Gemeente Amsterdam

Vraag 5.31 Buitenreclame

- Vraag 1. Wat is ervoor nodig dat we in het coalitieakkoord opnemen dat we in de openbare ruimte geen producten willen promoten die in ernstige mate bijdragen aan schade aan mens en milieu?
- Vraag 2. Concreet weren van reclame:
    - Wat kost het om alle fast fashion te weren?
    - Wat kost het om met weren ongezond voedsel stap te maken?

Aanvullende vraag n.a.v. integrale staf Van der Horst op 18-05-2026:
Vraag 3. Wat is de financiële consequentie van de twee APV verboden vanaf 1 januari 2027?

Antwoord (max. 1 A4)

1. **Wat is ervoor nodig dat we in het coalitieakkoord opnemen dat we in de openbare ruimte geen producten willen promoten die in ernstige mate bijdragen aan schade aan mens en milieu?**

Deze vragen worden beantwoord vanuit de rol van de gemeente (V&OR) als contracteigenaar. V&OR is verantwoordelijk voor het nakomen en onderhouden van contractuele afspraken én voor het beheer en onderhoud van de openbare ruimte, waar een deel van de opbrengsten (via algemene middelen/programma 2) van de contracten voor worden gebruikt. Tegenvallers of minderinkomsten moeten door het programma worden opgevangen.

Voor het opnemen van beperkingen voor reclame in het coalitieakkoord is nodig:

- Intentie om richtinggevende bepalingen over schade aan mens en milieu aan te scherpen. Scherpere definities bevorderen de juridische houdbaarheid van maatregelen. Die bepalingen kunnen worden opgenomen in het Beleidskader Buitenreclame en kunnen worden gebruikt in nieuwe aanbestedingen voor de verschillende reclameobjecten.
- Financiële consequenties opnemen: er is op dit moment sprake van financiële afdrachten van de concessiehouders aan de gemeente. Deze middelen worden gebruikt voor beheer en onderhoud van de openbare ruimte (afdracht JCDecaux) en voor een afdracht aan de Vervoerregio Amsterdam voor beheer van het openbaarvervoersysteem metro (afdracht CS DM). Bij minder afdracht of het wegvallen hiervan is aanvullende dekking en/of afschalen van ambities voor het beheer en onderhoud zoals hierboven genoemd noodzakelijk.
- In het geval van tussentijdse wijzigingen in contracten moet er budget zijn voor compensatie van mogelijke schadeclaims in het geval van een juridisch geschil aangespannen door de huidige concessiehouders.

Stoppen met bepaalde typen buitenreclame kan op drie manieren:

1. Wachten tot bestaande contracten aflopen en vervolgens voor de nieuwe concessieperiode nieuwe voorwaarden stellen in een nieuw contract.
2. Het openbreken van bestaande reclamecontracten en nieuwe afspraken te heronderhandelen; met het risico op een juridisch geschil aangespannen door de huidige concessiehouders.
3. Een verbod afdwingen via de Algemene Plaatselijke Verordening (APV).

Optie 1 leidt tot de minste financiële en juridische risico's, omdat hier geen bestaande afspraken hoeven te worden herzien. Bij optie 2 moeten bestaande afspraken worden heronderhandeld, waarbij de onderhandelingspositie van de gemeente minder goed is als vragende partij. Bovendien kunnen de afspraken niet te veel wijzigen, omdat er dan mogelijk sprake is van een nieuwe aanbestedingsplicht. Optie 3 grijpt ook in op de lopende uitvoering van bestaande afspraken. De gemeente loopt juridische en

financiële risico's als het verbod onvoldoende duidelijk en uitvoerbaar is en als de marktpartij aantoonbare schade vergoed wil krijgen voor de geleden schade door invoering van het reclameverbod. Naarmate een langere overgangstermijn wordt gehanteerd bij het invoeren van de nieuwe maatregel, wordt het risico minder.

2. **Concreet weren van reclame:**
- **Wat kost het om alle fast fashion te weren?**
- **Wat kost het om met weren ongezond voedsel stap te maken?**

We beantwoorden de vragen over fast fashion en het weren van ongezond voedsel voor de volgende twee contracten (abri- en mupireclame en metroreclame).

[redacted]

Culturele reclame-uitingen via Centercom en lichtmastreclame NPB laten we in dit antwoord buiten beschouwing, omdat deze niet raken aan de onderwerpen in de gestelde vragen.

Er zijn twee financiële aspecten, namelijk:
1. Lagere structurele reclame inkomsten
2. Mogelijke schadeclaim / -vergoeding

In alle gevallen zijn de bedragen een inschatting op basis van eerder uitgevoerd onderzoek (door het Nationaal Advies Bureau Buitenreclame, NABB) en marktkennis. Niet verdisconteerd is de invloed van overgangstermijnen, hoe gesprekken en onderhandelingen en eventuele juridische procedures zouden verlopen. Ook de verdeling tussen fast fashion en ongezond voedsel is een inschatting. Voor invoering zal een precieze definiëring wat bedoeld wordt met de begrippen fast fashion en ongezond voedsel van belang zijn voor de houdbaarheid van de maatregel.

<u>Ad 1: Lagere structurele reclame inkomsten</u>
Dit gaat over de financiële gevolgen voor de gemeente Amsterdam bij een reclameverbod voor ongezonde voeding en fast fashion als gewacht wordt op afloop van de contracten (bij gelijkblijvende aantallen, uitingsvormen en plekken waar reclame gemaakt mag worden).

[redacted]

Gemeente Amsterdam

[redacted]

Hieronder zetten we uiteen wat de verwachte impact is op de door de gemeente te ontvangen afdracht bij een verbod waarbij gewacht is op het aflopen van de huidige contracten.

	Afdrachten aan de gemeente per jaar	Verschil met huidige afdrachten per jaar*	Verschil gehele coalitieperiode
JCDecaux huidig tot 2029	[redacted]	[redacted]	[redacted]
JCDecaux nieuw vanaf 2029 zonder verboden (incl. APV aanpassing 2026) ***	[redacted]	[redacted]	[redacted]
JCDecaux nieuw vanaf 2029 met verbod fast fashion en ongezond voedsel **	[redacted]	[redacted]	[redacted]
CS DM huidig tot 2035	[redacted]	[redacted]	[redacted]
CS DM nieuw vanaf 2035 zonder verboden	[redacted]	[redacted]	[redacted]
CS DM nieuw vanaf 2035 met verbod fast fashion en ongezond voedsel **	[redacted]	[redacted]	[redacted]

*De afdrachten zijn de totale waarde van het contract minus de kosten van beheer en onderhoud aan abri's en mupi's

** Bij bovenstaande berekeningen is al rekening gehouden met minder inkomsten vanwege verbod fossiele reclames en vleesreclames. De financiële implicaties (op omzet van contracten) van het APV-reclameverbod op fossiel en vlees zijn onder vraag 3 opgenomen.

*** De landelijke omzet in de buitenreclame stijgt al jaren fors. Dat komt onder andere door digitalisering van de objecten en een verbreding van reclame uitingen (meer bedrijven kiezen voor buitenreclame) en grote bedrijven blijven buitenreclame inzetten voor branding ondanks strengere regelgeving.

<u>Ad. 2: Mogelijke schadeclaim / vergoeding</u>

Financiële gevolgen voor de gemeente Amsterdam bij een wijziging als tussentijds wordt ingegrepen op lopende contracten waarbij het hanteren van een overgangstermijn nog een dempend effect kan hebben.

Op het moment dat de gemeente ingrijpt op de huidige contracten ontstaat de situatie dat er mogelijk omzetverlies wordt geleden door de huidige exploitanten. Hierdoor lopen wij als gemeente het risico dat zij een claim doen op dit verlies. Het is mogelijk dat met een heronderhandeling in overeenstemming de afdracht omlaag gaat. Echter, als gemeente lopen we ook het risico op een juridisch geschil aangespannen door de exploitant.

Een dergelijke claim van een exploitant is onmogelijk te voorspellen. In onderstaande tabel doen we een inschatting op basis van de omzetverandering gedurende de looptijd van de rest van het contract. Deze omzetverandering komt voor uit het NABB onderzoek volgens de huidige marktverdeling. Daadwerkelijk omzetverlies is aan te tonen door de exploitant en is onderhevig aan verschuivingen in de markt. Een verbod leidt mogelijk tot een verschuiving van de markt naar gezonde en duurzame producten en diensten, waardoor het aantoonbare omzetverlies lager is dan het onderzoek aantoont.

Gemeente Amsterdam

	Omzetverandering (op basis van NABB)	Omzetverandering restperiode contract
JCDecaux wijziging huidig contract	[redacted]	[redacted]
CS DM wijziging huidig contact	[redacted]	[redacted]

3. **Wat is de financiële consequentie van de twee APV verboden fossiel en vlees reclame** *vanaf 1 januari 2027***? (let op! Dit gaat dus over andere verboden dan in vraag 1 en 2 behandeld)**

Er zijn twee financiële aspecten, namelijk:

1. *Mogelijke schadeclaim / -vergoeding*
2. *Lagere structurele reclame inkomsten*

Ad 1. Mogelijke schadeclaim / -vergoeding

[redacted]

Gemeente Amsterdam

[redacted]

Financiële en personele gevolgen

Financiele gevolgen per jaar optie 1 (contract uitdienen en na afloop nieuw contract afsluiten) en optie 2 (contract wijzigen)

Financiële gevolgen per jaar.	2026	2027	2028	2029	2030	Totaal coalitie periode
Lagere structurele reclame inkomsten bij verbod fast fashion en ongezond voedsel: JCDecaux contract afwachten	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
Mogelijke schadeclaim / vergoeding bij verbod fast fashion en ongezond voedsel: JCDecaux contract wijzigen / openbreken	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]
CS DM contract wijzigen (contractbreuk)	[redacted]					

Naar verwachting zijn er geen personele gevolgen als gekozen voor de optie het contract uit te dienen. Bij wijzigingen (contractbreuk) krijg je mogelijk te maken met extra juridische kosten en inzet. Deze zijn in deze beantwoording niet meegenomen.