

Gemeente Amsterdam
Stadsdeel West

Directie Strategie en beleidsrealisatie
Afdeling Wonen en leven

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

Stadsdeel West



Toetsingskader reclame in de openbare ruimte in stadsdeel West

1.1 Inleiding

Deze beleidsnotitie biedt een toetsingskader voor aanvragen voor een ontheffing voor het voeren van reclame in de openbare ruimte. Met deze notitie is het beleid op het gebied van reclame in de openbare ruimte van de vier voormalige stadsdelen samengevoegd en waar mogelijk ook gedereguleerd. Daarnaast wordt ook in gegaan op ontwikkelingen die om nieuwe beleidskeuzes vragen. Deze ontwikkelingen zijn bijvoorbeeld de opkomst van green graffiti, de harmonisatie van het beleid voor steigerdoekreclame in Amsterdam, de digitalisering van de reclamevlakken en de bestuurlijke wens in een aantal stadsdelen om de reclame-inkomsten in Amsterdam te vergroten.

Stadsdeel West zet zich in voor het ontwerpen en in standhouden van een openbare ruimte die te omschrijven is als 'mooi, duurzaam, veilig, bruikbaar en beheerbaar'. Deze begrippen zijn ook opgenomen in de handboeken voor de inrichting en het beheer van de openbare ruimte. Op grond van dit uitgangspunt is bij het opstellen van deze beleidsnotitie ook een afweging gemaakt tussen aan de ene kant de mogelijke negatieve gevolgen van extra reclame-uitingen voor het straatbeeld, de kwaliteit van de openbare ruimte en daarmee de verkeersveiligheid en aan de andere kant het economische belang en de ruimte voor het maken van reclame voor ondernemers in de openbare ruimte. Dit heeft geresulteerd in de keuze voor een goed gedoseerde hoeveelheid buitenreclame. De buitenreclame is wel zichtbaar aanwezig, maar doet geen afbreuk aan de kwaliteit van de openbare ruimte en is niet beeldpalend en niet onderling concurrerend.

In Amsterdam is het reclamebeleid voor de openbare ruimte nog niet geharmoniseerd, maar in deze notitie wordt niet significant afgeweken van het beleid in de andere stadsdelen. In de komende jaren kan daarom alsnog tot een harmonisatie worden overgegaan. Het beleid is wel afwijkend van dat van stadsdeel Centrum of het ArenA-gebied in stadsdeel Zuidoost. In stadsdeel Centrum is het beleid strenger, bijvoorbeeld op het gebied van steigerdoekreclame, als gevolg van de plaatsing van de grachtengordel op de Unesco Werelderfgoedlijst. Voor het ArenA-gebied geldt een minder streng beleid.

1.2 Beleidskader buitenreclame

In de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) zijn de belangrijkste bepalingen voor het maken van reclame in de openbare ruimte vastgelegd. Het dagelijks bestuur kan deze bepalingen nader in vullen. In de APV is ook de definitie van reclame opgenomen (APV, artikel 1.1.5):

Het in het openbaar aanprijzen van of de aandacht vestigen op diensten, goederen, activiteiten of namen met het doel een commercieel belang te dienen.

De APV maakt verder onderscheid tussen reclame op of aan:

- Onroerende zaken (art. 4.10 APV);
- Reclame op of aan de weg, inclusief reclame op voertuigen (art. 4.11 en 4.23 APV);
- Reclame die op of aan de openbare weg wordt verspreid d.m.v. folders en sampling (art. 4.12 APV);

Gemeente Amsterdam

Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

- Plakken en kladden: aanplakobjecten voor vrije meningsuiting (art. 4.8 APV).

Het doel van de bepalingen in hoofdstuk 4 van de APV is het beschermen van de kwaliteit van de openbare ruimte. De artikelen over het plaatsen van objecten en reclame in de openbare ruimte zijn gericht op de bescherming van het stadsbeeld en het tegengaan van ontsiering en wildgroei aan objecten en reclame in de schaarse openbare ruimte. De artikelen zijn ook gericht op het tegengaan van gevaar en hinder als gevolg van de aanwezigheid van objecten en reclameborden. De werking van de APV wordt begrensd door andere regelgeving, zoals de Wabo. Voor het plaatsen van objecten in de openbare ruimte geldt soms een verplichting om een omgevingsvergunning aan te vragen.

Het stadsdeel kan vooraf geen uitspraak doen over de inhoud van reclameboodschappen. Naast wettelijke voorschriften wordt de Nederlandse Reclamecode gevolgd. Dit houdt in dat de exploitanten geen reclame aanbrengen, die naar vorm en/of inhoud in strijd is met de openbare orde of de goede zeden, zoals verwoord in de Nederlandse Reclamecode.

1.3 De inhoud van deze beleidsnotitie

Centraal in deze notitie staat artikel 4.11, lid 3 van de APV 'Reclame op of aan de weg'. In artikel 4.11 staat dat *het verboden is (om zonder een ontheffing) met een bord, doek of met enig ander middel of voorwerp of met een voertuig of vaartuig, uitsluitend of hoofdzakelijk gebruikt of bestemd voor het maken van reclame, op of aan de weg of het openbaar water reclame te maken.*

Op grond van dit artikel is een toetsingskader voor het verlenen van ontheffingen voor reclame op of aan de weg opgesteld. Op dit toetsingskader volgt een artikelsgewijze toelichting. Aanvullend komen de onderwerpen wildplakken en handhaving aan de orde.

In de bijlagen zijn een overzicht van de voorkomende reclameobjecten, de algemene regels voor winkeluitstallingen en steigerdoeken, de bestaande overeenkomsten met exploitanten van reclameobjecten, het aanvraagformulier voor een ontheffing en een overzicht met de belangrijkste beleidswijzingen per 1 september 2013 opgenomen.

In deze nota wordt niet ingegaan op reclame op onroerende zaken. In de gemeente Amsterdam is gekozen voor het opnemen van de criteria voor de beoordeling van meldingen voor gevelreclame en aanvragen om omgevingsvergunning in de nieuwe welstandsnota 'de Schoonheid van Amsterdam 2013'. Bij de vaststelling van deze nota, die voor heel de gemeente Amsterdam gaat gelden, komen de reclamerichtlijnen voor gevelreclame van de voormalige stadsdelen te vervallen.

Gemeente Amsterdam

Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

2. Toetsingskader reclame in de openbare ruimte stadsdeel West

2.1 Beleidsregels ontheffingen voor 'reclame op of aan de weg'

Artikel 1 Begripsomschrijvingen

In deze beleidsregels wordt verstaan onder:

- a. Affichage: het aanplakken of reclame maken.
- b. APV: De Algemene Plaatselijke Verordening van de gemeente Amsterdam.
- c. Billboards: grotere reclamezuilen met een reclameformaat van 8 m² (+/- 20 %).
- d. Lichtmastreclame: reclame aan masten voor openbare straatverlichting en/of aan masten ten behoeve van de elektriciteitsvoorziening van het openbaar vervoer.
- e. Nuttige loopruimte of minimale doorloopruimte: de ruimte tussen het te plaatsen reclameobject en de trottoirband c.q. rand van het trottoir minus eventueel geplaatste vaste objecten, zoals bomen, pilaren en/of straatmeubilair.
- f. Sandwichbord: een door een ondernemer of gebruiker op de openbare weg geplaatst los tweezijdig plat bord met het kennelijk doel reclame te maken. Dit bord is niet aan de grond verankerd.

Artikel 2 De aanvraag

Bij het aanvragen van een ontheffing moet gebruik worden gemaakt van een door of namens het dagelijks bestuur vastgesteld formulier.

Artikel 3 Niet toegestane reclame in verband met het uiterlijk aanzien en de kwaliteit van de openbare ruimte

In geval een aanvraag om een ontheffing als aangegeven in artikel 4.11, lid 3 APV wordt geen ontheffing verleend indien het betreft:

- a. grote bewegende objecten, lichtkranten en lichtreclame met veranderlijk of intermitterend licht en lichtprikbels;
- b. grote reclamevitruines;
- c. daglichtreflecterende reclame;
- d. reclameobjecten die geluid produceren;
- e. spandoeken, vlaggen(-masten), banieren en vaandels met het kennelijke doel reclame te maken voor een dienst, een product, een organisatie of een commerciële activiteit;
- f. reclame aan of rond bomen en in openbaar groen, waaronder parken en plantsoenen;
- g. reclame in waterpartijen en langs het openbare water of op een afstand van minder dan 5 meter daarvan;
- h. reclame aan, rond of op straatmeubilair zoals op fietsenrekken, lichtmasten en ondergrondse papier- en glasbakken;
- i. reclame op of aan kunstwerken, aan bruggen of brugvleugels, of op of rond schoolpleinen;
- j. reclame op stilstaande voertuigen, uitsluitend voor reclame doeleinden gebruikt als bedoeld in artikel 4.11 en artikel 4.23 van de APV;
- k. grote opblaasbare elementen ten behoeve van het maken van reclame;
- l. verwijzingsborden;
- m. sandwichborden, anders dan de sandwichborden die deel uit maken van een winkeluitstalling waarvoor op grond van de algemene regels voor winkeluitstalling geen vergunning nodig is;
- n. billboards en informatiezuilen;

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

- o. driehoeksborden, anders dat tijdelijke driehoeksborden ten behoeve van gemeentelijke campagnes;
- p. commerciële reclame op bouwschuttingen;
- q. green graffiti met het doel om reclame te maken.

Artikel 4 Ontoelaatbare reclame in verband met de (verkeers-)veiligheid en hinder

Op aanvragen om een ontheffing als bedoeld in artikel 4.11 APV, kan in elk geval niet positief worden beschikt, indien:

- a. de reclame verkeersdeelnemers het zicht ontnemt op andere verkeersdeelnemers of verkeerssituaties, of op een andere wijze gevaar of hinder oplevert voor het verkeer dan wel de verkeersdeelnemers;
- b. de kleur van de reclame zodanig is dat daardoor de kleuren van verkeerslichten of andere lichtsignalen niet of minder goed te onderscheiden zijn;
- c. de reclame het uitzicht op verkeerslichten, verkeersborden, 'ANWB'-borden en straatnaamborden belemmert;
- d. het reclameobject op minder dan 0,50 meter van de stoeprand of een gids- en geleidelijn wordt geplaatst;
- e. het reclameobject in smalle en drukke voetgangersgebieden wordt geplaatst en de minimale obstakelvrije doorloopruimte van 1,50 meter daarbij niet wordt gerespecteerd.

Artikel 5 Reclame op terrasafscheidings en parasols

Indien middels de exploitatievergunning een vergunning wordt verleend voor het plaatsen van terrasafscheidings en parasols geldt dat:

- a. daarop reclame mag worden geplaatst, voor zover de reclame-uiting betrekking heeft op de bedrijfsnaam of een product dat in het horecabedrijf wordt verkocht;
- b. het maken van reclame op een terras op een andere manier dan middels functionele objecten niet is toegestaan.

Artikel 6 Spandoeken boven of over de openbare weg

Voor spandoeken wordt alleen in beperkte mate een ontheffing verleend in het kader van een niet-commercieel cultureel evenement, waarbij geldt dat:

- a. het maximaal binnen het stadsdeel te plaatsen spandoeken voor een evenement 2 bedraagt;
- b. spandoeken uitsluitend in de buurt van de plek waar het evenement plaats vindt mogen worden geplaatst;
- c. geen commerciële reclame op de spandoeken wordt aangebracht; dit geldt ook voor de naam van de commerciële sponsor van het evenement of de activiteit, met uitzondering van spandoeken op een evenemententerrein;
- d. het niet toegestaan is om spandoeken te bevestigen aan bomen;
- e. het niet toegestaan is om spandoeken te bevestigen aan lichtmasten, zonder voorafgaande toestemming van de beheerder van dienst IVV;
- f. het plaatsen van spandoeken slecht wordt toegestaan indien deze spandoeken tijdelijk, in de openbare ruimte worden geplaatst. Hierbij geldt een maximum periode van 14 dagen.

Artikel 7 Sponsoring

- a. Sponsoring van te plaatsen straatmeubilair of de inrichting en het beheer van de openbare ruimte, onder vermelding van de (persoonlijke) naam van de

Gemeente Amsterdam

Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

- sponsor en/of het plaatsen van een merkteken op de objecten, is mogelijk, onder voorwaarde dat de naam of het merkteken van de sponsor bescheiden en ondergeschikt wordt aangebracht.
- b. Onder geen voorwaarde is het toegestaan dat bedrijven straatmeubilair of delen van de openbare ruimte visueel betrekken bij het bedrijf, door bijvoorbeeld het schilderen van straatmeubilair in de 'bedrijfskleuren'.
 - c. Uit oogpunt van doelmatig beheer en kwaliteit van de openbare ruimte kan sponsoring worden afgewezen door de beheerder.
 - d. Sponsoring kan ook worden afgewezen indien het beleid van de sponsor in strijd is met het beleid van het stadsdeel.
 - e. De sponsoring wordt vastgelegd in een tijdelijke overeenkomst tussen het stadsdeel en de sponsor.

Artikel 8 Green graffiti en grondreclame

Voor het plaatsen van grondreclame kan een ontheffing worden verleend in het geval dat:

- a. de grondreclame wordt aangebracht in opdracht van het stadsdeel of een gemeentelijke dienst en het een openbare aankondiging of een boodschap ten dienste van het wegverkeer, waaronder worden begrepen algemene bewegwijzeringen waarmee een algemeen belang wordt gediend, betreft en;
- b. de grondreclame slechts tijdelijk of enkele weken zichtbaar is en bij het aanbrengeen geen schade of verontreiniging wordt veroorzaakt.

Artikel 9 Sampling (artikel 4.12 APV)

Voor het uitdelen of verspreiden van reclamedrukwerk op of aan de weg wordt geen ontheffing verleend. Voor sampling van andere voorwerpen of producten dan reclamedrukwerk kan een ontheffing worden verleend in de volgende gevallen:

- a. de activiteiten vinden niet vaker plaats dan twee dagdelen per maand en;
- b. de activiteiten vinden uitsluitend plaats in winkelstraten en tijdens evenementen;
- c. de aanvrager houdt zicht aan de gestelde voorwaarden, waaronder de code streetmarketing.

Artikel 10 Sportparken

Voor het plaatsen van reclame binnen de grenzen van sportparken kan een ontheffing worden verleend in de volgende gevallen:

- a. het betreft naar binnen gekeerde reclameborden langs velden;
- b. het betreft andere reclameobjecten dan grote billboards (reclameformaat > 8 m²) of reclamezuilen (reclameformaat ± 2 m²).

Artikel 11 Gebiedspromotie

Als het dagelijks bestuur oordeelt dat buitenreclame in het kader van gebiedspromotie het algemeen belang dient, kan onder voorwaarden ontheffing van het verbod op het maken van reclame worden verleend.

Artikel 12 Nieuwe reclamevormen

Reclame-uitingen in de openbare ruimte die in deze nota niet vermeld staan, bijvoorbeeld omdat het om een vorm gaat die niet eerder voorkwam, zijn niet

Gemeente Amsterdam

Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

toegestaan. Verzoeken voor een ontheffing van dat verbod kunnen aan het dagelijks bestuur van het stadsdeel gericht worden.

Artikel 13 Staat van onderhoud en verwijdering

1. Een reclameobject dient door de gebruiker in voldoende staat van onderhoud te worden gehouden.
2. Een reclameobject dient door de gebruiker te worden verwijderd voor zover deze de feitelijke betekenis heeft verloren.

Artikel 14 Geldigheidsduur

Ontheffingen voor het plaatsen van objecten worden, voor zover elders in deze beleidsregels geen andere maximale periode is opgenomen, verstrekt voor een maximale periode van 1 jaar.

Artikel 15 Overgangsbepalingen

Reclame-uitingen waarvoor ontheffing is verleend op grond van artikel 4.11, lid 3 APV of 4.12, lid 2 vóór het van kracht worden van deze beleidsregels, zullen na inwerkingtreding van deze beleidsregels hieraan niet worden getoetst. Indien een aanvraag wordt ingediend tot wijziging van een ontheffing wordt deze aanvraag aan de nieuwe beleidsregels getoetst.

Artikel 16 Citeertitel

Deze beleidsregels kunnen worden aangehaald als "Toetsingskader reclame in de openbare ruimte stadsdeel West".

Artikel 17 Inwerkingtreding

De beleidsregels treden in werking op 1 oktober 2013, dan wel op de eerste dag na publicatie van deze beleidsregels.

2.2. Toelichting op de beleidsregels ontheffingen voor ‘reclame op of aan de weg’ (artikelsgewijs)

In de artikelen is het beleid voor het verlenen van ontheffingen op grond van artikel 4.11, lid 3 en artikel 4.12, lid 2 APV opgenomen. De keuze voor een stelsel van ontheffingen in plaats van een vergunningstelsel geeft aan dat spaarzaam gebruik dient te worden gemaakt van de mogelijkheid om toestemming te verlenen voor het plaatsen van reclame op de openbare weg. Een ontheffing kan, conform de toelichting bij de APV, in ieder geval worden geweigerd als ‘het beoogde gebruik’ schade kan toebrengen aan de weg, een gevaar kan opleveren voor de bruikbaarheid daarvan, een belemmering kan vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud van de weg, gevaar, hinder, overlast of verontreiniging teweeg kan brengen of afbreuk kan doen aan het uiterlijk aanzien van de openbare ruimte.

Als uitzondering op de geformuleerde beleidsregels zijn tijdens evenementen alle vormen van reclame toegestaan binnen het vergunningengebied waar het evenement plaats vindt. De aard en omvang van de reclame moet worden opgenomen in de evenementenvergunning. Het maken van reclame dient een ondergeschikt doel te zijn en kan daarom alleen een bescheiden omvang hebben. Voorkomen moet worden dat zonder ontheffing allerlei objecten in de openbare ruimte worden geplaatst buiten het in de vergunning aangewezen evenemententerrein, zoals illegale sandwichborden.

Hieronder volgt een toelichting op de artikelen uit de beleidsregels. Niet alle artikelen behoeven een nadere toelichting. Indien geen toelichting noodzakelijk is, wordt het betreffende artikel niet verder genoemd.

Artikel 2 De aanvraag

In de bijlagen van de notitie ‘Toetsingskader reclame in de openbare ruimte’ is het te gebruiken aanvraagformulier opgenomen.

Artikel 3 Niet toegestane reclame in verband met het uiterlijk aanzien en de kwaliteit van de openbare ruimte

a. b., en k. Grootschalige reclamemasten, superbords, reclamevitruines, luchtballonnen (verankerd in de grond) en opblaasbare toestellen voor het maken van handelsreclame zijn niet toegestaan. Deze objecten zijn te groot en vanuit ruimtelijke kwaliteit en vormgeving niet wenselijk. Opblaasbare elementen met reclame kunnen alleen worden toegelaten tijdens evenementen.

e. Vlaggen (en banieren) worden zowel los in de openbare ruimte geplaatst als aan de gevel aangebracht. Op grond van artikel 4.3 APV geldt er geen verbod voor het op, aan, in of boven de weg uitsteken van vlaggen, wimpels of vlaggenstokken zolang deze niet voor reclame worden gebruikt.

Reclamevlaggen vallen onder het verbod van artikel 4.11 APV. Een ontheffing wordt alleen verleend voor een of enkele vlaggenmasten als het gaat om eigen terrein van een bedrijf op een bedrijventerrein. Ook tijdens een evenement mogen vlaggen worden geplaatst als kunstzinnige uiting, onder voorwaarde dat deze vlaggen na het evenement direct weer worden verwijderd. Voor het weren van reclamevlaggen, wimpels en banieren zijn duidelijk argumenten aan te wijzen. Deze geven een straat een onrustig aanzicht. Hun toegevoegde waarde moet bovendien als zeer gering worden beschouwd, in het bijzonder in de situatie waar iedereen vlaggen voert.¹

¹ Dit geldt niet voor reclamevlaggen, banieren en commerciële spandoeken die zijn bevestigd aan gevels of zijn geplaatst plat tegen de gevel. Deze vorm van reclame valt onder artikel 4.10 van de APV.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

Het komt in stadsdeel West voor dat in het kader van gebiedspromotie vlaggen of banieren worden geplaatst. Een voorbeeld zijn de banieren die bij het Bos en Lommerplein zijn geplaatst. Als het dagelijks bestuur oordeelt dat buitenreclame in het kader van gebiedspromotie het algemeen belang dient, kan onder voorwaarden ontheffing van het verbod op reclame worden verleend of een vergunning voor het plaatsen van objecten. Daarbij mogen geen objecten geplaatst worden aan lichtmasten, zonder toestemming van de beheerder.

Steeds vaker worden zogenaamde beachflags in de openbare ruimte geplaatst. Dit is een relatief goedkope manier om de aandacht te vestigen op een bepaalde winkel of bedrijf. Grote reclamevlaggen, banieren of zogenaamde beachflags vallen niet onder de algemene regels voor winkeluitstallingen. Deze vormen van reclame zijn erg beeldbepalend en prominent aanwezig en passen daarom niet binnen in het beleid van het stadsdeel dat gericht is op het beperken van het aantal commerciële reclame-uitingen in de openbare ruimte. Een alternatief voor een beachflag is het plaatsen van een vlag aan de gevel. Conform de concept welstandsnota van de gemeente Amsterdam worden de richtlijnen voor gevelreclame worden in 2013 voor vlaggen en wimpels verruimd.²

f. Het stadsdeel heeft met de Westergasfabriek B.V. afspraken gemaakt over vaste reclame- en bewegwijzeringsvoorzieningen voor evenementen in het Cultuurpark Westergasfabriek. Extra reclameobjecten, zoals vlaggenmasten en spandoeken, moeten worden opgenomen in de aanvraag voor een evenementenvergunning.

j. In artikel 4.23 van de APV is het verbod opgenomen voor het parkeren van voertuigen als deze zijn voorzien van een reclame-aanduiding en als deze duidelijk bedoeld zijn om daarmee reclame te maken. Artikel 4.23 is van toepassing bij onder meer motorvoertuigen, aanhangers en opleggers. Andere voertuigen, waaronder fietsen, vallen onder artikel 4.11 van de APV. Mede in verband met het tegen gaan van hinder en foutparkeren, is het alleen toegestaan om dit soort voertuigen te plaatsen op een evenemententerrein tijdens een evenement. Het is vaak moeilijk om te beoordelen welke voertuigen nu niet zijn toegestaan. Zo mag een rijdende fiets, dus een fiets die als fiets in gebruik is, wel reclame bevatten, net als een rijdende auto, maar een permanent reclameobject in de vorm van een fiets, maar niet in gebruik als fiets, is niet toegestaan.



Illegaal reclamevoertuig hinderlijk op de trottoir geparkeerd

² Tekst welstandsnota 2013: Vlaggen, wimpels en andere dundoeken, winkelwaren of voorwerpen die als reclame op of aan een bouwwerk zijn aangebracht zijn toegestaan, op voorwaarde dat zij alleen tijdens openingstijden aanwezig zijn.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

I. Vooral winkeliers die gevestigd zijn in zijstraten van hoofdwinkelstraten, gebruiken soms verwijzingsborden of andere objecten als de manier om de aandacht te vestigen op hun bedrijf. Het toestaan van dergelijke verwijzingsborden resulteert echter in een grote hoeveelheid (reclame)objecten in de openbare ruimte. Dat resultaat gaat in tegen het hele idee van het minimaliseren van het aantal reclame-uitingen in de openbare ruimte. Verwijzingsborden of objecten bij zijstraten zijn daarom niet toegestaan.

Geoorloofde verwijzingsborden:

- Lichtmastreclames die vallen binnen de privaatrechtelijke overeenkomst van de gemeente Amsterdam met NPB;
- Informatieborden over bereikbaarheid tijdens wegwerkzaamheden; In het geval van werkzaamheden aan de weg die gepaard gaan met omlleidingen en afzettingen kan de opdrachtgever, in overleg met de betrokken bedrijven, langs de weg aangeven op welke wijze de bedrijven bereikbaar zijn of blijven. Het is niet zo dat deze bedrijven zelf dan allerlei losse bordjes langs de route mogen plaatsen;
- Eén informatiebord met een beperkte omvang langs de toegangsweg op een bedrijventerrein waarop alle op het terrein gevestigde bedrijven staan genoemd of een collectief bewegwijzeringsstelsel op de grotere bedrijventerreinen.

m. Het plaatsen van sandwichborden door particulieren of ondernemers wordt niet toegestaan. Sandwichborden worden nu vaak illegaal op ongewenste locaties (aan bomen, verkeerslichten en lichtmasten) geplaatst om allerlei commerciële evenementen aan te kondigen in het stadsdeel. Er zijn genoeg andere, legale manieren om dergelijke evenementen aan te kondigen. De borden zien er slecht verzorgd uit en vormen een aantasting voor het uiterlijk aanzien van de openbare ruimte. Ze veroorzaken niet alleen zwerfvuil, maar ook hinder voor de weggebruikers. Bovendien kunnen ze een gevaar vormen voor de verkeersveiligheid.



Illegaal sandwichbord

Een uitzondering op deze regel is dat in de algemene regels voor winkeluitstallingen is opgenomen dat per winkel ten hoogste 2 reclameborden van een bepaalde afmeting mogen worden geplaatst. Dit is vergunningvrij indien de winkelier zich houdt aan de voorwaarden in de algemene regels (zie bijlage II).

o. De stadsdelen kunnen 2 weken per jaar kosteloos gebruik maken van de driehoeksborden van Centercom voor het plaatsen van een publiekscampagne. Daarnaast kan een ontheffing worden aangevraagd voor het tijdelijk plaatsen (2 weken) van extra driehoeksborden ten behoeve van publiekscampagnes.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

p. Een bouwschutting is een tijdelijke en noodzakelijke wand om een werkterrein van de openbaar toegankelijke ruimte af te scherm. Het is niet toegestaan op bouwschuttingen reclame aan te brengen, zoals bijvoorbeeld door middel van de zogenaamde "catwalk reclame". Om te voorkomen dat wanden ontsierd worden door graffiti en wildplak, is het aan te bevelen de schutting wel te decoreren, bijvoorbeeld met een fotowand of een andere kunstuiting. Ook is het mogelijk de schutting beschikbaar te stellen voor het aanbrengen van culturele affichage in frames in ruil voor instandhouding van een verzorgd uiterlijk van de schutting en het vrij houden van graffiti-, wildplak- en reclame.

Rond nieuwbouw- of renovatieprojecten bestaat de mogelijkheid om met *bouwborden* informatie te verschaffen over een project en aandacht te vragen voor dat project. Daarbij mogen deelnemende partijen op een bouwbord vermeld worden. Er mag tevens geen handelsreclame worden opgenomen, die niet direct relevant is voor uitvoering van het project. Voor het plaatsen van een bouwbord buiten het bouwterrein is voor het opbreken van de openbare ruimte een WIOR-vergunning nodig en indien het bouwbord niet in de directe nabijheid van de bouwplaats staat, ook een omgevingsvergunning. De maatvoering moet redelijk zijn, het bord moet veilig zijn en er mag geen hinder ontstaan door overmatige verlichting. Er mag aangegeven worden dat er ruimte te huur of te koop is gedurende de periode dat er daadwerkelijk bouwactiviteiten worden uitgevoerd. Via de website www.stijlweb.amsterdam.nl kunnen voorbeelden gevonden worden van bouwborden, zoals die voor projecten van de gemeente Amsterdam worden gebruikt.

Artikel 4 Ontoelaatbare reclame in verband met de veiligheid en hinder

Artikel 4, lid a houdt ondermeer in dat reclameobjecten de bereikbaarheid van oversteekplaatsen en de bruikbaarheid van gids- en geleidelijnen niet mogen belemmeren. Het uitgangspunt is dat plaatsing van een object niet is toegestaan op de rijweg, binnen een afstand van 50 centimeter van een gids- en geleidelijn voor slechtienden, op een fietspad of in een doorgang.

Artikel 5 Reclame op terrasafscheidings en parasols

In stadsdeel West zijn conform de exploitatievergunning 5 objecten op een terras toegestaan, waaronder stoelen, tafels, parasols en schermen. Hieruit volgt ook dat op terrassen geen losse reclameobjecten worden geplaatst, zoals beachflags. Op een terras mag alleen reclame worden gemaakt via functionele objecten, zoals bierviltjes, terrasschotten en parasols. Voor wat betreft de parasols en terrasschotten geldt daarbij dat het moet gaan om de naam van de onderneming en/of de merknaam van de in de onderneming verkochte producten. Door middel van het verlenen van een terrasvergunning waarin deze objecten worden omschreven wordt impliciet een ontheffing verleend voor het maken van deze vorm van reclame.

Artikel 6 Spandoeken boven of over de openbare weg

Dit artikel betreft spandoeken van ideële instellingen en voor het aankondigen van niet-commerciële activiteiten of evenementen. Ook voor sommige publiekscampagnes die een algemeen belang dienen, kan een spandoek een goed medium zijn. Een voorbeeld is een actie die in het najaar de aandacht vestigt op het voeren van licht op de fiets.

Er is slechts een gering aantal locaties in stadsdeel West geschikt voor het ophangen van spandoeken in de openbare ruimte. Voor plaatsing aan lichtmasten moet toestemming bij DIVV worden gevraagd. Ter voorkoming van schade is het bevestiging van spandoeken aan bomen niet toegestaan. Ook

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

moet het beschadigen van straatmeubilair voorkomen worden. Daarbij mag geen overlast voor omwonenden of gevaar voor passanten ontstaan. De maximale duur voor het bevestigen van spandoeken bedraagt 14 dagen.

Het gebruik van spandoeken voor uitsluitend reclamedoeleinden is niet toegestaan. Ook het gedeeltelijk benutten van het spandoek voor reclame is niet gewenst. De ontsiering van het straatbeeld moet in dit geval zwaarder wegen dan het commerciële belang van de individuele adverteerder. Toch zijn er gelegenheden waar spandoeken met een indirect commerciële mededeling zo informatief zijn dat zij daardoor een algemeen belang dienen. In deze categorie valt bijvoorbeeld een gemeenschappelijk aankondiging van een winkeliersvereniging, zoals "a.s. zondag koopzondag".

Artikel 7 Sponsoring

Hoewel sponsoring en het maken van reclame enigszins uiteenlopen, mag op grond van het reclameverbod in de APV en het reclamebeleid sponsoring niet leiden tot uitbreiding van reclame-uitingen in de openbare ruimte. Sponsoring moet ook duidelijk gescheiden blijven van het maken van reclame op of aan straatmeubilair.

Artikel 8 Grondreclame

De bepalingen over grondreclame of green graffiti vormen nieuw beleid. Stadsdeel West en een aantal gemeentelijke diensten geven wel zelf opdracht voor het plaatsen van grondreclame voor publiekscampagnes. Commerciële boodschappen zijn niet toegestaan. Het frequent onder hoge druk schoonspuiten van de trottoirs en wegdelen is niet goed voor de materialen en de voegen. Ook is green graffiti storend gezien het ontwerp van de openbare ruimte. Daarbij wil stadsdeel West het aantal commerciële boodschappen in de openbare ruimte niet uitbreiden.

Artikel 9 Sampling³

Vanaf 1994 is APV een verbod opgenomen voor het verspreiden van voorwerpen voor reclamedoeleinden op of aan de weg. Dit verbod is nu opgenomen in artikel 4.12 APV. De achterliggende gedachte bij dit artikel is het tegengaan van verontreiniging van de openbare ruimte als gevolg van het verspreiden van folders en reclamemonsters. Het uitdelen van reclamemateriaal wordt ook wel aangeduid als 'sampling'. Een ontheffing kan worden geweigerd met het oog op het belang van het voorkomen van verontreiniging, de openbare orde en veiligheid en gelet op het belang van de openbare ruimte. Stadsdeel West wil, geheel in de geest van de APV, deze manier van adverteren voor producten niet bevorderen, maar om ondernemers tegemoet te komen, wordt in stadsdeel West in een enkel geval een ontheffing voor sampling met een commercieel karakter verleend. De aanvrager dient zich aan de gestelde voorwaarden te houden, waaronder in ieder geval de code streetmarketing, zoals deze in 2006 is opgesteld door de branchevereniging DFMA, de Dutch Field Marketing Association, te vinden op de site www.dfma.nl.

Het samplingverbod geldt niet voor het verspreiden van gedrukte of geschreven stukken waarin gedachten of gevoelens worden geopenbaard als bedoeld in artikel 7, eerste lid, van de Grondwet. Ook campagnes gevoerd door de Politie, de diensten en andere overheidsinstellingen, politieke partijen en ideële instellingen vallen niet onder de verbodsbepaling van artikel 4.12 APV, aangezien in deze campagnes geen sprake is van handelsreclame. Deze

³ Het verkopen van producten op straat valt onder de Verordening op de straathandel of onder colportage. Het zonder vergunning venten op de straat is niet toegestaan.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

organisaties mogen dus informatiefolders of ander drukwerk uitdelen op de openbare weg. De organisatie kunnen daarbij wel aangesproken worden op vervuiling. Kranten en tijdschriften kunnen wel onder het verbod worden gerekend, als reclame naar de mening van het dagelijks bestuur het hoofdbestanddeel van het blad vormt en er nauwelijks redactionele inhoud aanwezig is.

Artikel 10 Sportparken

De sportparken in West maken deel uit van de hoofdgroenstructuur waarbij een rustig beeld is gewenst. Binnen de grenzen van sportparken is het maken van reclame toegestaan, zoals naar binnen gekeerde grotere reclameborden langs velden. Het is daarbij toegestaan om reclameborden, met uitzondering van grote billboards, zo te plaatsen dat deze zichtbaar zijn vanaf de weg. Het is echter niet de bedoeling om bijvoorbeeld de hekken rondom sportterreinen te gebruiken als reclamedrager, waarbij de reclameboodschap primair is bedoeld voor passanten buiten het sportterrein. De overweging voor toestaan van diverse vormen van reclame binnen de grenzen van sportparken is dat de inkomsten kunnen worden gezien als de sponsoring van de sportactiviteit.



Buitenreclame op de Haarlemmerweg. De hekken aan de buitenzijde van het terrein worden hier gebruikt als reclamedrager. Dit is niet conform het beleid.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

Problemen met illegale wildplak



3. Wildplakken en vrije meningsuiting

Plakken en kladden is verboden in Amsterdam op grond van de APV. Dit geldt ook voor het plakken van stickers. Het is ook verboden om gereedschap voor illegaal aanplakken bij je te dragen. Een uitzondering hierop vormt het aanbrengen van meningsuitingen die geen reclame zijn. Dit aanbrengen van meningsuitingen op allerlei objecten is echter ook verboden op het moment dat er voldoende wildplakplaatsen of zuilen aanwezig zijn in de openbare ruimte. De meningsuitingen mogen dan alleen op de wildplakzuilen worden geplaatst. Uit jurisprudentie volgt dat er 1 wildplakplaats per 6.000 inwoners aanwezig moet zijn om op te kunnen treden tegen illegale wildplak. In stadsdeel West zijn daarom wildplakzuilen in de openbare ruimte aanwezig. De locaties van de wildplakzuilen staan vermeld op de website van stadsdeel West onder de rubriek 'veel gevraagd' (Wonen en Leefomgeving). Op dit moment staan er 19 wildplakzuilen in stadsdeel West. Dit aantal is beperkt, maar dit vooralsnog geen problemen op met de handhaving. In de gemeente Amsterdam als geheel staan voldoende wildplakzuilen om aan de norm te kunnen voldoen. De behoefte aan ruimte voor vrije meningsuiting is gelet op het huidige gebruik van de wildplakzuilen kleiner dan de beschikbare ruimte.

De APV sluit het gebruik van de wildplakzuilen voor het maken van commerciële reclame uitdrukkelijk uit. In de praktijk worden de wildplakzuilen wel gebruikt voor culturele affichage en het aankondigen van evenementen. Dit laatste, de evenementen, valt in feite onder de commerciële reclame en moet gezien worden als illegale wildplak. Alleen culturele affichage wordt geduld

zolang de behoefte aan ruimte voor vrije meningsuiting kleiner is dan de beschikbare ruimte.

De vrije plakplaatsen moeten niet worden verward met de peperbussen die voor culturele affichage worden gebruikt. Deze zijn in het bezit van Liander en voor een deel nog inwendig in gebruik als transformatorruimte. Peperbussen zijn geen vrije plakplaatsen. Om dit onderscheid duidelijk te maken heeft Centercom op de peperbussen stickers aangebracht.

3.2 Reclameguerrilla

Guerrilla-acties zijn snelle, korte, vaak originele en niet eerder getoonde methodes om aandacht voor een product te vragen. Dergelijke acties zijn zonder ontheffing niet toegestaan. Afhankelijk van de mate van overlast zal er tegen worden opgetreden. Eventuele schade zal worden verhaald. Door het ontbreken van precedënten kunnen geen toetsingscriteria voor een aanvraag worden opgesteld en zal het dagelijks bestuur per geval moeten oordelen.

4. Handhaving

Het effect van reclamebeleid is mede afhankelijk van adequaat toezicht en handhaving op de naleving van de regels. Voor de handhaving van artikel 4.3 (voorwerpen), 4.11 (reclame in de openbare ruimte) en het aanverwante artikel 4.7 APV (plakken en kladden) wordt zowel preventief als repressief gehandhaafd. Op dit moment wordt vooral gewerkt met het preventieve handhavingsinstrument. Illegale wildplak wordt ontmoedigd door het direct verwijderen en schoonmaken. Er worden bijvoorbeeld overeenkomsten afgesloten met bedrijven als Centercom om objecten schoon te houden en illegaal geplaatste sandwichborden direct te verwijderen. In 2013 wordt handhaving op illegale reclame niet projectmatig of repressief aangepakt. Binnen het handhavingsprogramma van het stadsdeel heeft dit geen prioriteit. Er is wel voldoende capaciteit aanwezig om te reageren op incidentele meldingen van illegale reclame (MORA-meldingen). Voor de meldingen is in totaal 5000 uur gereserveerd. Ook is specifiek 144 uur beschikbaar voor de handhaving op winkeluistellingen en objecten. Het is wel wenselijk om daarbij op korte termijn in samenwerking met DIVV een bestuurlijke aanschrijffactie op te starten voor handhaving op wildplak. Op dit moment is sprake van een toename van wildplak, bijvoorbeeld op lichtmasten en masten van de bovenleiding voor de tram.

De bestuursrechtelijke aanpak heeft als voordeel dat de illegale handeling bij de bron wordt aangepakt omdat niet de overtreder wordt aangepakt, maar de opdrachtgever wordt aangeschreven. In de meeste gevallen heeft het waarschuwend aanschrijven direct effect vanwege de schrikreactie op de hoogte van de dwangsom (€ 200,- per affiche). Nadeel van de aanpak is dat deze erg arbeidsintensief is. Het is aannemelijk dat deze aanpak het grootste rendement geeft als per jaar in een aantal willekeurig gekozen periodes van circa twee weken bestuursrechtelijke aanschrijffacties plaatsvinden.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

Bijlage I. Overzicht van reclamevormen die voorkomen in stadsdeel West

Op de onderstaande foto's staan overwegend reclameobjecten waarvoor voor de plaatsing een privaatrechtelijke overeenkomst is afgesloten. Dit zijn ondermeer de mupi's, abri's en de frames voor culturele affichage. Voor andere objecten zoals spandoeken moet een ontheffing worden aangevraagd op grond van artikel 4.11 APV. Een laatste categorie objecten kan zonder vergunning in de openbare ruimte kunnen worden geplaatst op grond van de vastgestelde algemene regels. Onder deze categorie vallen objecten als winkeluitstallingen en waarschijnlijk vanaf 2014 ook steigerdoekreclame.

Ontheffing op grond van artikel 4.11, lid 3 of 4.12, lid 2 APV	Reclameovereenkomsten	Algemene regels voor objecten	Overige objecten
Green graffiti	Billboards (8 m ²) / Vitrines	Winkeluitstalling (2 sandwichborden)	Sponsoring / Branding
Spandoeken	Mupi's (2 m ²)	Steigerdoekreclame (na 2014)	Wildplakzuil
Tijdelijke driehoeksborden voor publiekscampagne	Abri's (2 m ²)		Reclame op terras
Bouwborden, projectborden	Driehoeksbord		Ballboards (sponsoring)
Reclame op sportparken	VRI-kast / Tramwisselkast		Lichtkrant Stadsdeel
Borden t.b.v. naamsbekendheid bedrijventerrein	Trafohuisjes en -kasten		Reclame tijdens evenementen
Sampling	Uitzuil of Peperbus (deel trafozuil)		Vlaggenmast op eigen terrein bedrijven
Culturele affichage bouwschutting	Toilet JCDecaux		
Steigerdoekreclame (tot 2015)	Lichtmastreclame		
	Infopanelen parkeergarages		
	Kleding- en bovengrondse containers		



Billboard



Culturele affichage



Abri



Sponsoring

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte



Lichtmastreclame



Toilet JCDecaux



Paperbus



Kledmgcontainer



Wildplakzuil



Mupi



Sandwichbord



Projectbord / bouwbord



Culturele affiche:
Transformatorhuisje

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte



Bijlage II. Aangewezen voorwerpen op grond van de APV - artikel 4.11, lid 2 onder a

In 2008 is een aantal categorieën voorwerpen aangewezen door het college van B&W waarvoor geen vergunningplicht geldt. In plaats van een vergunningplicht gelden algemene regels voor het plaatsen van een winkeluitstalling, gevelbank of plantenbak in de openbare ruimte. Als voldaan wordt aan de algemene regels hoeft een bewoner of ondernemer geen vergunning aan te vragen voor het plaatsen van objecten in de openbare ruimte. In 2013 wordt het voorstel gedaan om ook steigerdoekreclame aan te wijzen als categorie van objecten waarvoor geen vergunningplicht geldt.

a. Sandwichborden als winkeluitstalling

De algemene regels voor winkeluitstallingen van stadsdeel West zijn in 2012 door het dagelijks bestuur vastgesteld. Gezien het economische belang van de detailhandel is in de algemene regels opgenomen dat per winkel ten hoogste 2 reclameborden van een bepaalde afmeting mogen worden geplaatst. Hiermee worden de zogenaamde stoepborden of sandwichborden bedoeld. Ze mogen alleen op de openbare weg worden geplaatst gedurende de openingstijden van winkels. Aan de plaatsing van deze borden zijn strenge regels verbonden, onder andere met betrekking tot de afmetingen, het uiterlijk en het wijze van plaatsing. Andere vormen van reclameborden of vlaggen zijn niet toegestaan als winkeluitstalling. De algemene regels voor winkeluitstallingen zijn hieronder opgenomen.

b. Steigerdoekreclame

Het dagelijks bestuur van stadsdeel West heeft op 1 november 2011 beleidsregels voor het plaatsen van steigerdoekreclame vastgesteld. Vervolgens is in de raadsvergadering van de gemeenteraad van 9 november 2011 het Amsterdams Ondernemers Programma (AOP) aangenomen. Daarin is vastgelegd dat het beleid voor gevelreclame en steigerdoekreclame in Amsterdam wordt geharmoniseerd. De gevelreclame is vervolgens meegenomen in de nieuwe Welstandnota. Steigerdoekreclame valt echter onder artikel 4.11 APV en hiervoor is een apart beleidstuk opgesteld. De besluitvorming over dit beleid staat gepland voor de 2^e helft van 2013. Indien het voorstel wordt overgenomen geldt een nieuw toetsingskader vanaf 1 januari 2014. Het streven is om de beleidsregels per 1 januari 2015 om te zetten naar algemene regels. Dit houdt in dat steigerdoekreclame, mede in het kader van deregulering, ook wordt aangewezen door het college van B&W als categorie van voorwerpen waarvoor geen ontheffing hoeft te worden aangevraagd. Op grond van artikel 4.11, lid 2 onder a APV geldt het verbod voor het maken van reclame dan niet meer voor steigerdoekreclame. Daarmee wordt door een aantal stadsdelen ook afgezien van de mogelijkheid om privaatrechtelijke overeenkomsten af te sluiten voor steigerdoekreclame. Om toch inkomsten te genereren voor de stadsdelen moet de tarievenstructuur voor het innen van reclamebelasting⁴ worden aangepast, waardoor steigerdoekreclame zwaarder kan worden belast dan onder de huidige tarievenstructuur. Het staat stadsdelen overigens wel vrij om gebieden aan te wijzen waar het plaatsen van steigerdoekreclame niet is toegestaan.

⁴ Voor het maken van reclame is reclamebelasting verschuldigd. Als dat aan de orde is, vervalt de plicht precario te betalen. Deze belasting wordt niet alleen op reclame op de openbare weg geheven, maar op iedere reclame-uiting die zichtbaar is vanaf de openbare weg. Dat is dus ruimer en kan bijvoorbeeld ook voor reclame binnen, net achter het raam, gelden. De tarieven worden jaarlijks vastgesteld door de centrale stad en het stadsdeel kan geen vrijstelling verlenen van deze belasting, ook niet als er een overeenkomst met de ondernemer is gesloten. De actuele tarieven van de reclamebelasting zijn te vinden in de gemeentelijke Belastinggids Ondernemers, te downloaden via de site van DBGA: www.amsterdam.nl/belastingen.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

Algemene regels categorieën voorwerpen in de openbare ruimte per 1 januari 2013 (artikel 4.5 APV - Uitzondering vergunningplicht)

Algemene regels voor winkeluitstallingen

1. Onder een winkeluitstalling wordt verstaan:
 - 1.1 voorwerpen en stoffen die behoren tot het reguliere assortiment van een winkel;
 - 1.2 uitstallingsmaterialen, zoals rekken, manden, bakken en stellingen;
 - 1.3 kleine apparaten zoals een vrieskist, een kippengrill en een speeltoestel voor kinderen;
 - 1.4 reclame- of prijsaanduidingsborden ten behoeve van de verkoop van het winkelassortiment met een maximaal vloeroppervlak van 1 m² en een maximale hoogte van 1 meter;
 - 1.5 een gevelbank bij mengformules waarvoor op grond van artikel 3.9 APV een exploitatievergunning niet verplicht is gesteld.

2. De ondernemer mag een uitstalling uitsluitend voor de eigen winkelgevel plaatsen en alleen zodanig dat:
 - 2.1 de uitstalling onmiddellijk tegen de gevel is geplaatst;
 - 2.2 de toegang tot naast- en bovenliggende woningen, instellingen en bedrijven te allen tijde wordt vrijgehouden;
 - 2.3 een afstand van tenminste 2 meter wordt vrijgehouden tot:
 - objecten zoals onder- en bovengrondse brandkranen, elektriciteitsvoorzieningen e.d.;
 - de hoek van de straat, gemeten langs de gevel;
 - bomen en groenvoorzieningen;
 - 2.4 een doorrijdbreedte en –hoogte van tenminste 3,50 meter respectievelijk 4,20 meter overblijft voor ambulances en voertuigen van politie en brandweer.
 - 2.5 In afwijking van het bepaalde in lid 2.1 mag op de Van Limburg Stirumstraat daar waar sprake is van een arcade per winkel maximaal de volgende winkeluitstalling worden geplaatst:

een kleine uitstalling 1,25 meter hoog, 75 cm breed en 50 cm diep tussen de pilaren en twee reclameborden langs de gevel, die mits evenwijdig aan de gevel worden neergezet, op een maximale afstand van 50 cm van de gevel mogen staan,
of,
één reclamebord tussen de pilaren en een reguliere winkeluitstalling langs de gevel.
 - 2.6 In afwijking van artikel 2.1 geldt dat bij de hellingbaan naast het hoekpand Bos en Lommerplein 166 op 1,5 meter van de gevel een uitstalling van 1 meter diep kan worden geplaatst, mits deze verrijdbaar is.

- 3.1 Voor wat betreft de breedte, de diepte en het aantal winkeluitstallingen gelden de volgende regels:
 - 3.1.1 De winkeluitstalling heeft maximaal de breedte van de gevel van de winkel.
 - 3.1.2 De winkeluitstalling heeft een maximale diepte van 1,5 meter.

Gemeente Amsterdam

Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

- 3.1.3 Voor een winkel gevestigd in een hoekpand mogen maximaal twee winkeluitstallingen worden geplaatst.
- 3.1.4 Indien de winkeluitstalling is geplaatst op een locatie waar de toegankelijkheid voor voetgangers een knelpunt is, kan het dagelijks bestuur besluiten om de maximaal toelaatbare diepte en breedte te markeren met punaises of markeringstegels.
- 3.1.5 In afwijking van artikel 3.1.2 en artikel 3.2 geldt in de Kinkerstraat-Midden, tussen Bilderdijkgracht en J.P. Heijestraat, onder de arcade aan de zuidzijde een maximale diepte van 50 cm, ongeacht de resterende obstakelvrije ruimte.
- 3.1.6 In afwijking van artikel 3.2 geldt in de 2^e Hugo de Grootstraat een maximale diepte van 50 cm, ongeacht de resterende obstakelvrije ruimte.
- 3.2 Bij het bepalen van de maximaal toegestane breedte, de maximaal toegestane diepte en het maximum aantal winkeluitstallingen wordt uit gegaan van de beschikbare trottoirruimte en een minimale doorloopruimte van 1,5 meter voor voetgangers tussen de winkeluitstalling en de trottoirband of op het trottoir aanwezige objecten.
- 3.3 De hoogte van de uitstalling mag inclusief gebruikte hulpmiddelen maximaal 2 meter bedragen.
- 3.4 Een winkeluitstalling mag niet op de rijweg, binnen een afstand van 50 centimeter van een geleidestrook voor slechtzienden, op een fietspad of in een doorgang worden geplaatst.
4. Etenswaren moeten tenminste 50 cm boven het grondoppervlak worden neergezet.
5. Per winkel mogen ten hoogste 2 reclameborden worden geplaatst.
6. De winkeluitstalling met inbegrip van materialen ten behoeve van de uitstalling mag alleen op de openbare weg worden gezet tijdens de uren waarop de winkel voor het publiek geopend mag zijn.
7. De openbare ruimte mag niet worden gebruikt voor het -al dan niet tijdelijk- plaatsen van voorraden, bestemd voor verkoop in de winkel, kratten, pallets, winkelwagens e.d.
8. Het uitstellen van goederen mag uitsluitend ten doel hebben de aandacht van het publiek op de uitgestalde goederen te vestigen, het is niet toegestaan vanuit de winkeluitstalling goederen aan het publiek te verkopen.
- 9.1 De ondernemer zorgt er voor dat de winkeluitstalling onmiddellijk wordt verwijderd of verplaatst:
 - op last van de politie, de brandweer of medewerkers van het stadsdeel
 - als dat nodig is in verband met werkzaamheden in de openbare ruimte
 - als dat nodig is in verband met werkzaamheden aan of langs de gevel.
- 9.2 De met verwijdering of verplaatsing mogelijk verbonden kosten zijn voor rekening van de ondernemer.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

10. De ondernemer zorgt voor een ordelijk aanzien van de uitstalling en voor het schoonhouden van de openbare ruimte die voor de uitstalling wordt gebruikt.
11. De ondernemer zorgt er voor dat de uitstalling geen schade, overlast of gevaar oplevert voor derden, geen scherpe of uitstekende delen bevat waaraan voorbijgangers zich kunnen verwonden en dat de uitstalling windvast is opgesteld.
12. Het is niet toegestaan een winkeluitstalling in de grond te verankeren.
13. De ondernemer zorgt er voor dat er geen schade aan gemeentelijke eigendommen ontstaat als gevolg van de aanwezigheid en het gebruik van de winkeluitstalling.
14. Het plaatsen van winkeluitstallingen op en aan de volgende wegen en weggedeelten is niet toegestaan:
 - a. Ten Katestraat ten noorden van de Kinkerstraat.
15. De voorwaarden van objectvergunningen voor winkeluitstallingen die zijn verleend voor 1 januari 2013, blijven tot het einde van de geldigheidsduur van de vergunning geldig, voor zover de vergunningvoorschriften voor de ondernemer gunstiger zijn dan deze algemene regels.
16. Het dagelijks bestuur kan een objectvergunning voor een winkeluitstalling verlenen indien een ondernemer een winkeluitstalling wil plaatsen die in afwijking met artikel 2.1 niet onmiddellijk tegen de gevel kan worden geplaatst en/of die de toegestane maximale diepte in een beperkte mate overschrijdt. Daarbij dient conform artikel 3.2 een minimale doorloopruimte beschikbaar te blijven van 1,5 meter.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

Bijlage III. Reclamecontracten op grond van de APV - artikel 4.11, lid 2 onder e

Voor het merendeel van de reclameobjecten in de openbare ruimte zijn privaatrechtelijke overeenkomsten aangegaan met een aantal reclamebureaus. Zo heeft de dienst IVV overeenkomsten afgesloten voor het plaatsen van objecten, zoals driehoeksborden, lichtmastreclames, wachthuisjes en reclamezuilen op het hele grondgebied van Amsterdam. Ook heeft stadsdeel West een reclamecontract afgesloten met JCDecaux voor het plaatsen van grote reclamevitruines. Met het aangaan van de privaatrechtelijke overeenkomsten zijn de exclusieve rechten voor het maken van reclame op diverse reclameformaten in de openbare ruimte vergeven aan een beperkt aantal reclamebureaus.

De mogelijkheden voor uitbreiding van de reclame-inkomsten, mede gezien de lopende contracten en de huidige markt voor buitenreclame, zijn beperkt. Bij het aangaan van nieuwe reclameovereenkomsten moeten ook de mogelijke negatieve gevolgen van extra reclame-uitingen voor het straatbeeld, de kwaliteit van de openbare ruimte en daarmee de verkeersveiligheid en mogelijke extra inkomsten voor het stadsdeel tegen elkaar worden afgewogen. In deze bijlage wordt daarom slechts kort ingegaan op de reclame-inkomsten van het stadsdeel en de mogelijkheid om de reclame-inkomsten voor het stadsdeel te optimaliseren door het aangaan van meer privaatrechtelijke overeenkomsten.

Overzicht exploitatie in stadsdeel West

Reclamevorm	Aantallen	Reclame-exploitant	Dienst /bedrijf	Aflooptermijn overeenkomst
Billboards (8 m²) / Vitrines	15	JCDecaux	Stadsdeel	2020
Mupi's (2 m²)	64	JCDecaux	dIVV	2022
Abri's (2 m²)	p.m.	JCDecaux	dIVV	2022
Culturele A0-vlakken				
Driehoeksbord	80	CenterCom	dIVV	2016
VRI-kast	72	Centercom	dIVV	2016
Tramwisselkast	28		dIVV	2016
Uitzuil of Peperbus (deel trafozuil)	30	CenterCom	Liander	-
Trafohuisjes en kasten		CenterCom	Liander	-
Wildplakzuil (kleine peperbus)	19	n.v.t.	Stadsdeel	-
Lichtmastreclame	75-205	Nationaal publiciteitsbureau	dIVV	2020
Sponsoring / Branding	-	Diversen o.a. Cruijff Foundation	Stadsdeel	n.v.t.
Infopanelen parkeergarages	-	Clear Channel Hillenaar	Q-park / Dienst Parkeergebouwen/S tadsdeel	-
Metro station	-	CenterCom / Hillenaar	dIVV / dienst Metro	-
Toilet JCDecaux	1	JCDecaux	Stadsdeel	2020
Kledingcontainers (concept)	23	Nice2Know / KICI	Stadsdeel	2015
Bovengrondse afvalcontainers (concept)	40	Centercom	Stadsdeel	2015

I. Stadsdeelcontracten

1. Billboards en Vitrine®s

In 2011 zijn de contracten met van de 4 voormalige stadsdelen voor de exploitatie van reclamevlakken van 8 m² vervangen door één nieuw contract met JCDecaux. Het contract loopt van 1 januari 2011 t/m 28 februari 2020 en omvat 13 Vitrones®, 2 billboards en een affichezuil met zelfreinigend toilet bij het Leidse Bosje. Het door het stadsdeel verleende recht aan JCDecaux voor het exploiteren van de locaties is exclusief. Dat betekent dat het stadsdeel tot eind februari 2020 geen overeenkomsten kan afsluiten met andere bedrijven voor het exploiteren van reclamevlakken van 8 m² (+/- 20 %).

Incidenteel dient JCDecaux een verzoek in bij het stadsdeel voor het plaatsen van een 'special' bij een van de objecten. Een special is een ongebruikelijke vormgeving van de reclame-uiting die niet past in het reclamevlak van 8 m². Een billboard krijgt hierdoor extra attentiewaarde. Er is geen nadere vergoeding afgesproken voor het voeren van een special, daarom wil het stadsdeel het aantal special limiteren tot maximaal 10 per jaar.⁵ De toestemming voor het voeren van een special kan daarbij worden verleend indien dit geen hinder of een (verkeers-)onveilige situatie oplevert.

Gelet op het streven om het aantal commerciële uitingen niet uit te breiden en gezien de prominente plek die deze vorm van reclame inneemt in de openbare ruimte heeft het stadsdeel op dit moment niet het streven om de huidige overeenkomst uit te breiden. De markt voor dit soort reclamevlakken is op dit moment ook beperkt. Er worden maximaal 15 billboards dan wel vitrines in het stadsdeel geplaatst langs het hoofdnet auto.

Het contract met JCDecaux is op dit moment de enige 'grote' reclameovereenkomst van stadsdeel West. Er bestaat wel de mogelijkheid om het aantal contracten uit te breiden, maar dit zijn overeenkomsten van een beperkte omvang voor wat betreft de inkomsten uit reclame. Hieronder wordt een aantal mogelijkheden genoemd. Alleen de uitbreiding van het contract voor culturele affichage wordt op dit moment in overweging genomen.

2. Uitbreidingsmogelijkheden stadsdeelcontracten

- a. Reclame in parkeergarages
- b. Telefooncellen: de 'CityCell'
- c. Grote reclamemasten langs de Rijkswegen
- d. Culturele affichage op objecten in beheer van het stadsdeel of tijdelijke objecten

a. Reclame in parkeergarages

Artikel 4.11 APV gaat over reclame op of aan de weg. In de APV is opgenomen dat onder de definitie van "weg" "alsmede de – al dan niet met enige beperking – voor publiek toegankelijke parkeerterreinen en parkeergebouwen", vallen. In Amsterdam is voor meerdere parkeergarages een contract afgesloten met Clear Channel Hillenaar voor het aanbrengen van informatiepanelen. Hiervoor wordt een vergoeding ontvangen per informatiepaneel. Ook bestaat de mogelijkheid om in plaats van de vergoeding de panelen in te zetten voor campagnes van de gemeente. De meeste contracten lopen via de dienst Parkeergebouwen (dIVV) en/of Q-park. Deze vorm van reclame in gebouwde parkeergarages wordt niet beschouwd als hinderlijk en is toelaatbaar. Het

⁵ Dit is inclusief het aantal spectaculairs of specials bij mupi's enabri's.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

stadsdeel verleent medewerking aan het geven van een ontheffing of het afsluiten van een contract voor het maken van reclame in of binnen parkeergebouwen. In de overwegingen moet hierbij wel rekening gehouden worden met de exclusieve rechten die voortvloeien uit bestaande reclamecontracten. Deze vorm van reclame biedt, gezien de beperkte afdracht, geen mogelijkheid om de reclame-inkomsten van het stadsdeel of de gemeente Amsterdam substantieel te verhogen.

b. Telefooncellen worden CityCells

In 2011 is de KPN geheel gestopt met het exploiteren van openbare telefooncellen. De resterende telefooncellen in Nederland zijn overgegaan naar RBL Telecom die in samenwerking met Clear Channel Hillenaar de CityCell aanbiedt. Dit is een telefooncel met twee reclamevlakken. In verband met de bevoegdheden van de stadsdelen bepaalt het stadsdeel zelf of een contract wordt afgesloten voor het plaatsen van de CityCell. In een aantal stadsdelen wordt de CityCell nu wel geplaatst, maar dit gebeurt meer vanuit de overweging dat de plaatsing reclame-inkomsten met zich mee brengt. Dit gebeurt niet vanuit de overweging dat er behoefte zou zijn aan openbare telefooncellen.

Stadsdeel West heeft geen contract voor plaatsing van dit soort cellen. In 2009 is een voorstel hiervoor ook afgewezen door de voormalige stadsdelen vanwege de contracteisen en omdat meer reclame afbreuk doet aan de kwaliteit van de openbare ruimte. Ook zijn de reclame-inkomsten beperkt in de huidige markt. Op het moment dat aangetoond wordt dat in de openbare ruimte behoefte is aan een openbare telefooncel kan overwogen worden om een contract aan te gaan voor het plaatsen van een CityCell.



c. Grote reclamemasten langs de Rijkswegen

Het reclamebeleid is gedecentraliseerd naar de stadsdelen, met uitzondering van het beleid voor grootschalige reclamemasten. In 1999 is door centraal stedelijke beleid vastgesteld, waarin staat dat de reclamemasten alleen langs de rijkswegen staan, op "indifferent" terrein, zoals kantoorstroken en bedrijventerreinen. Daarbij moeten ze minimaal 3 kilometer uit elkaar staan en mogen maximaal 10 grote reclamemasten worden geplaatst in de gemeente Amsterdam. Het beleid uit 1999 is nooit herzien. Het beleid is in 2011 weer overgenomen in de Structuurvisie Amsterdam 2040. In stadsdeel West staan conform het centraal stedelijke beleid geen reclamemasten direct langs de A10. Op de Jan van Galenstraat is in 2006 wel een reclamemast met een verwijzingsbord van fastfoodketen KFC geplaatst. Het plaatsen van deze mast en het bord maakte deel uit van de vestigingsvoorwaarden van het restaurant. De mast is zichtbaar vanaf de A10 en heeft een verkeersaantrekkende werking. Het stadsdeel ontvangt geen afdracht voor deze mast terwijl dit een prominent reclameobject is. Het plaatsen van meer van dit soort grotere masten binnen het stadsdeel is daarom niet gewenst.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte



Reclamemast KFC Jan van Galenstraat

d. Culturele affichage op objecten in beheer van het stadsdeel of tijdelijke objecten

In het verleden zijn binnen het stadsdeel frames voor culturele affichage geplaatst op schuttingen en op bovengrondse glas- en papierbakken. Dit diende aan de ene kant om wildplak tegen te gaan en aan de andere kant om de culturele sector te stimuleren. Daarbij werden posters geplaatst voor zowel het smalle als brede segment voor culturele affichage, zoals braderieën en houseparty's. Bij het vervangen van de bovengrondse containers door ondergrondse containers is een aantal jaar geleden de mogelijkheid om deze bakken te gebruiken voor culturele affichage verdwenen. Het is niet wenselijk dat de nieuwe ondergrondsebakken voor restafval, glas en papier worden beplakt met affiches. De beheerder van deze ondergrondse containers moet deze vrijhouden van graffiti en wildplak. De kosten voor beheer en onderhoud (reiniging) vallen nu onder de overeenkomst met Afvalservice West.

In het stadsdeel staan naast de ondergrondse containers ook nog tijdelijke bovengrondse containers voor restafval en bovengrondse containers voor de inzameling van plastic en textiel. Deze bovengrondse containers worden veelvuldig gebruikt voor illegale wildplak. Voor een beperkt aantal kledingcontainers van stichting KICI was tot 1 februari 2012 een contract afgesloten met een exploitant voor culturele affichage. Voorgesteld wordt om de containers die nu intensief worden gebruikt door wildplakbedrijven, zoals die in de Houthaven en langs de Haarlemmerweg tijdelijk beschikbaar te stellen aan een exploitant voor culturele affichage. Hiermee wordt bespaard op reinigingskosten en de handhaving en wordt wildplakken verder ontmoedigd.

Stadsdeel Zuid experimenteert in 2013 met het plaatsen van affiches voor de commerciële sector op zowel ondergrondse als bovengrondse containers. Dit doet dit stadsdeel ook uit overwegingen van inkomsten-maximalisatie. Daarbij worden in stadsdeel Oost veel frames geplaatst in viaducten of onderdoorgangen. In stadsdeel West is hier niet voor gekozen omdat meer reclame afbreuk doet aan de kwaliteit van de openbare ruimte.

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

3. Vervallen contracten stadsdeel West

a. Ballboards – reclame op basketbalvelden

De voormalige stadsdelen hadden een contract met Clear Channel Hillenaar (Outdoor Advertising) voor het aanbrengen en onderhouden van een aantal basketbalboards in het stadsdeel. In ruil voor het onderhoud werd reclame aangebracht op de ballboards. Per 1 juli 2009 is Outdoor Advertising gestopt met de activiteiten en heeft ze de ballboards aan de stadsdelen geschonken. Het beleid is om deze ballboards langzamerhand te vervangen door basketbalboards zonder reclame uitingen. Deze objecten kunnen wel gesponsord worden.

b. Oude reclamezuilen

Op een beperkt aantal plekken staan nog oude tweezijdige reclamezuilen. Deze objecten zijn soms ouder dan 40 jaar en maken geen deel meer uit van een overkomst. De exploitant Centercom heeft deze zuilen in beheer genomen voor culturele affichage en commerciële uitingen. Als het stadsdeel, bijvoorbeeld bij herinrichtingsprojecten, meent dat voor deze dragers geen plaats meer is, kunnen deze worden verwijderd en worden ze niet vervangen. Hierbij telt ook de overweging dat het stadsdeel geen afdracht ontvangt voor deze objecten.

II. Stedelijke contracten

De contracten die worden afgesloten voor de gehele gemeente Amsterdam worden beheerd door de dienst Infrastructuur Verkeer en Vervoer. Dit zijn ondermeer de contracten voor de:

- Exploitatie van nationale commerciële reclame in abri's (wachthuisjes) en MUPI's (informatiepanelen) (JCDecaux);
- Exploitatie van culturele affichage op driehoeksborden, VRI- en tramwisselkasten (Centercom);
- Exploitatie van lokale commerciële reclame in lichtbakken aan licht- en bovenleidingmasten (NPB);
- Exploitatie van culturele affichage en commerciële reclame op billboards, windschermen en panelen in metrostations (*Clear Channel Hillenaar*).

Daarnaast heeft Liander een contract met Centercom voor het plaatsen van culturele affichage op transformatorhuisjes, peperbussen en transformatorkasten.

1. Wachthuisjes en mupi's

Sinds het eind van de jaren '80 is voor heel Amsterdam een contract afgesloten voor het plaatsen en het onderhoud van de wachthuisjes (abri's) met reclamevlakken bij bus- en tramhaltes in Amsterdam. Voor het genereren van aanvullende inkomsten zijn 450 vrijstaande reclamezuilen of mupi's geplaatst. Een aantal van de mupi's is uitgevoerd met aan een zijde een plattegrond. Na een nieuwe aanbesteding in 2011 is een nieuw contract met de huidige exploitant JCDecaux gesloten voor de komende 15 jaar. Dit contract is op 1 januari 2013 ingegaan. De vervanging van alle bestaande abri's en mupi's in het begin van 2013 maakt deel uit van het nieuwe contact.

Het nieuwe contract gaat uit van 64 mupi's met roterende reclamevlakken in stadsdeel West. De regels over reclamevoering op deze objecten zijn vastgesteld in de overeenkomst tussen dIVV en exploitant (JCDecaux). De belangrijkste voor het stadsdeel zijn dat in een cirkel van 25 meter rond de mupi's en abri's geen andere reclame-uitingen mogen worden geplaatst en dat JCDecaux het alleenrecht heeft voor dit formaat reclameposters. Een verdere

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

uitbreiding van het aantal mupi's is niet wenselijk in stadsdeel West, omdat zij vrij vaak rond drukke kruispunten worden geplaatst.

2. Lichtmastreclame

Een ander langlopend contract binnen de gemeente Amsterdam is het contract voor lichtmastreclame. De beleidslijn in Amsterdam is dat lokale bedrijven bij afwezigheid van een collectief verwijzingsstelsel geen gebruik mogen maken van eigen bewegwijzering of verwijzingsborden, maar dat zij gebruik kunnen maken van de mogelijkheid van het plaatsen van een lichtmastreclame op tram- en lichtmasten. De lichtmastreclame kan een bezoeker van de adverteerder met een eenvoudige pijl goed op weg helpen. Deze vorm van reclame wordt als nuttig beschouwd en het stadsdeel stimuleert het gebruik van dit medium.

Het huidige contract met firma NPB loopt tot eind 2020 en wordt namens de gemeente Amsterdam beheerd door dIVV. Met de overname van het contract door NPB is het aantal lichtmastreclame sterk verminderd. Op dit moment ligt het aantal in stadsdeel West op circa 80. Het mogen er conform het contract maximaal 205 zijn. Als het aantal lichtbakken in Amsterdam boven de 2300 komt, deelt het stadsdeel mee in de opbrengst.

De aanvragen voor het plaatsen van nieuwe lichtmastreclames worden beoordeeld op grond van de voorwaarden die zijn opgenomen in het bestek van de aanbesteding. Zo moet voldoende afstand worden gehouden tot verkeerslichten, bewegwijzering en andere reclameobjecten zoalsabri's. Ook mag aan maximaal 1 per 5 lichtmasten dezelfde reclame-uiting worden geplaatst. Daarbij geldt een maximum van 5 dezelfde reclame-uitingen per straat. Daaraan kan worden toegevoegd dat lichtmastreclame vanuit ruimtelijk beleid minder gewenst is in woonstraten en in groengebieden of parken. Nieuwe lichtmastreclames mogen in ieder geval niet te dicht bij een woning geplaatst worden, als hierdoor lichthinder in de woning ontstaat. Bij voorkeur wordt deze vorm van reclame langs het hoofdnet auto en in de winkelstraten geplaatst. Het stadsdeel geeft geen toestemming voor het plaatsen van lichtmastreclame indien sprake is van bijzondere masten, zoals op de Overtoom. Vaak zijn deze masten ook niet geschikt voor het aanbrengen van reclame.

Niet alle huidige lichtmastreclames voldoen op dit moment aan de regels. Op het Bos en Lommerplein is bijvoorbeeld een aantal reclame-uitingen te vinden dat niet aan de afstandscriteria voldoet. Na afloop van de huidige contracten wordt geen toestemming verleend voor het herplaatsen van de lichtmastreclame op deze locaties. In overleg met de exploitant zal een andere locatie worden aangewezen.

3. Transformatorhuisjes, transformatorkasten en peperbussen

Er staat in Amsterdam een groot aantal nutsvoorzieningen. In het verleden maakten deze deel uit van de zogenaamde 'gemeentelijk reclameobjecten'. Deze objecten werden zonder winst oogmerk gebruikt om culturele affichage op aan te brengen; posters op A0-formaat. Deze traditie is na de privatisering van de nutsvoorzieningen in ere gehouden. Liander heeft nu een contract met Centercom voor het aanbrengen van culturele affichage met een A0-formaat op transformatorhuisjes, transformatorkasten en peperbussen. Als tegenprestatie houdt de exploitant de objecten vrij van graffiti en wildplak.

Met het oog op de kwaliteit van de openbare ruimte is in het eerdere beleid van de voormalige stadsdelen opgenomen dat affichage op met name de transformatorhuisjes in een aantal gevallen niet langer wenselijk is. Ook kan het maken van reclame op oude peperbussen die hun functie als nutsvoorziening

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

hebben verloren ter discussie worden gesteld. Deze 'loze' peperbussen' dienen nu uitsluitend als aanplakobject voor culturele affichage. Net als bij de oude reclamedragers kan voorgesteld worden dat bij herinrichtingsprojecten, deze kunnen worden verwijderd indien hier geen ruimte meer voor is. Dit moet wel in overleg met de exploitant, als eigenaar van de objecten, gebeuren.

4. VRI-kasten, tramwisselkasten en driehoeksborden

Na een aanbesteding in 2011 heeft de Dienst IVV een nieuw contract afgesloten met Centercom voor het aanbrengen van culturele affichage op 'VRI'-kasten (schakelkasten voor stoplichten), tramwisselkasten en driehoeksborden rond lichtmasten. Het contract is gesloten voor de duur van 5 jaar met een verlengingsmogelijkheid voor 5 jaar. Ook hier worden als tegenprestatie de objecten vrijgehouden van graffiti en wildplak.

Deze objecten zijn uitsluitend bestemd voor het aankondigen van culturele evenementen en activiteiten in Amsterdam. Op het aanbieden van deze voorziening door Centercom wordt toezicht gehouden door het Amsterdams Uitbureau. Dit betreft de tarieven en het voorgeschreven culturele karakter van de affichage. De inhoud van de culturele affichage wordt niet als hinderlijk beschouwd, maar als informatief voor de passanten.

Gemeente Amsterdam
Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

Bijlage IV: Beleidswijziging per 1 oktober 2013

Beleid voor 1 oktober 2013	Beleid vanaf 1 oktober 2013- Wijzigingen
OBJECTEN WAARVOOR GEEN ONTHEFFING WORDT VERLEEND (ART. 4.11 APV) OF WAARVOOR GEEN OVEREENKOMST WORDT AFGESLOTEN	OBJECTEN WAARVOOR GEEN ONTHEFFING WORDT VERLEEND (ART. 4.11 APV) OF WAARVOOR GEEN OVEREENKOMST WORDT AFGESLOTEN
grote opblaasbare elementen ten behoeve van het maken van handelsreclame (m.u.v. evenementen), waaronder luchtballonnen (aan grond verankerd)	<i>Idem</i>
particuliere displays of sandwichborden (uitzondering winkeluitstalling)	<i>Idem</i>
reclame op ombouwde wagens	<i>idem, indien dit valt onder 4.11 APV</i>
ondergrondse afvalcontainers voor restafval, papier en glas	<i>Idem</i>
spandoeken, banieren, en vlaggen voor commerciële doeleinden	<i>idem, toevoeging: beachflags</i>
grote bewegende objecten, lichtkranten, lichtreclame met veranderlijk of intermitterend licht, lichtprikkabels, daglichtreflecterende reclame	<i>Idem</i>
(grootschalige) reclamevitruines en superboards	<i>Idem</i>
driehoeksborden met handelsreclame	<i>Idem</i>
reclame op het overige straatmeubilair (uitzondering naamsvermelding door sponsor)	<i>idem, het beleid t.a.v. sponsoring is aangepast</i>
zeppelins en reclamevliegtuigjes	<i>Niet meer opgenomen</i>
-	<i>green graffiti met commerciële boodschap of handelsreclame</i>
-	<i>grote reclamemasten (langs A-10)</i>
commerciële reclame op bouwschutting	<i>Idem</i>
reclame aan of rond bomen en in openbaar groen	<i>Idem</i>
reclame in waterpartijen en langs het openbaar water	<i>Idem</i>
reclame op of aan kunstwerken, aan bruggen of brugvleugels, of op of rond schoolpleinen	<i>Idem</i>
verwijzingsborden naar bedrijven of instellingen met uitzondering van plattegronden en gezamenlijke informatieborden bij bedrijfsterreinen.	<i>Idem</i>
oud type fietsenrek met reclame van particulier (geen Fietsparkeur)	<i>Idem</i>
RAI-signs	<i>idem, niet meer van toepassing</i>
reclame op stilstaande voertuigen (uitsluitend voor reclame doeleinde gebruikt) bijv. reclamefiets	<i>Idem</i>
overige billboards en informatiezuilen	<i>Idem</i>
paalkubus en reclamezuil anders dan mupi	<i>Idem</i>
Ballboards	<i>Idem</i>
OBJECTEN OPGENOMEN IN EEN PRIVAATRECHTELIJKE OVEREENKOMST	OBJECTEN OPGENOMEN IN EEN PRIVAATRECHTELIJKE OVEREENKOMST
abri's en mupi's	<i>abri's en maximaal 64 mupi's</i>
	<i>reclame in gebouwde parkeergarages</i>
	<i>citycell (indien behoefte openbare telefooncel is aangetoond)</i>
Ten behoeve van culturele affichage en publiekscampagnes: <ul style="list-style-type: none"> - driehoeksborden, VRI- en tramwisselkasten - peperbussen, transformatorkasten en -huisjes 	<i>idem:</i> <ul style="list-style-type: none"> - Om wildplak tegen te gaan wordt tijdelijk een overeenkomst gesloten voor het aanbrengen van culturele affichage op (tijdelijke) bovengrondse containers (restafval, plastic en kleding) en in beperkte mate commerciële reclame op een deel van de bovengrondse containers

Gemeente Amsterdam Stadsdeel West

Toetsingskader reclame in de openbare ruimte

Lichtmastreclame, maximaal 205	<i>Idem</i>
Billboards, Vitrines, Toilet	<i>idem, maximaal 15 Billboards en/of Vitrines (Overeenkomst JCDecaux)</i>
	<i>Sponsoring</i>
OBJECTEN WAARVOOR EEN ONTHEFFING DAN WEL VERGUNNING KAN WORDEN VERLEEND	OBJECTEN WAARVOOR EEN ONTHEFFING DAN WEL VERGUNNING KAN WORDEN VERLEEND
-	<i>driehoeksborden publiekscampagne (14 dagen)</i>
bouwborden / projectborden	<i>Idem</i>
-	<i>reclame in (gebouwde) parkeergarages (hoofdzakelijk via contracten)</i>
spandoeken tijdelijke publiekscampagnes en niet-commerciële buurtgerichte en/of culturele evenementen in stadsdeel	<i>idem, spandoeken mogen niet langer aan bomen worden bevestigd</i>
	<i>borden t.b.v. naamsbekendheid bedrijventerrein</i>
reclame op terrassen (parasols, schermen)	<i>idem (reclame op objecten conform exploitatievergunning)</i>
	<i>culturele affichage op bouwschutting</i>
	<i>green graffiti voor publiekscampagne of bewegwijzering (indien aangebracht in opdracht van gemeente)</i>
Sampling	<i>idem, maximaal 2 dagen per maand in winkelstraten en tijdens evenementen</i>
ALGEMENE REGELS	ALGEMENE REGELS (vergunningvrij)
-	<i>steigerdoekreclame (beleidslijn wordt apart vastgesteld)</i>
2 sandwichborden als winkeluitstalling geplaatst direct voor een winkelpand	<i>Idem</i>

Deregulering

De volgende regels zijn o.a. vereenvoudigd:

- **Steigerdoekreclame** (concept beleid) valt vanaf 2014 onder de algemene regels op grond artikel 4.5 APV en kan dan zonder vergunning worden geplaatst.
- **Reclame op terrasafscheidings en parasols**. Nadere regels over de omvang zijn geschrapt.
- De regels met betrekking tot rijdende **reclamevoertuigen** komen te vervallen (het beleid betreft alleen stilstaande voertuigen met het kennelijke doel reclame te maken).
- In voormalig stadsdeel **Bos en Lommer** was het plaatsen van reclameobjecten in principe alleen mogelijk op de Bos en Lommerweg, Hoofdweg, Jan van Galenstraat, Admiraal de Ruijterweg, Willem de Zwijgerlaan en de Haarlemmerweg. Dit is niet overgenomen.
- Er zijn geen regels meer opgenomen over **zeppelins en reclamevliegtuigjes** (regeling voormalig stadsdeel Westerpark).
- Er geen regels meer opgenomen voor het plaatsen van **reclameobjecten op eigen terrein** rondom kantoorgebouwen en bedrijven (regeling voor bedrijventerreinen voormalig stadsdeel Westerpark).
- Er zijn geen regels meer opgenomen over **verkiezingsborden**. In een aparte memo wordt het beleid voor affichage door politieke partijen uiteengezet.
- **Gebiedspromotie** wordt mogelijk gemaakt.

Aanvullend zijn regels opgenomen over:

- **Beachflags**. Voor beachflags wordt geen ontheffing op grond van artikel 4.11, lid 3 APV verleend.
- **Grondreclame**. Grondreclame of green graffiti wordt alleen toegestaan als het gaat om openbare aankondigingen in opdracht van de gemeente of een publiekscampagne van de gemeente.