



Wethouder

Melanie van der Horst

---

Onderwerp

Proces van verschillende lijnen binnen buitenreclame dossier

---

Onderwerp

Gevraagde beslissing

1. **Kennis te nemen van de inzet vanuit andere portefeuilles ten aanzien van de inperking van reclame en de financiële gevolgen.**
2. **Kennis te nemen van de verschillende processtappen die de komende periode genomen moeten worden.**

---

Korte toelichting / samenvatting

Het laatste jaar heeft bestuurlijk het volgende gespeeld:

1. CIE MOW en Raad van januari 2024 over het niet verlengen van het contract met JCDecaux en over de wens om het huidige buitenreclamebeleid te actualiseren.
2. In april hebben Van Pijpen en Bakker een initiatiefvoorstel ingediend met als doel om onwenselijk reclame die bijdraagt aan de klimaatcrisis (fossiel, vlees en *fast fashion*) te verbieden door middel van een aanpassing van artikel 4.10 in de APV.

Als reclame via de APV wordt ingeperkt heeft dit gevolgen voor reclames van restaurants slagers, tankstations en reisbureaus, maar ook voor de contracten en de afdracht. Binnen het initiatiefvoorstel zit geen financiële dekking. Tussen de bestuurlijk portefeuilles is geen overeenstemming over de trekkersrol van de beantwoording en wie de gewenste inperking financieel moet dekken. **(Uitdaging)**

3. In mei is de raadsbrief met het plan van aanpak voor de actualisatie besproken in het college. Voor de bespreking zat de brief TKN in de map van Pels en Scholtes, omdat inzet vanuit hen noodzakelijk is voor een inperking van reclame op inhoud.

**Onderbouwing beslispunten**

1. **Kennis te nemen van de inzet vanuit andere portefeuilles ten aanzien van de inperking van reclame en de financiële gevolgen.**

Vanuit andere portefeuilles wordt gewerkt aan inperking van de inhoud van reclame:

- Reizen die hoofdzakelijk rusten op de fossiele industrie: Vliegen, cruises;
- Aanschaffen van producten die aandrijven op producten uit de fossiele industrie
- Verkopen van producten die afkomstig zijn uit de fossiele industrie;
- Aanprijzen van producten met dierlijke herkomst voor menselijke consumptie;
- Aanprijzen van producten met dierlijke herkomst voor algemene consumptie;
- Aanprijzen van producten van niet plantaardige herkomst;
- Aanprijzen van ongezonde voedings die niet vallen onder de 'Schijf van Vijf';
- Aanprijzen van producten/winkels binnen de Opiumwet: coffeeshops, smartshops;
- Aanprijzen van producten en activiteiten die vanuit de Aanpak Binnenstad onwenselijk zijn omdat ze bijdragen aan een ongewenst soort toerisme.

Inperking van de inhoud van reclame heeft financiële gevolgen voor lopende en toekomstige concessies. Dit betekent dat beleidsdoelstellingen voor de openbare ruimte mogelijk in de knel komen. Denk hierbij aan minder of geen digitaal, minder objecten (in een deel van de stad), bepaalde objecten niet meer of een lagere beeldwisselsnelheid op specifieke objecten.

De begrote inkomsten zijn nu 12,4 mil. Op dit moment wordt 15 mil. binnengehaald uit afdracht van de contracten. Als de inkomsten in stand moeten blijven is het niet mogelijk om alle beleidsdoelstellingen te realiseren. **(Uitdaging)**

## **2. Kennis te nemen van de verschillende processtappen die de komende periode genomen moeten worden.**

A. Overeenstemming tussen betrokken wethouders over doelstelling buitenreclame: Kwaliteit van de openbare ruimte, plek hebben voor gemeentelijke communicatie, veel afdracht krijgen, inhoud van reclame beperken.

Belangen en betrokkenheid liggen bij:

- Kwaliteit van de openbare ruimte en uitvoer contracten (Van der Horst)
- Duurzaamheid en Circulaire Economie & Voeding (De Jager)
- Gezondheid en Preventie (Scholtes)
- Belang Lokale Economie & Aanpak Binnenstad (Mbarki)

B. Bestuurlijke reactie van Initiatiefvoorstel moet worden voorgelegd aan het college. Lijn is nu om de inhoud van reclame te reguleren via APV voor een gelijk speelveld. Dit hangt wel af van de afstemming met de andere wethouders over de wenselijke lijn hiervoor. APV aanpassen kan niet op basis van initiatiefvoorstel, omdat dit onvoldoende afbakening en uitwerking kent. College moet APV aanpassing zelf opstarten. Aansturing op welke portefeuille dit trekt is nodig, omdat het gaat om gebouwde omgeving, openbare ruimte en beperking inhoud reclame **(Uitdaging)**

C. Plan van actualisatie agenderen op POH van 2/12 zodat PHO's aandachtspunten vanuit hun stadsdeel kunnen meegeven. Ambtelijk gebeurt dit al met stadsdelen.

D. In Q1 2025 brief naar CIE MOW met de verschillende beleidskeuzes voor een gesprek over de toekomst van buitenreclame. Conform motie 029.24.

E. Op basis van de vastgestelde definities vinden gesprekken plaats met de bestaande concessiehouders over de toepasbaarheid binnen de contracten. Fossiele definitie is nog niet vastgesteld door wethouder duurzaamheid.

F. Na CIE MOW vindt de actualisatie van het beleid plaats. Dit kan synchroon lopen aan de aanpassing van de APV als dat wenselijk is voor de inperking. De inperking van de inhoud van reclame kan ook worden meegenomen in nieuw beleid. Het geactualiseerde beleidskader wordt in de inspraak gelegd in Q3 2025 en wordt uiteindelijk vastgesteld in Q4 van 2025.

G. Vanaf Q1 2026 kan eventueel een aanbesteding worden voorbereid voor het eerste aflopende contract in Amsterdam voor de lichtmastreclame. Dit contract loopt af op 31 december 2026. Andere contracten lopen later af.

---

**Stukken**

Meegezonden stukken

-

---

**Verdere procedurestappen met data**

---

**Publiciteit / communicatie**

n.v.t.

---

**Wijze van voorbereiding**

Afstemming met andere dienst

Resultaat overleg met  
directie/bestursdienst

Ander overleg

---

**Productinformatie**

Opdracht verleend

n.v.t.

Financiering/budget

n.v.t.

Tijd

n.v.t.

Kwaliteit

n.v.t.

---

**Beslissing**

---

**Behandelend ambtenaar**

Verkeer & Openbare Ruimte, 5.1, 5.1, 2, e 5.1, 2, e 5.1, 2, e [@amsterdam.nl](mailto:5.1, 2, e@amsterdam.nl)  
Verkeer & Openbare Ruimte, 5.15.1, 2, e 5.1, 2, e  
5.1, 2, e [@amsterdam.nl](mailto:5.1, 2, e@amsterdam.nl)