



GEVELRECLAME TILBURGSE LINTEN

NOVEMBER 2025



WINKELLINTEN
**KORVEL
BESTERD**

Samen zorgen we voor een
aantrekkelijke uitstraling
en sterke, toekomstbestendige
bedrijvige Linten

Reclamebeleid

In 2020 is gemeentelijk beleid vastgesteld met betrekking tot gevel- en objectgebonden reclame. Het doel van dit beleid is om de “verrommeling” van de gebieden door het toenemen van gevel- en object gebonden reclames tegen te gaan.

Met duidelijke richtlijnen beoogt de gemeente Tilburg:

- De kwalitatieve uitstraling van de Linten te behouden.
- De herkenbaarheid en aantrekkelijkheid van de winkelstraten te verbeteren.
- Een balans te vinden tussen commerciële zichtbaarheid en de identiteit van de straat.

Op deze manier creëren we samen een straat die prettig is voor bezoekers en waarin ondernemers optimaal kunnen ondernemen.

Dit houdt in dat voor meer gevel- en objectgebonden reclames een vergunning moet worden aangevraagd. Ook voor reclames die geen bouwwerk zijn, zoals vlaggen en doeken in buizenframes. Uitzondering: het is toegestaan om maximaal 30% van het raamoppervlak te beplakken met reclame, zonder dat hiervoor een omgevingsvergunning nodig is.

Richtlijnen

Het streven is reclame ondergeschikt te maken aan een authentiek en kwalitatief hoogwaardig stadsbeeld. Met het oog op reclamevervuiling die ontstaat door het op elkaar stapelen van reclame-uitingen die elkaar proberen te overschreeuwen, moet terughoudendheid het uitgangspunt te zijn. Er wordt een evenwicht tussen de identiteit van de linten en commercieel noodzakelijke uitingen nagestreefd.

Reclame-uitingen kunnen slechts als noodzakelijk worden beschouwd als ze een rechtstreekse relatie hebben met het gebruik of de gebruiker van het gebouw.

Voor wat betreft de toepassing van verlichte reclame bestaat een sterke voorkeur voor naar achteren uitstralende doosletters (silhouetwerking). Ten aanzien van reclame-uitingen is het streven een optimale inpassing in de architectuur van de individuele gevels te realiseren.

Reclame-uitingen waar een vergunning voor is afgegeven staan niet ter discussie!

Wel zo helder!

Huidig

De Linten zijn unieke winkelgebieden in Tilburg, waar de mix van winkels, horeca en voorzieningen samenkomt in een levendige straat die het lokale karakter van de stad/wijk weerspiegelt. Om de uitstraling van de Linten te versterken en een prettige omgeving te creëren voor iedereen, is er o.a. een reclamebeleid opgesteld. Dit beleid richt zich op het vinden van een balans tussen commerciële zichtbaarheid en een aantrekkelijk, samenhangend straatbeeld. En zorgt voor een goed verdeelde zichtbaarheid onderling.

In deze brochure zijn de doelen en richtlijnen beschreven en staan tips en voorbeelden voor een goede reclame voering, die het ondernemerschap en het straatbeeld versterken.



Tilburg; not Tokyo

Te veel, grote of diverse reclame-uitingen maken het straatbeeld onrustig en minder duidelijk. Een rustige, samenhangende uitstraling zorgt juist voor meer herkenbaarheid en draagt bij aan de “leesbaarheid” van de winkelstraat. Samen creëren we een straatbeeld waarin zowel de unieke identiteit van elke ondernemer als de collectieve kracht van de Linten zichtbaar is.



Oproep aan ondernemers: samen werken aan een aantrekkelijk straatbeeld

We nodigen alle ondernemers aan de Linten uit om bij te dragen aan een sterk, samenhangend straatbeeld door de richtlijnen voor gevelreclame na te leven. Deze richtlijnen helpen ons de unieke identiteit van de Korvel en Besterd te versterken en een prettige, uitnodigende sfeer te creëren voor bewoners en bezoekers.

Voor sommige ondernemers betekent dit wellicht dat bestaande uitingen aangepast of verwijderd moeten worden om eenheid en rust te brengen in

het straatbeeld. Voor anderen biedt het juist de kans om hun gevelreclame op een nieuwe, sterke manier in balans te brengen met de omgeving.

Laten we samen werken aan een toekomstbestendige Korvel en Besterd die bezoekers aantrekt en waarin elke ondernemer optimaal kan opvallen binnen een mooi en harmonieus geheel.



Wat moet ik doen!

1 “zelf”onderzoek

Controleer de bestaande reclame uiting(en).
Kijk voor de regels op pagina 7 en 8
Voldoen de uitingen?

2

Ja, de uitingen voldoen aan de regels

3a

Ja, de uitingen zijn vergund



Nee of ik twijfel

2 Gemeentelijk advies

Vraag een gratis advies over de uitingen aan de gemeente. Scan voor meer informatie de QR-code. Zo weet je zeker of de reclame uitingen voldoen aan de regels of wat je eventueel moet aanpassen. Als na advies blijkt dat de reclame uitingen niet voldoen, ga dan naar de volgende stap.



4 Vergunning aanvragen

Dien het ontwerp in voor vergunning. Scan de QR-code. Zorg voor de juiste documentatie zoals tekeningen met maatvoering en materiaalspecificatie en/of een impressie.



3 Nieuw voorstel

Ontwerp een nieuw voorstel uit op basis van de gemeentelijke feedback. Hierbij is hulp mogelijk via de Lintenmanager: lintenmanager@korvel-besterd.nl

5 Productie en installatie

Laat het goedgekeurde ontwerp professioneel produceren en installeren.

3b

Nee, geen vergunning
Laat de reclame legaliseren door een vergunning aan te vragen (Scan QR-code). Omdat het een bestaande situatie betreft volstaat een foto van de huidige situatie met een tekstuele omschrijving van de afmetingen van de reclames



Voor



Na



Regels in beeld

Aangeven:

- niet toegestaan
- toegestaan
- onder voorwaarden, in overleg met gemeente

Gebruik maken van bestaande elementen losse letters

Passend in de architectuur

101

Reclameuitingen op verdieping niet toegestaan

Reclamevlak ter hoogte van verdiepingvloer is toegestaan

Tip: uitlijnen op bestaande gevelelementen

Regels in woord

Algemeen

Reclame moet ondergeschikt zijn aan het gebouw en dient op de sfeer, kleur, schaal en architectuur van het pand te worden afgestemd en zo mogelijk in de architectuur te worden geïntegreerd.

Aantal uitingen en afmeting

Eén uiting per winkel- of bedrijfspan. Bij een hoekpand één uiting per zijde.

Gevelreclame: maximaal de helft van de gevel lang en niet hoger dan 50 cm. Voorkeur voor losse letters in harmonie met de gevel.
Raamstickers: maximaal 30% beplakken



Maximaal helft van de gevel lang en maximaal 50cm hoog

geen (haakse) reclame-uiting op de verdieping

Maximaal 30% beplakt

Eén naambord per gevel; stapeling moet worden voorkomen.

Plaatsing reclame

- Op de begane grond of ter hoogte van de verdiepingsvloer. De verdiepingen blijven vrij van reclame.
- Op of vlak tegen de gevel.
- Gebruik aanwezige mogelijkheden, zoals koofborden of reclamevelden en let goed op de bestaande architectuur.

Uiterlijk

De voorkeur gaat uit naar losse letters, al dan niet verlicht. Zo blijft de gevel nog zichtbaar en oogt het geheel luchtiger.

Haakse uitingen

Haakse reclames kunnen 'worden overwogen' voor een verhoogde zichtbaarheid of als de architectuur van een gebouw hiervoor juist aanleiding geeft en een vlakke gevelreclame verstorend werkt. Een haakse uiting vraagt altijd om maatwerk.

Extra uitingen

Een tweede reclame (waaronder een vlag of haakse uiting van beperkte omvang) is denkbaar als er sprake is van een passend totaalbeeld en er keuzes worden gemaakt. Als bijvoorbeeld de toegestane breedte/hogte niet volledig worden benut, ontstaat er ruimte voor een tweede reclame.

De beste reclame voor je onderneming

Een eenvoudige, heldere vormgeving maakt de boodschap snel begrijpelijk. Minder visuele elementen zorgen ervoor dat de kernboodschap direct overkomt. Gevelreclame die aansluit bij de architectuur versterkt het aanzien van de gevel en geeft het straatbeeld visuele rust en samenhang. Gebruik geen schreeuwende contrasten. Breng eenheid aan in de uiting(en), zodat ze visueel leesbaar zijn zonder te overdonderen. Door balans in gezamenlijke uitstraling met ruimte voor eigen identiteit kan elke ondernemer opvallen zonder elkaar te overschreeuwen.

5 praktische tips

1. Kleur en contrast

Kleurkeuze: Kies kleuren die de merkidentiteit weerspiegelen en passen bij de omgeving. Zorg voor voldoende contrast tussen de achtergrond en de tekst om de leesbaarheid te vergroten. Let op: zwarte tekst op een raam is overdag vaak moeilijk leesbaar.

2. Typografie

Lettertype: Kies een lettertype dat het karakter van het bedrijf weerspiegelt en gemakkelijk leesbaar is. Vermijd te sierlijke of complexe lettertypen.

Lettergrootte: Zorg voor een adequate lettergrootte die leesbaar is vanaf de gewenste afstand. Een algemene richtlijn is dat de letterhoogte in centimeters vermenigvuldigd met 30 de leesafstand in meters geeft.

3. Vorm en materiaal

Houd de vormgeving eenvoudig en duidelijk. Te veel details kunnen de boodschap vertroebelen. Gebruik duurzame en weerbestendige materialen die passen bij de uitstraling van het bedrijf en de omgeving.

4. Formaat en plaatsing

Het formaat van de gevelreclame moet in balans zijn met de gevel en de omgeving. Een te groot formaat kan overweldigend zijn, terwijl een te klein formaat onopgemerkt kan blijven. Plaats de reclame op een hoogte en locatie waar deze goed zichtbaar is voor het beoogde publiek. Houd rekening met obstakels zoals bomen of andere gebouwen die het zicht kunnen belemmeren.

5. Verlichting

Overweeg verlichting om de zichtbaarheid in de avonduren te vergroten. Zorg ervoor dat de verlichting niet verblindt en energiezuinig is.

Cadeau namens Stichting Tilburse Linten

Als 'opsteker' én stimulator om tot een eenduidige rustige reclame-uiting tekomen bieden we gratis een herkenbare 'linten' vlag aan met ruimte voor eigen logo. Deze collectieve uiting is een vergunningvrije extra uiting die is toegestaan voor alle ondernemers van Korvel en Besterd.





Met deze tips kunt u een gevelreclame ontwerpen die zowel aantrekkelijk als effectief is, die de merkidentiteit van uw bedrijf versterkt. Bij Stichting Tilburgse Linten kunt u ondersteuning krijgen bij het vormgeven van nieuwe reclameuitingen. **Neem contact op met de Lintenmanager!**

Via: lintenmanager@korvel-besterd.nl



GEMEENTE TILBURG

WINKELLINTEN

**KORVEL
BESTERD**