

From 5.1, 2, e 5.1, 2, e 5.1, 2, e@amsterdam.nl>
Subject **13) Buitenreclame: PvA naar college van B&W**
To 5.1, 2, e 5.1, 2, e@amsterdam.nl>
Date April 14, 2025 at 9:50:54 AM UTC

Van: 5.1, 2, e 5.1, 2, e 5.1, 2, e@amsterdam.nl>
Verzonden: donderdag 2 mei 2024 12:20
Aan: 5.1, 2, e 5.1, 2, e 5.1, 2, e@amsterdam.nl>
Onderwerp: Re: Buitenreclame: PvA naar college van B&W

Hoi 5.1, 2, e

Ik heb er nog eea aan aangepast en vooral zaken die duidelijk zijn of als duidelijk kunnen worden verondersteld weggelaten. Ik denk dat het toch wel handig is om de mogelijke consequentie voor de begroting te noemen (ook al is dat geen halszaak). Mijn suggestie is de volgende (649 tekens:)):

Het meest recente beleidskader (2020) gaat uit van minder reclame in de openbare ruimte. Minder reclameobjecten en een rustig straatbeeld is van groter belang dan het krijgen van zoveel mogelijk inkomsten.

De gemeente sluit langdurende overeenkomsten voor de reclame in de openbare ruimte. De begrote inkomsten zijn ruim € 12 miljoen p/j. De gemeenteraad wil in gesprek over de toekomst van buitenreclame. Voor dit gesprek moeten verschillende zaken worden onderzocht. Hiervoor is een plan van aanpak opgesteld. Het eerste contract loopt af op 31 december 2026. De reclamevorm in dit contract kan verdwijnen uit de stad of onder andere voorwaarden worden voortgezet. Dit kan een effect hebben op de begroting voor buitenreclame vanaf 1 januari 2027.

Wat denk je hiervan?

Groet,

5.1, 2, e

Van: 5.1, 2, e 5.1, 2, e 5.1, 2, e@amsterdam.nl>
Verzonden: dinsdag 30 april 2024 10:26
Aan: 5.1, 2, e 5.1, 2, e 5.1, 2, e@amsterdam.nl>
Onderwerp: Buitenreclame: PvA naar college van B&W

Hoi 5.1, 2, e

Ik was de stukken aan het invoeren voor het college, maar stuitte daar op een woordenquotum. De kernboodschap mag maximaal 750 tekens zijn en de bestaande tekst was ruim 1150 tekens. Ik heb de tekst nog een keer ingekort en leg deze voor de nauwkeurigheid nog aan jou voor.

Het was:

In het Beleidskader Buitenreclame staat het beleid voor de reclame in de openbare ruimte. Het laatste beleidskader (september 2020) richt op minder buitenreclame in de openbare ruimte. Minder reclameobjecten en een rustig straatbeeld is van groter belang dan het krijgen van zoveel mogelijk inkomsten uit buitenreclame.

De gemeente sluit langdurende reclameovereenkomsten voor de reclame in de stad. De begrote inkomsten uit deze reclamecontracten is ruim € 12 miljoen per jaar. Voordat nieuwe overeenkomsten worden gesloten wil de gemeenteraad een gesprek voeren over de toekomst van buitenreclame in Amsterdam. De uitkomsten van dit gesprek worden vastgelegd in de actualisatie van het Beleidskader Buitenreclame. Het nieuwe beleid is de basis voor nieuwe reclameovereenkomsten voor de openbare ruimte. Het eerste contract loopt af op 31 december 2026. De reclamevorm in dit contract kan daarna verdwijnen uit de stad of onder andere voorwaarden worden voortgezet. Dit kan dus een effect hebben op de begroting voor buitenreclame vanaf 1 januari 2027.

Het is nu:

In het Beleidskader Buitenreclame staat het beleid voor de reclame in de openbare ruimte. Het laatste beleidskader (2020) gaat uit van minder reclame in de openbare ruimte. Minder reclameobjecten en een rustig straatbeeld is van groter belang dan het krijgen van zoveel mogelijk inkomsten uit buitenreclame.

De gemeente sluit langdurende overeenkomsten voor de reclame in de openbare ruimte. De begrote inkomsten uit deze contracten is ruim € 12 miljoen per jaar. Voordat nieuwe overeenkomsten worden gesloten wil de gemeenteraad een gesprek over de toekomst van buitenreclame. Voor dit gesprek moeten verschillende zaken worden onderzocht. Hiervoor is een plan van aanpak opgesteld. Het eerste contract loopt af op 31 december 2026.

Ben je hiermee akkoord?

Met vriendelijke groet,

5.1, 2, e
5.1, 2, e Openbare Ruimte
Verkeer & Openbare Ruimte

Gemeente Amsterdam

M5.1, 2, e
5.1, 2, e@amsterdam.nl
Weesperplein 8, 1018 XA Amsterdam

