van reclame-uitingen

Vormen van reclame-uitingen die niet zijn omschreven in dit 'Modellenboek Gevelreclame en Uitstallingen Binnenstad Leiden' zijn niet toegestaan, tenzij de WML hiertoe een positief advies geeft (zie ook pagina 22).

Gebiedsindeling Leiden



Gebied 1: Kernwinkelgebied

Haarlemmerstraat 1 t/m 257 (oneven nummers), Haarlemmerstraat 2 t/m 236 (even nummers), Aalmarkt, Breestraat 49 t/m 97 (oneven nummers) en Breestraat 52 t/m 88 (even nummers).

Dit gebied wordt gekenmerkt door een aaneenschakeling van winkelbedrijven en kent een lange geschiedenis van een steeds wisselend winkelaanbod. De gevelpuien op de begane grond zijn vaak grondig verbouwd en vertonen stijkenmerken uit verschillende perioden. Door samenvoeging van panden tot grotere winkeleenheden, is de verticale geleding van de gebouwen soms alleen nog vanaf de verdieping te zien. De woonfunctie is hier ondergeschikt aan de bedrijfsfunctie. Dit gebied heeft een grote sociale en recreatieve functie voor de stad. Een attractieve uitstraling is op zijn plaats. Reclame-uitingen in verschillende vormen leveren daaraan een bijdrage.

Regels:

- Reclame evenwijdig aan de gevel in de vorm van losse letters is toegestaan. De reclame mag tot de onderdorpel van de kozijnen van de eerste verdieping reiken. Lichtbakken evenwijdig aan de gevel zijn niet toegestaan.
 - Maximale hoogte losse letters: 60 cm.
 - Maximale dikte losse letters: 20 cm.

- Maximale breedte losse letters: 80% van de gevelbreedte van één als zodanig herkenbaar pand.
- Eén uitsteekreclame in de vorm van een lichtbak of een paneel is toegestaan. De reclame mag tot 50% van de goothoogte worden bevestigd en dient, indien mogelijk, op één van de zijpenanten geplaatst te worden. Voor horecabedrijven is het toegestaan om twee uitsteekreclames te plaatsen; één voor de bedrijfsnaam en één voor een merk drank dat wordt gevoerd.
 - Maximale uitsteek vanaf de gevel: 90 cm.
 - Maximale oppervlakte: 0,75 m².
 - Maximale dikte: 20 cm.
 - Plaatsing: minimaal 2,3 meter boven de stoep of straat.
- Banieren zijn toegestaan mits deze haaks op de gevel aangebracht en er geen vaste uitsteekreclame aanwezig is. De onderbevestiging van de banier bevindt zich minimaal 2,3 meter boven de stoep of straat, boven de etalagepui of, als dit niet mogelijk is, ter hoogte van de onderdorpel van de kozijnen van de eerste verdieping. De bovenbevestiging zit niet hoger dan 50 cm onder de kroonlijst of goot. De banier is maximaal 3 meter lang en mag niet meer dan 60 cm uit de gevel steken. Bij een winkelpand dat breder is dan 7 meter mogen maximaal twee banieren worden geplaatst. Voor smallere panden is het maximum één.
- De plaatsing van markiezen of uitvalschermen van geweven stof en in een passende kleur is toegestaan. Onder een passende kleur wordt een kleur uit het Leidse kleurenpalet verstaan, waardoor een uitvalscherf of markies een fraaie eenheid kan vormen met andere geschilderde onderdelen van een gevel. Felle en fluoriserende kleuren zijn niet toegestaan. Markiezen en uitvalschermen dienen minimaal 2,3 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 1,2 meter.



Gevelbeeld met reclame-uitingen die in het kernwinkelgebied zijn toegestaan.
Sfeer: 'Allure'

Gebied 2: Winkelstraten

Breestraat en Haarlemmerstraat (excl. de gedeeltes die als kernwinkelgebied zijn getypeerd), Morsstraat, Steenstraat, Turfmarkt, Prinsessekade, Stationsweg, Vismarkt, Botermarkt, Stille Rijn, Lange Mare, Stille Mare, Nieuwe Rijn 1 t/m 62, Nieuwstraat, Hooigracht, Klokpoot, Watersteeg, St. Jorissteeg, Doezastraat, Noordeinde, Langegracht, Levendaal 64 t/m 78 (even nummers), Levendaal 65 t/m 73 (oneven nummers), Lammermarkt, Hogewoerd, Korevaarstraat.

Deze winkelstraten vormen de toegangswegen naar het centrum of zijn door hun ligging onderdeel van de looproute door het winkelgebied. Het samenvoegen van panden op de begane grond heeft hier slechts sporadisch plaatsgevonden (bijvoorbeeld op de Breestraat). In enkele gevallen zijn in de vorige eeuw grote blokken gebouwd (Hooigracht, Levendaal). De historische indeling van de afzonderlijke puien is meestal nog aanwezig. De winkelfunctie van dit gebied wordt gecombineerd met een functie voor het doorgaand verkeer en een woonfunctie.

Regels:

- Reclame evenwijdig aan de gevel in de vorm van losse letters is toegestaan. De reclame mag tot de bovenkant van de eerste verdiepingvloer reiken. Als dit door geringe hoogte niet mogelijk is, moet de reclame achter het raam geplaatst worden. Alleen als het ontwerp van de pui van de begane grond doorloopt boven de 1e verdiepingvloer, mag de reclame door de 1e verdiepingvloer heen geplaatst worden. Lichtbakken evenwijdig aan de gevel zijn niet toegestaan.
 - Maximale hoogte losse letters: 40 cm.
 - Maximale dikte losse letters: 20 cm.
 - Maximale breedte losse letters: 80% van de gevelbreedte van één als zodanig herkenbaar pand.
- Eén uitsteekreclame in de vorm van een lichtbak of een paneel is toegestaan. De reclame mag tot 50% van de goothoogte worden bevestigd en dient, indien mogelijk, op één van de zijpenanten geplaatst te worden. Voor horecabedrijven is het toegestaan om twee uitsteekreclames te plaatsen; één voor de bedrijfsnaam en één voor een merk drank dat wordt gevoerd.
 - Maximale uitsteek vanaf de gevel: 50% van de stoep tot een maximum van 90 cm.
 - Maximale oppervlakte: 0,75 m².
 - Maximale dikte: 20 cm.

- Plaatsing: minimaal 2,3 meter boven de stoep of straat.
- Eén banier is in bepaalde situaties (door de WML te beoordelen) toegestaan, maar alleen als er geen vaste uitsteek-reclame aanwezig is. De onderbevestiging van de banier bevindt zich minimaal 2,3 meter boven de stoep of straat, boven de etalagepui of, als dit niet mogelijk is, ter hoogte van de onderdorpel van de kozijnen van de eerste verdieping. De bovenbevestiging zit niet hoger dan 50 cm onder de kroonlijst of goot. De banier is maximaal 3 meter lang en mag niet meer dan 60 cm uit de gevel steken.
- De plaatsing van markiezen of uitvalschermen van geweven stof en in een passende kleur is toegestaan. Onder een passende kleur wordt een kleur uit het Leidse kleurenpalet verstaan, waardoor een uitvalscherf of markies een fraaie eenheid kan vormen met andere geschilderde onderdelen van een gevel. Felle en fluoriserende kleuren zijn niet toegestaan. Markiezen en uitvalschermen dienen minimaal 2,3 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 1,2 meter.



Gevelbeeld met reclame-uitingen die in winkelstraten zijn toegestaan.
Sfeer: 'Verzorgd'

Gebied 3: Uitgaansgebied

Beestenmarkt, Nieuwe Beestenmarkt.

Het uitgaansgebied kent veel uitgaansgelegenheden en veel bezoekers tijdens de traditionele uitgaanstijden in het weekend en op feestdagen. Gevelreclame

is onderdeel van de feestelijke uitstraling. Het beleid laat de keuze voor reclame-uitingen hier redelijk vrij. Gevelvullende decoratie is echter niet gewenst.

Regels:

- Reclame evenwijdig aan de gevel in de vorm van losse letters is toegestaan. De reclame mag tot de onderdorpel van de kozijnen van de eerste verdieping reiken. Lichtbakken evenwijdig aan de gevel zijn niet toegestaan.
 - Maximale hoogte losse letters: 80 cm.
 - Maximale dikte losse letters: 20 cm.
 - Maximale breedte losse letters: 100% van de gevelbreedte van één als zodanig herkenbaar pand.
- Eén uitsteekreclame in de vorm van een lichtbak of een paneel is toegestaan. De reclame mag tot en met de bovendorpel van de ramen van de eerste verdieping worden bevestigd. Voor horecabedrijven is het toegestaan om twee uitsteekreclames te plaatsen; één voor de bedrijfsnaam en één voor een merk drank dat wordt gevoerd.
 - Maximale uitsteek vanaf de gevel: 90 cm.
 - Maximale oppervlakte: 0,75 m².
 - Maximale dikte: 20 cm.
 - Plaatsing: minimaal 2,3 meter boven de stoep of straat.
- Banieren zijn toegestaan mits deze haaks op de gevel aangebracht en er geen vaste uitsteekreclame aanwezig is. De onderbevestiging van de banier bevindt zich minimaal 2,3 meter boven de stoep of straat, boven de etalagepui of, als dit niet mogelijk is, ter hoogte van de onderdorpel van de kozijnen van de eerste verdieping. De bovenbevestiging zit niet hoger dan 1,5 meter onder de kroonlijst of goot. De banier is maximaal 3 meter lang en mag niet meer dan 70 cm uit de gevel steken. Bij een winkelpand dat breder is dan 7 meter mogen maximaal twee banieren worden geplaatst. Voor smallere panden is het maximum één.
- De plaatsing van markiezen of uitvalschermen van geweven stof en in een passende kleur is toegestaan. Onder een passende kleur wordt een kleur uit het Leidse kleurenpalet verstaan, waardoor een uitvalscherf of markies een fraaie eenheid kan vormen met andere geschilderde onderdelen van een gevel. Felle en fluoriserende kleuren zijn niet toegestaan. Markiezen en uitvalschermen dienen minimaal 2,3 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 1,2 meter.



Gevelbeeld met reclame-uitingen die in het uitgaansgebied zijn toegestaan.
Sfeer: 'Levendig'

Gebied 4: Stegen naar winkelstraten

Dit zijn alle stegen met winkels die uitkomen op de Haarlemmerstraat, Breestraat, Aalmarkt, Vismarkt, Botermarkt en Nieuwe Rijn.

In dit gebied bevinden zich veel lokale winkels en speciaalzaken. Het historische karakter is groot. In de loop van de geschiedenis zijn er weinig grootscheepse ingrepen in winkelpuien gedaan. De woonfunctie is hier minstens zo belangrijk als de winkelfunctie en verder verwijderd van de hoofdwinkelstraat, meestal belangrijker. Om klanten vanuit de winkelstraten naar de winkels in de stegen te leiden, worden bij voorkeur uithangborden gebruikt. Dit in overeenstemming met de grootte en het karakter van de steeg.

Regels:

- Reclame evenwijdig aan de gevel in de vorm van losse letters is toegestaan. De reclame mag tot de bovenkant van de eerste verdiepingvloer reiken. Als dit door geringe hoogte niet mogelijk is, moet de reclame achter het raam geplaatst worden. Alleen als het ontwerp van de pui van de begane grond doorloopt boven de 1e verdiepingvloer, mag de reclame door de 1e verdiepingvloer heen geplaatst worden. Lichtbakken evenwijdig aan de gevel zijn niet toegestaan.
 - Maximale hoogte losse letters: 30 cm.
 - Maximale dikte losse letters: 20 cm.
 - Maximale breedte losse letters: 40% van de gevelbreedte van één als zodanig herkenbaar pand.

- Eén uitsteekreclame in de vorm van een lichtbak of een paneel is toegestaan. De reclame mag tot halverwege de ramen van de eerste verdieping worden bevestigd. Voor horecabedrijven is het toegestaan om twee uitsteekreclames te plaatsen; één voor de bedrijfsnaam en één voor een merk drank dat wordt gevoerd.
 - Maximale uitsteek vanaf de gevel: 20% van de steegbreedte tot een maximum van 75 cm.
 - Maximale oppervlakte: 0,50 m².
 - Maximale dikte: 20 cm dik.
 - Plaatsing: minimaal 2,3 meter boven de stoep of straat.
- Eén banier is in bepaalde situaties (door de WML te beoordelen) toegestaan, maar alleen als er geen vaste uitsteek-reclame aanwezig is. De onderbevestiging van de banier bevindt zich minimaal 2,3 meter boven de stoep of straat, boven de etalagepui of, als dit niet mogelijk is, ter hoogte van de onderdorpel van de kozijnen van de eerste verdieping. De bovenbevestiging zit niet hoger dan 2 meter onder de kroonlijst of goot. De banier is maximaal 3 meter lang en mag niet meer dan 50 cm uit de gevel steken. Er geldt een maximum van één banier per winkelpand.
- Markiezen en uitvalschermen zijn niet toegestaan.



Gevelbeeld met reclame-uitingen die in de stegen naar winkelstraten zijn toegestaan.

Sfeer: 'Intiem'

Gebied 5: Historisch waardevol gebied

Gebied rond Pieterskerk, gebied rond Hooglandse Kerk, Rapenburg, Herengracht, Steenschuur.

Het gebied rond de kerken is historisch zeer karakteristiek. Het wordt gekenmerkt door een eigen bedrijvencultuur van tweedehands winkeltjes, antiquariaten en kleine restaurantjes, naast woningen. De sfeer is ingetogen. Aan de oude grachten overheerst de woonfunctie, maar er zijn ook kleinschalige kantoren. Het beleid streeft ernaar het historische karakter in dit gebied te versterken en te handhaven.

Regels:

- Reclame evenwijdig aan de gevel in de vorm van losse letters is toegestaan. De reclame mag tot de bovenkant van de eerste verdiepingvloer reiken. Als dit door geringe hoogte niet mogelijk is, moet de reclame achter het raam geplaatst worden. Alleen als het ontwerp van de pui van de begane grond doorloopt boven de 1e verdiepingvloer, mag de reclame door de 1e verdiepingvloer heen geplaatst worden. Lichtbakken evenwijdig aan de gevel zijn niet toegestaan.
 - Maximale hoogte losse letters: 30 cm.
 - Maximale dikte losse letters: 20 cm.
 - Maximale breedte losse letters: 40% van de gevelbreedte van één als zodanig herkenbaar pand.
- Eén uitsteekreclame in de vorm van een lichtbak of een paneel is toegestaan. De reclame mag tot halverwege de ramen van de eerste verdieping worden bevestigd. Voor horecabedrijven is het toegestaan om twee uitsteekreclames te plaatsen; één voor de bedrijfsnaam en één voor een merk drank dat wordt gevoerd.
 - Maximale uitsteek vanaf de gevel: 60 cm.
 - Maximale oppervlakte: 0,40 m².
 - Maximale dikte: 20 cm.
 - Plaatsing: minimaal 2,3 meter boven de stoep of straat.
 - Banieren zijn niet toegestaan.
- De plaatsing van markiezen of uitvalschermen van geweven stof en in een passende kleur is toegestaan. Onder een passende kleur wordt een kleur uit het Leidse kleurenpalet verstaan, waardoor een uitvalscherf of markies een fraaie eenheid kan vormen met andere geschilderde onderdelen van een gevel. Felle en fluoriserende kleuren zijn niet toegestaan. Markiezen en uitvalschermen dienen minimaal 2,3 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 1,2 meter.



Gevelbeeld met reclame-uitingen die in het historisch waardevol gebied zijn toegestaan.

Sfeer: 'Authentiek'

Gebied 6: Overige gebieden

In deze gebieden overheerst de woonfunctie. Door nieuwbouw, renovaties en variatie in bouwstijlen zijn deze gebieden minder kwetsbaar. De hier gevestigde winkelbedrijven hebben een lokale functie of een vast winkelpubliek. De winkel-of bedrijfspui vormt vaak een integraal onderdeel van de gehele gevel. De reclame op de gevel dient voor de vindbaarheid van het bedrijf. Voor het aantrekken van klanten is deze in het algemeen minder noodzakelijk.

Regels:

- Reclame evenwijdig aan de gevel in de vorm van losse letters is toegestaan. De reclame mag tot de bovenkant van de eerste verdiepingvloer reiken. Als dit door geringe hoogte niet mogelijk is, moet de reclame achter het raam geplaatst worden. Alleen als het ontwerp van de pui van de begane grond doorloopt boven de 1e verdiepingvloer, mag de reclame door de 1e verdiepingvloer heen geplaatst worden. Lichtbakken evenwijdig aan de gevel zijn niet toegestaan.
 - Maximale hoogte losse letters: 30 cm.
 - Maximale dikte losse letters: 20 cm.

- Maximale breedte losse letters: 60% van de gevelbreedte van één als zodanig herkenbaar pand.
- Eén uitsteekreclame in de vorm van een lichtbak of een paneel is toegestaan. De reclame mag tot de onderdorpels van de kozijnen van de eerste verdieping worden bevestigd. Voor horecabedrijven is het toegestaan om twee uitsteekreclames te plaatsen; één voor de bedrijfsnaam en één voor een merk drank dat wordt gevoerd.
 - Maximale uitsteek vanaf de gevel: 60 cm.
 - Maximale oppervlakte: 0,50 m².
 - Maximale dikte: 20 cm.
 - Plaatsing: minimaal 2,3 meter boven de stoep of straat.
 - Banieren zijn niet toegestaan.
- De plaatsing van markiezen of uitvalschermen van geweven stof en in een passende kleur is toegestaan. Onder een passende kleur wordt een kleur uit het Leidse kleurenpalet verstaan, waardoor een uitvalscherf of markies een fraaie eenheid kan vormen met andere geschilderde onderdelen van een gevel. Felle en fluoriserende kleuren zijn niet toegestaan. Markiezen en uitvalschermen dienen minimaal 2,3 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 1,2 meter.



Gevelbeeld met reclame-uitingen die in overige gebieden zijn toegestaan.
Sfeer: 'Divers'

Uitzonderingen

- De gevels van een hoekpand dienen te worden beschouwd als één gevel. Bij hoekpanden die in meerdere deelgebieden in de Leidse binnenstad zijn gelegen, zijn de regels van het deelgebied met de meest ruime regels waarin het pand is gelegen van toepassing.
- In het geval van verdeling van panden heeft het op pagina 10 t/m 21 aangegeven maximale aantal reclame-uitingen betrekking op het aantal als zodanig herkenbare bedrijven of instellingen dat in het verheelde pand is gevestigd. In het geval dat bijvoorbeeld een winkel- of horecabedrijf meerdere verheelde panden gebruikt, betekent dit dat de verheelde panden samen als één pand worden beschouwd.
- De Welstands- en Monumentencommissie Leiden (WML) kan in haar advies aan het College van B&W afwijken van de standaardregels uit dit modellenboek als sprake is van een totaalontwerp voor een gevel of pui met hoge kwaliteit waarin reclame een geheel eigen plek heeft.



Deze reclame voldoet officieel niet aan de regels. De naam van het bedrijf zou alleen op de volant van de markiezen mogen worden geplaatst. Toch is het hier niet storend en is dit goedgekeurd.

4. Regels voor geveltoevoegingen en uitstallingen

Om het straat-en gevelbeeld evenwichtig te houden, zijn ook voor toevoegingen als makelaarsborden, koelers, uitstallingen, etc. regels opgesteld. Deze regels gelden voor alle eerder genoemde gebieden in de binnenstad en de toegangsroute vanaf het station. In dit hoofdstuk worden achtereenvolgens de regels voor makelaarsborden, overige geveltoevoegingen en uitstallingen uiteengezet.

Regels voor makelaarsborden

- Ten behoeve van het kenbaar maken dat een pand in de binnenstad te koop of te huur staat, kunnen makelaars of andere partijen vergunningsvrij gebruik maken van de zogenaamde driehoeksborden die tegen de gevel worden geplakt. De borden mogen aan een (gevouwen) zijde maximaal 50 cm x 70 cm zijn.
- De driehoeksborden mogen niet worden gebruikt om een andere boodschap te verkondigen dan hiervoor is omschreven, ofwel het kenbaar maken dat een pand te koop of te huur staat.
- Indien partijen op een andere wijze dan met een driehoeksbord van maximaal 50 cm bij 70 cm wensen aan te tonen dat een pand te koop en/of te huur is, dan dienen zij daarvoor een vergunning aan te vragen. Bij de toetsing van deze vergunnings-aanvraag zijn de regels voor gevelreclame (zie hoofdstuk 3) van toepassing.

Regels voor overige geveltoevoegingen

- Het aanbrengen van luifels is niet toegestaan.
- Rolluiken die dienen om de kostbaarheden in een winkel te beschermen, zijn toegestaan. De luiken moeten voor ten minste 80% transparant of opengewerkt zijn en achter de etalageruit aangebracht worden. Het met graffiti bespuiten van rolluiken is niet toegestaan.
- Units voor airconditioning dienen vrijstaand te worden geplaatst of op of aan een bouwwerk te worden aangebracht. De voorkeur gaat uit naar plaatsing aan de achterkant.
- Een automaat op een penant van een gevel is toegestaan, mits deze 80% van dit penant zichtbaar laat. Plaatsing op een blinde zijmuur is ook mogelijk.
- De plaatsing van geldautomaten mag niet leiden tot een gesloten gevelfront of deel daarvan. Bovendien mag de breedte van een geldautomaat maximaal 25% van de breedte van de gevel in beslag nemen.

Regels voor uitstallingen

- Uitstallingen dienen de doorgang in een straat niet te blokkeren. Daarom geldt bij uitstallingen dat:
 - *Deze binnen 100 cm van de gevel van het betreffende pand moeten blijven;*
 - *De strook voor visueel gehandicapten en de ruimte 50 cm aan weerszijden van de strook vrij blijft;*
 - *De resterende vrije-of stoepruimte minimaal 150 cm bedraagt, met uitzondering van de trottoirs van de Stationsweg, de Steenstraat, de Nieuwe Beestenmarkt (oostzijde), de Turfmarkt, het Kort Rapenburg (oostzijde), de Breestraat, de Korevaarstraat en de Doezastraat waar vanwege de belangrijke functie voor het voetgangersverkeer de vrije doorgang voor voetgangers minimaal 200 cm moet bedragen of zoveel het straatprofiel toelaat.*
- Uitstallingen dienen voor het pand van de ondernemer te worden geplaatst, d.w.z. dat uitstallingen die voorbij het pand van de betreffende ondernemer komen niet zijn toegestaan.

Aanvullend op de algemene regels voor de plaatsing van uitstallingen worden aan uitstallingen kwaliteitseisen gesteld. Deze eisen zijn bedoeld om uitstallingen te laten bijdragen aan de (gewenste) uitstraling van de stad. De kwaliteitseisen voor de uitstallingen zijn als volgt:

- Hulpmiddelen om verkoopwaar mee uit te stallen zoals tafels, manden, rekken etc. mogen niet volledig uit kunststof bestaan. Bij voorkeur worden ze uitgevoerd in een gedekte tint. Felle en fluoriserende kleuren zijn bij de hulpmiddelen niet toegestaan.
- Plastic/kunststof stoepborden zijn verboden. Stoepborden worden bij voorkeur uitgevoerd in hout en in een gedekte tint. Felle en fluoriserende kleuren zijn ook bij stoepborden niet toegestaan. Stoepborden zijn max. 100 cm hoog en max. 75 cm breed.
- Overdaad schaadt. Het is niet de bedoeling om voor een winkelpand een grote hoeveelheid rekken, manden, korven, stoep-borden, paspoppen of andere objecten te plaatsen. Om te voorkomen dat straten een aaneenschakeling worden van uitstallingen, mogen verkoopwaar, hulpmiddelen bij het uitstellen van verkoopwaar (zoals rekken, manden, paspoppen, tafels etc.) en stoepborden voor maximaal 50% van de gevelbreedte worden geplaatst. Dit geldt niet voor objecten ter verfraaiing van de gevel (bijv. een bankje).

- Bij bloemisten, groenteboeren en antiquairs mag de verkoopwaar uitbundiger naar buiten worden geplaatst. Zij kunnen de gehele gevelbreedte gebruiken.

De gemeente behoudt zich het recht voor om ondernemers aan te spreken op het plaatsen van uitstallingen die niet bijdragen aan de (gewenste) uitstraling van de stad. Ondernemers kunnen gesommeerd worden om de hele uitstalling of onderdelen daarvan van de straat te verwijderen. Op de volgende pagina's van dit modellenboek worden enkele voorbeelden gegeven van de objecten waarmee winkelinventaris bij voorkeur wordt uitgesteld.

Voorbeelden van paspoppen



Paspoppen gemaakt van hout, riet of rotan(look). Ook bestaan er fraaie paspoppen gemaakt uit (draad-of band-)staal. Een torso in plaats van een 'levensechte' paspop is meer gewenst.

Voorbeelden van tafels



Tafels gemaakt van hout en ander natuurlijk materiaal

Voorbeelden van manden, kisten en korven



Voorbeelden van stoepborden



Stoepborden bestaande uit een krijtbord met houten omlijsting zijn toegestaan. Eventueel kan de houten lijst ook in een gedekte kleur zijn geschilderd, terwijl ook een vast paneel i.p.v. een krijtbord denkbaar is. Een plastic stoepbord zoals op de rechter foto is weergegeven, is niet toegestaan. De maximaal toegestane hoogte van een stoepbord bedraagt 100 cm en de maximale toegestane breedte 75 cm.

5. Kwaliteit van reclame

In dit hoofdstuk wordt per reclame-uiting uitgelegd wat onder kwaliteit wordt verstaan. De vele voorbeelden illustreren wat gewenst is en wat niet en dienen als inspiratiebron. Er zijn afzonderlijke paragrafen over vormgeving, huisstijlen, tijdelijke reclame en overige geveltoevoegingen, zoals luiken, koelers en uitstallingen.

Losse letters

Losse letters hebben de voorkeur boven platte borden, omdat zij het zicht op de onderliggende gevelstructuur minder ontnemen. Bij voorkeur worden platte letters geplaatst op enige afstand van de gevel (20-100 mm). Centreer de letters in het gevelvlak of boven de toegang.



Voorbeelden van losse (doos)letters passend bij de architectuur.

Neon-en ledverlichting

Deze vorm van reclame op de gevel is altijd vrij nadrukkelijk aanwezig en past daardoor uitsluitend in de gebieden 1, 2 en 3. In alle gevallen dient het aanbrengen van neon-en ledverlichting te worden voorgelegd aan de WML voor goedkeuring.



Neonverlichting kan kleurrijk en feestelijk zijn, maar is vrij snel overheersend. Daarom moet deze vorm van reclame altijd worden voorgelegd aan de WML. Alle voorwerpen met knipperende of verspringende teksten en/of beelden zijn niet toegestaan.

Opdrukken, beschilderingen, tableaux en uithangborden (1)

Opdrukken, beschilderingen, tableaux en uithangborden hebben vaak een historische achtergrond. Ze vertegenwoordigen een oorspronkelijke wijze van reclamevoering. In Leiden zijn enkele oude muurschilderingen bewaard gebleven.



Eén uitsteekreclame (uithangbord) is binnen de gestelde afmetingen in alle gebieden toegestaan.

Opdrukken, beschilderingen, tableaux en uithangborden (2)

Historische reclame-uitingen passen bij historische plekken. Nieuwe reclames worden op deze plaatsen aan de oude gespiegeld. Dat betekent niet dat de nieuwe toevoeging geen moderne uitstraling mag hebben, maar wel dat het historische karakter van de omgeving meeweegt in de beoordeling van het reclameplan. Ook moderne uithangborden, opdrukken en beschilderingen kunnen een aanwinst zijn voor het gevelbeeld. Omdat dit per pand sterk kan verschillen, is het moeilijk om hiervoor eenduidige richtlijnen te geven. De onderstaande foto's geven aan wat mogelijk is en dienen als inspiratiebron voor het ontwerp van nieuwe reclame-uitingen in een historische setting.



Eén uitsteekreclame (uithangbord) is binnen de gestelde afmetingen in alle gebieden toegestaan. Dit geldt ook voor moderne varianten.

Banieren

Banieren kunnen een goede oplossing zijn voor reclame. In de Haarlemmerstraat misstaan ze niet. In stegen kunnen ze vanwege hun hoogte en smalle maat de aangewezen manier zijn om reclame zichtbaar te maken. Ook een rustig vormgegeven banier in een ander gebied kan een mooie uitstraling hebben. In het kernwinkelgebied (gebied 1) en het uitgaansgebied (gebied3) zijn banieren volgens de regels toegestaan. Voor de andere gebieden is het moeilijker kwaliteit in regels vast te leggen. Hier zal de WML de situatie per geval beoordelen.



Een banier is in veel gevallen een stijlvolle wijze van gevelreclame. De opdruk (bv. illustratie en/of kleur) kan echter detoneren met het gebouw. In de 'kwetsbare' gebieden beslist de WML of een specifieke banier is toegestaan.

Typografie, materialen, kleur en grafiek (1)

De harmonie van een gevel is een delicaat samenspel van dichte en open delen, de verhouding hiertussen, de materiaalkeuze van het hoofdvlak (baksteen, stucwerk, natuursteen, metaal, hout) en van de reclame-uitingen zelf. Ook de wijze waarop deze reclame-uitingen in het gevelvlak zijn geplaatst en de vormgeving van de reclame bepalen of een reclame-uiting een goede toevoeging, acceptabel of af te raden is.



Twee uiteenlopende voorbeelden waarbij de reclame-uiting past bij de architectuur en de monumentaliteit van de gebouwen.

Typografie, materialen, kleur en grafiek (2)

In de historische binnenstad vinden we vooral gevels van donkere bakstenen of licht pleisterwerk met kozijnen in een wit/crèmetint en ramen en deuren in standgroen, grachtengroen of een andere 'historische' kleur. Reclame-uitingen zijn juist vaak veelkleurig of fel gekleurd. Het doel van reclame is immers opvallen. Vanuit het oogpunt van kwaliteit is het altijd goed om reclame te laten aansluiten bij de historische kleuren. Maar dat betekent niet dat in bepaalde gevallen geen hedendaags accent mogelijk is. Hetzelfde geldt voor het lettertype. In een historische omgeving passen 'oude' lettertypes beter dan moderne, maar uitzonderingen zijn mogelijk. Een zorgvuldig gekozen modern lettertype kan een geslaagd contrast geven met een historische gevel. Het materiaalgebruik, de details en de uitvoering bepalen de slagingskans van een dergelijke combinatie.



In 2014 zijn de gevels van deze panden aan de Nieuwe Beestenmarkt gereconstrueerd. Hier is gekozen voor een mooie, historische typografie.

Huisstijlen

Winkels en vooral winkelketens hebben vaak een huisstijl. Deze huisstijl is wat vorm, afmeting en kleur betreft ook van toepassing op de reclames. Een huisstijl is los van het pand en omgeving waarin het bedrijf zich bevindt, ontworpen. Bij monumentale en beeldbepalende panden kan zo'n reclame dan ook uit de toon vallen. Voor de gemeente en de WML is het argument dat iets 'volgens onze huisstijl is' niet relevant. Toch zijn er vrijwel altijd mogelijkheden een reclame-uiting toe te passen die binnen de huisstijl valt en toch niet storend is. Wellicht is het ontwerp subtieler dan in eerste instantie gewenst, maar ook dan kan de reclame-uiting voldoende herkenbaar zijn.

Ook hier geldt dat reclameborden in de vorm van losse letters of achter glas minder storend zijn.



Waar alle reclame terughoudend is uitgevoerd, is niet veel nodig om op te vallen. Daarbij is het logo zo'n sterk beeldmerk dat iedereen wel weet wat je hier kunt krijgen.

Reclame-uitingen van makelaars

Een winkelstraat heeft baat bij een aantrekkelijke en levendige uitstraling, ook als de ene zaak de andere snel opvolgt. Ten behoeve van het kenbaar maken dat een pand in de binnenstad te koop of te huur staat, kunnen makelaars of andere partijen vergunningsvrij gebruik maken van driehoeksborden die tegen de gevel worden geplakt. De borden mogen aan een (gevouwen) zijde maximaal 50 cm x 70 cm zijn. Indien partijen in de binnenstad op een andere wijze wensen aan te tonen dat een pand te koop en/of te huur is, dan dienen zij daarvoor een vergunning aan te vragen. Als een pand langer dan twee maanden leeg staat, is het aan te bevelen de etalage te laten inrichten door een collega-winkelier of een exposerende kunstenaar. En is de verhuizing in kannen en kruiken? Laat de gevel dan netjes en dus vrij van reclame achter voor de volgende gebruiker.



Een qua afmeting bescheiden uiting dat een pand te huur of te koop is, valt evengoed op. Belangrijk is dat gevels niet worden beschadigd door het aanbrengen

van enorme reclameborden. Volgens het modellenboek is het bord op de linker foto te groot; het bord op de rechterfoto is wel toegestaan.

Zonwering

Er zijn diverse soorten zonweringen: uitval-en knikarmschermen en markiezen. In de historische binnenstad hebben markiezen de voorkeur. Het is mogelijk om bij panden met een brede gevel één markies over meerdere ramen te plaatsen. Het heeft echter de voorkeur om markiezen en uitvalschermen af te stemmen op de breedte van de kozijnen. De kleur en het materiaal van de zonwering is van grote invloed op de uitstraling. In diverse deelgebieden is het plaatsen van markiezen of uitvalschermen in een passende kleur toegestaan. Onder een passende kleur wordt een kleur uit het Leidse kleurenpalet verstaan, waardoor de zonwering een fraaie eenheid kan vormen met andere geschilderde onderdelen van een gevel.

Het Leidse kleurenpalet is voortgekomen uit het kleurenonderzoek dat door de gemeente Leiden is uitgevoerd en is bedoeld om historische onderdelen zoals kozijnen, ramen, gootlijsten, maar ook het stucwerk in authentieke kleuren terug te brengen. Om een passende eenheid te krijgen, zijn de kleuren van het Leidse kleurenpalet ook toepasbaar voor nieuwe toevoegingen aan gevels, zoals uitvalschermen en markiezen en in sommige gevallen ook banieren of andere reclame-uitingen. Uiteraard zal de kleur van deze onderdelen moeten passen bij de architectuur en bouwperiode van het pand.

Uitsluitend op de volant van het scherm is reclame toegestaan. Markiezen moeten verder minimaal 2,3 meter boven de stoep hangen, mogen maximaal 80% van de stoepbreedte uit de gevel 'vallen' bij een maximaal toegestane uitval van 1,2 meter.



De zonwering op de foto links is afgestemd op de breedte van de kozijnen en in een passende kleur uitgevoerd. Bij de historische gevel rechts is één knikarm-scherm

geplaatst. Deze gaat met z'n grijs-witte banen een dialoog aan met de horizontale 'banden' op de bovengelige gevel. Een mooi voorbeeld hoe 'oud' en 'nieuw' goed samen kunnen gaan.

Luiken

Uit veiligheidsoverwegingen worden soms rolluiken aangebracht. Bij etalages zijn opengewerkte luiken alleen toegestaan als ze voor meer dan 80% uit glasheldere openingen bestaan. Bij voorkeur worden deze aangebracht aan de binnenzijde van de etalage op een afstand van 50 cm of meer. Het maken van een etalage is dan nog steeds mogelijk.



Afbeelding 1: Een voorbeeld van een zeer transparant metalen rolluik.

Afbeelding 2: Door het rolluik op afstand van de pui te plaatsen kan een etalage worden gemaakt waarbij het rolluik niet dominant aanwezig is.

Airco's, luifels en automaten

Veel winkeliers kiezen er tegenwoordig voor airconditioning te installeren. Voor het gemak worden de units op consoles aan de gevel gemonteerd. Deze units en de bijbehorende kabels en leidingen verstoren het gevelbeeld aanmerkelijk en zijn dus niet toegestaan. Airco-units kunnen het best op het dak geplaatst worden, volgens de regels opgenomen in de welstands-nota. Plaatsing achter de gevel is ook mogelijk. Een rooster dat in het gevelbeeld is opgenomen, onttrekt de airco-unit aan het oog. Deze oplossing is vanwege technische of esthetische beperkingen echter niet bij elke gevel uitvoerbaar.

Automaten zijn nieuwe elementen in een historische gevel. Toch is het mogelijk ze op een goede manier in het gevelbeeld te integreren. Ook hier geldt dat materiaalgebruik, details en plaats bepalend zijn voor de kwaliteit.



Afbeelding 2: Het aanbrengen van luifels is niet toegestaan. Afbeelding 3: Deze automaat is niet in lijn met de gewenste uitstraling van de stad.

Uitstallingen

Uitstallingen zijn er in diverse soorten en maten: van een simpel stoepbord tot een halve winkelinventaris. In het vernieuwde modellenboek zijn de regels ten aanzien van uitstallingen verder uitgewerkt. Zo mogen de objecten waarmee winkelinventaris wordt uitgesteld (zoals bijvoorbeeld paspoppen, tafels en rekken) niet volledig uit kunststof bestaan en zijn felle en fluoriserende kleuren bij deze objecten niet toegestaan. Idealiter worden de objecten om winkelinventaris uit te stallen, uitgevoerd in ongekleurd hout, riet, rotan (of rotanlook).



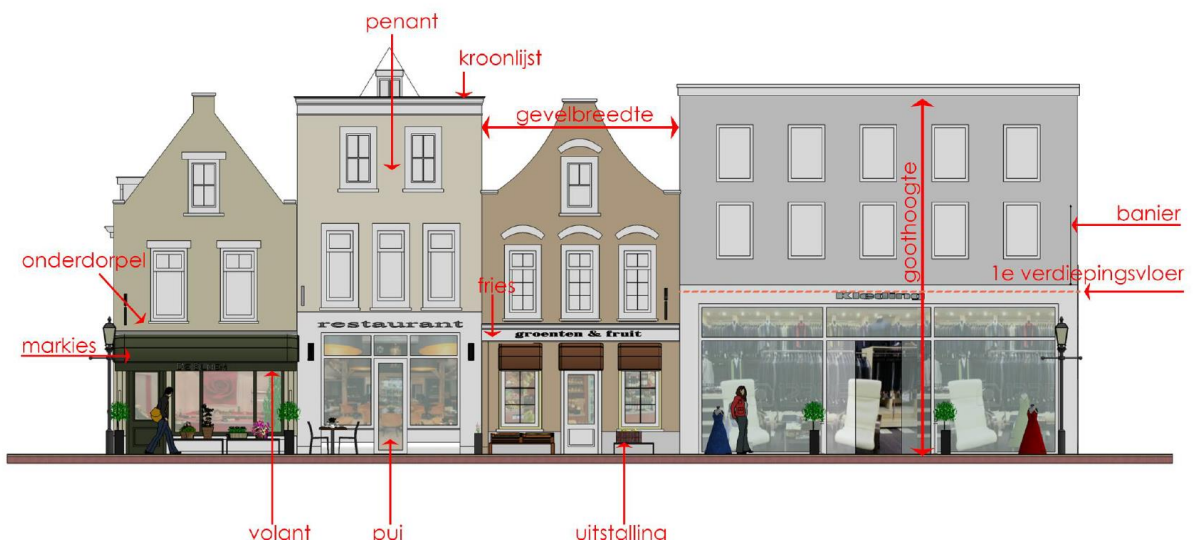
Een kleine uitstalling kan verduidelijken dat in een pand een winkel is gevestigd. Maar in een drukke winkelstraat is dit niet nodig. Door geen uitstalling te plaatsen, valt de winkelinventaris in de etalage 'automatisch' meer op.

Bijlage I: Begrippenlijst

Banier	Een verticale reclame-uiting van doek aan de onder- en bovenkant bevestigd aan de gevel aan de gevel.
Gevel	Het totale verticale vlak dat een bouwvolume begrenst: de buitenkant van een gebouw. Als dit vlak aan de straat grenst en voorzien is van de hoofdingang, spreken we van een voorgevel. In dit modellenboek wordt met gevel de voorgevel bedoeld.
Fries	De horizontale beëindiging aan bovenkant van een pui, die geen onderdeel is van het kozijn. Een fries is meestal gedecoreerd en verbergt de draagbalk die erachter ligt.
Horecabedrijf	Alle bedrijven die in het bezit zijn van een drank- en horecaverunning of een drank- en horecaverlof, met uitzondering van slijterijen.
Knikarmscherm	Een zonwering bestaande uit een doek dat opgerold zit op een boom en d.m.v. twee of meer knikarmen naar buiten wordt afgerold.
Kroonlijst	De horizontale beëindiging van de gevel, bij de overgang naar het dak. Een kroonlijst is vaak voorzien van geprofileerde delen en andere decoratieve elementen.
Luifel	Een vast bouwkundig element boven de pui of een onderdeel van de pui dat uit de gevel steekt: een soort afdakje.
Markies	Een zonnescherm van doek bestaande uit u-vormige houten elementen, waarover een doek is gespannen. Bij het uitzetten of neerlaten ontstaat een scherm van een kwartcilinder afgesloten aan de kopeinden.
Onderdorpel	Het onderste horizontale deel van een deur-of raamkozijn.
Penant	Een deel van de gevel zonder ramen: het gedeelte tussen de kozijnen of tussen het kozijn en het geveleinde.
Plint	Een duidelijk te onderscheiden horizontale lijn aan de onderzijde van een gebouw of een duidelijk te onderscheiden onderste horizontale laag van een gebouw.
Pui	Deel van de gevel ter hoogte van de begane grond.
Reclame	Een publieke aanprijzing van een bedrijf, een product of een dienst.

Reclamedoek	Spandoek met reclame dat gespannen wordt op een buizenframe en plat aan de gevel wordt gevestigd.
Uitstalling	Het totaal van verkoopwaar, hulpmiddelen bij het uitstellen van verkoopwaar (zoals rekken, manden, paspoppen, tafels etc.), stoepborden en objecten ter verfraaiing van de gevel, per pand.
Vlag	Een bedrukt doek dat aan één zijde bevestigd wordt aan een houten of aluminium stok. Het doek wappert vrij in de wind.
Volant	Een vrijhangende strook doek aan een markies of knikarmscherm die onderdeel van het scherm is.
WML	Welstands-en Monumentencommissie Leiden.

De belangrijkste begrippen weergegeven in het gevelbeeld



Bijlage II: Procesbeschrijving vernieuwing modellenboek

Interactieve aanpak met betrokkenheid van diverse stakeholders

Bij het proces omtrent de vernieuwing van het modellenboek gevelreclame zijn diverse stakeholders uit de Leidse binnenstad betrokken.

Ronde tafelbijeenkomsten om verbeterpunten te identificeren

In de aanpak vormden zes ronde tafelbijeenkomsten een eerste belangrijke moment. De ronde tafelbijeenkomsten hadden het karakter van een open brainstorm en hadden vooral tot doel verbeterpunten ten aanzien van het vigerende modellenboek te identificeren. De deelnemers van de bijeenkomsten kregen echter ook de gelegenheid om andere verbeterpunten ten aanzien van de openbare ruimte c.q. ruimtelijke kwaliteit in de Leidse binnenstad aan te geven. Begin juli 2014 is op deze manier input verkregen van horecaondernemers, winkeliers, vastgoedeigenaren, bewoners/bezoekers, gemeenteraadsleden en vertegenwoordigers van de ambtelijke organisatie van de gemeente Leiden. In totaal hebben 32 personen aan de ronde tafelbijeenkomsten deelgenomen. Ook hebben drie individuele gesprekken plaatsgevonden met ambtenaren en ondernemers die niet bij de bijeenkomsten aanwezig konden zijn, maar wel graag direct input leverden. Van elke bijeenkomst is een verslag gemaakt dat door de deelnemers van de bijeenkomsten is goedgekeurd.

Enquête om draagvlak voor geïdentificeerde verbeterpunten te meten

Met behulp van een enquête onder ondernemers uit de binnenstad is vervolgens nagegaan hoe de ondernemers de in de ronde tafelbijeenkomsten aangedragen verbeterpunten ten aanzien van het modellenboek beoordeelden. De betreffende enquête is op 5 augustus 2014 per email door het centrummanagement onder de ondernemers in de binnenstad verspreid. Vervolgens is op 15 augustus door de gemeente Leiden een reminder verstuurd. In overleg met de gemeente en het centrummanagement is besloten begin september 2014 geen laatste reminder meer te sturen. Dit in relatie tot de (hoge) enquêtedruk voor ondernemers en de gunstige gerealiseerde respons tot dat moment. In totaal hebben 165 ondernemers de enquête ingevuld en daarmee gereageerd op de oproep om directe input aan de vernieuwing van het modellenboek gevelreclame te leveren.