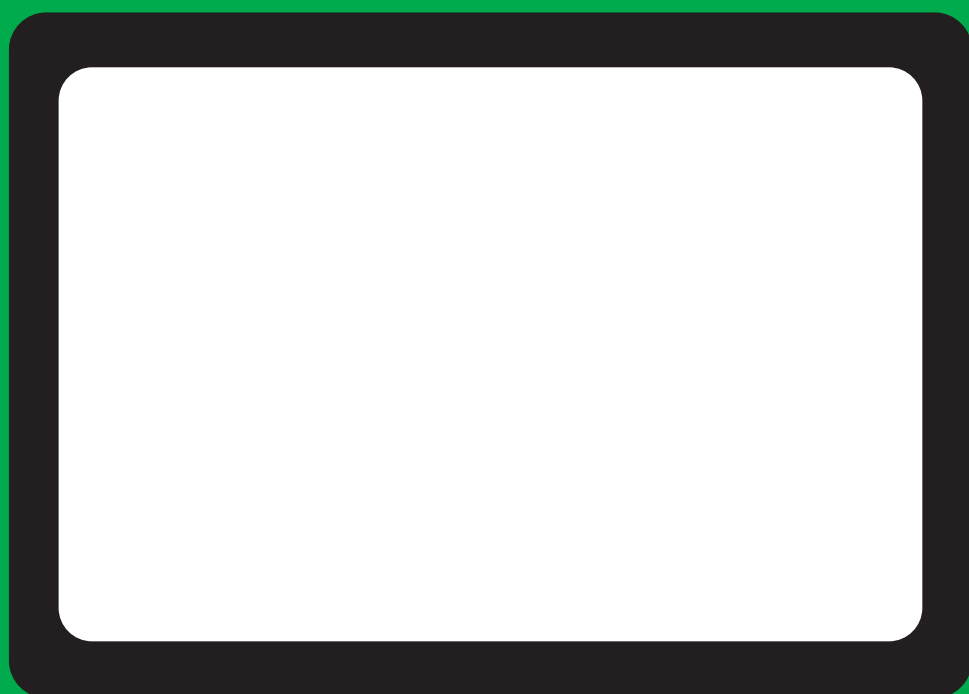




**Beleidsregels
reclame
en reclame
gerelateerde
objecten in de
openbare ruimte**

Inleiding

Deze uitvoeringsregeling hoort bij het stedelijk kader voor buitenreclame en vormt het toetsingskader voor aanvragen voor een ontheffing voor het voeren van reclame in de openbare ruimte. Bij deze beleidsregels is daar waar nodig een artikelsgewijze toelichting opgenomen. Dit toetsingskader wordt gebruikt door de Stadsdelen en de Stadsloketten van de gemeente Amsterdam. Aan de hand van dit toetsingskader kunnen ondernemers ook beoordelen of zij reclame mogen maken in de openbare ruimte.

De grondslag van dit toetsingskader zijn de artikelen 4.11, 4.12 en 4.23 van de Algemene Plaatselijke Verordening.

Artikel 1

Begripsomschrijvingen

In deze beleidsregels wordt verstaan onder:

- a. affiche: het aanplakken of reclame maken;
- b. APV: de Algemene Plaatselijke Verordening van de gemeente Amsterdam;
- c. beachflag: een losstaande (lichtgewicht) banier met ronde bovenkant;
- d. gids- en geleidelijn: op de weg aangebrachte geleidelijnen of markeringen voor blinden en slechtzienden;
- e. grondreclame (green graffiti): het met behulp van een mal schoonspuiten van een deel van de bestrating, zodat een afbeelding c.q. een tekst zichtbaar wordt die als reclame kan worden beschouwd, dan wel reclame die met stickers, verf of andere middelen op de weg wordt aangebracht;
- f. 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;
- g. verwijzingsborden: borden of objecten in de openbare ruimte die voorzien zijn van een bord en/of boodschap waarmee verwezen wordt naar en/of reclame gemaakt wordt voor een bepaalde onderneming of instelling;
- h. weg: openbare ruimte zoals gedefinieerd in artikel 1.1.9 a t/m d van de APV.

Artikel 2

De aanvraag

Bij het aanvragen van een ontheffing moet gebruik worden gemaakt van een door of namens het college van B&W vastgesteld formulier.

Artikel 3

Algemene weigeringsgronden bij aanvraag om een ontheffing op grond van art. 4.11 lid 3 APV

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

- a. 'het beoogde gebruik' schade kan toebrengen aan de weg;
- b. het object een gevaar kan opleveren voor de bruikbaarheid van de weg;
- c. het object een belemmering kan vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud van de weg;
- d. het object gevaar, hinder, overlast of verontreiniging teweeg kan brengen;
- e. afbreuk kan doen aan het uiterlijk aanzien van de openbare ruimte.

Artikel 4

Ontoelaatbare reclame in verband met de (verkeers-) veiligheid, hinder en het doelmatig gebruik van de openbare ruimte

In geval van een aanvraag om een ontheffing als aangegeven in artikel 4.11, lid 3 APV dan wel artikel 4.23 APV wordt geen ontheffing verleend 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 en verkeersborden niet of minder goed te onderscheiden zijn;
- c. de reclame het uitzicht op verkeerslichten, verkeersborden, bewegwijzering en straatnaamborden belemmert;
- d. sprake is van daglicht reflecterende reclame;

- e. het reclameobject op minder dan 0,50 meter van de stoeprand of een gids- en geleidelijn wordt geplaatst;
- f. het reclameobject in smalle en/of drukke voetgangersgebieden wordt geplaatst en het daarom een obstakel op de loopruimte vormt;
- g. de minimale obstakelvrije doorloopruimte minder dan 1,80 meter bedraagt of in drukke voetgangersgebieden, zoals bij musea, ov-knooppunten en in drukke winkel- en uitgaansstraten de minimale obstakelvrije doorloopruimte minder dan 3,60 meter bedraagt;
- h. de minimale vrije hoogte minder dan 2,30 meter bedraagt op het voetpad of minder dan 4,50 meter bedraagt op de rijbaan dan wel het maaiveld, gemeten van de onderkant van het object tot aan het maaiveld;
- i. reclameobjecten uitsteken over fietspaden;
- j. het object (naast een afbeelding) ook geluid produceert;
- k. er sprake is van reclame op stilstaande voertuigen, rijdende voertuigen, vaartuigen en aanhangwagens (met led schermen), uitsluitend en hoofdzakelijk voor reclame doeleinden gebruikt als bedoeld in artikel 4.11 en artikel 4.23 van de APV.

Artikel 5

Ontoelaatbare reclame in verband met het uiterlijk aanzien en de kwaliteit van de openbare ruimte

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

- a. reclame aan of rond bomen en in openbaar groen, waaronder parken en plantsoenen;
- b. reclame in waterpartijen en direct langs het openbare water, inclusief grachten;
- c. reclame aan, rond of op straatmeubilair zoals

- op fietsenrekken, lichtmasten¹⁶, ondergrondse papier- en glasbakken en parkeermeters;
- d. reclame op of aan kunstwerken, aan bruggen of brugvleugels, of op of rond schoolpleinen;
- e. reclame met (grote) bewegende onderdelen;
- f. lichtreclame met veranderlijk of intermitterend licht en lichtprikkels;
- g. spandoeken, vlaggen(-masten), beachflags, banieren en vaandels met het kennelijke doel reclame te maken;
- h. verwijzingsborden.

Artikel 6

Kortstondige gebiedspromotie en speciale gelegenheden (opening winkel, braderie) in winkelstraten en winkelcentra

In geval van een aanvraag om een ontheffing als aangegeven in artikel 4.11, lid 3 APV voor gebiedspromotie van een winkelstraat of -centrum of een opening, kan een ontheffing worden verleend indien:

- a. de buitenreclame in het kader van gebiedspromotie het algemeen belang dient;
- b. de opening van het bedrijf een kortdurend evenement betreft, niet langer dan een dag;
- c. geen commerciële reclame voor derden op objecten zoals spandoeken wordt aangebracht; dit geldt ook voor de naam van de commerciële sponsor van het evenement of de activiteit;
- d. spandoeken stevig worden bevestigd tussen de gevels op een hoogte van tenminste 4,50 meter boven de weg.

Artikel 7

Grondreclame

In het geval van een aanvraag om een ontheffing als aangegeven in artikel 4.11, lid 3 APV kan voor het plaatsen van grondreclame 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 én;
- b. de grondreclame slechts tijdelijk of enkele weken zichtbaar is en bij het aanbrengen geen schade of verontreiniging wordt veroorzaakt.

Artikel 8

Bouwborden

In het geval van een aanvraag om een ontheffing als aangegeven in artikel 4.11, lid 3 APV kan voor het plaatsen van een bouwbord een ontheffing worden verleend in het geval dat:

- a. de plaatsing gebeurt gedurende de periode dat er daadwerkelijk bouwactiviteiten worden uitgevoerd;
- b. de maatvoering redelijk is en passend in de omgeving. De maximale grootte is 18m²;
- c. geen reclame (van of voor derden) of informatie is opgenomen die niet relevant is voor uitvoering van het project;
- d. het bord geplaatst is direct bij of op de bouwlocatie.

Artikel 9

Bouwherken en -schuttingen

In het geval van een aanvraag om een ontheffing als aangegeven in artikel 4.11, lid 3 APV kan voor het plaatsen van reclame of culturele affichage op een bouwherk- of schutting een ontheffing worden verleend in het geval dat:

- a. het gaat om kleinschalige en kortdurende bouwprojecten van enkele maanden;
- b. de afbeelding of reclame een directe relatie heeft met de functie die in het pand zit of gaat komen dan wel het culturele affichage betreft;
- c. de afbeelding de maximale de hoogte heeft van het bouwherk of de bouwschutting, waarbij het uitgangspunt is dat de bouwschutting reikt tot aan de bovenkant van de begane grond verdieping.

Artikel 10

Reclame op bouwsteigers (steigerdoekreclame)

In het geval van een aanvraag om een ontheffing als aangegeven in artikel 4.11, lid 3 APV kan voor het plaatsen van een reclamedoek op een bouwsteiger een ontheffing van maximaal 9 weken worden verleend in het geval dat:

- a. het reclamedoek tussen de bovenkant van de begane grondetage en de goot wordt aangebracht;
- b. de maximale omvang van de reclame op het steigerdoek 500 m² per gevel bedraagt;
- c. de reclame alleen uit platte doeken bestaat;
- d. geen gebruik wordt gemaakt van bewegende beelden, fluorescerende kleuren of een grote vlakken met dezelfde felle kleur;
- e. in de afgelopen drie jaar drie jaar geen reclamedoek op een bouwsteiger voor hetzelfde pand is geplaatst;

¹⁶ In die gevallen wanneer hiervoor geen overeenkomst is afgesloten als bedoeld in artikel 4.11 lid 2 onder e APV.

- f. sprake is van een steigerdoek dat om Arbo technische redenen geplaatst is, de steiger geplaatst is in verband met bouw- en onderhoudswerkzaamheden en daadwerkelijk sprake is van het uitvoeren van bouw- en onderhoudswerkzaamheden;
- g. het aanlichten van het reclamedoek alleen vanaf de voorzijde geschiedt en geen hinder oplevert voor de bewoners van het pand en de belendende panden en weggebruikers;
- h. geen gebruik wordt gemaakt van knipperend of bewegend licht;
- i. het doek niet wordt aangelicht tussen 23:00 uur en 07:00 uur;
- j. de bouwsteiger niet is geplaatst in een gebied dat aangewezen is als beschermd stads- of dorpsgezicht, dan wel de bouwsteiger geplaatst is in een gebied dat is aangewezen als beschermd stads- of dorpsgezicht en een gevelprint en maximaal 10 procent reclame op een steigerdoek is afgebeeld.

Artikel 11 **Reclame op sportparken**

In het geval van een aanvraag om een ontheffing als aangegeven in artikel 4.11, lid 3 APV kan voor het plaatsen van reclame bij een sportveld of op sportparken een ontheffing worden verleend in het geval dat:

- a. het naar binnen gekeerde reclameborden of reclamedoeken (winddoeken) langs velden betreft;
- b. het kleine objecten of platte borden betreft.

Artikel 12 **Sampling (art. 4.12 APV)**

In stadsdelen zonder locatie specifieke regeling op grond van artikel 4.12 APV geldt dat voor het uitdelen of verspreiden van reclamedrukwerk op of aan de weg geen ontheffing wordt verleend. Voor sampling van andere voorwerpen of producten dan reclamedrukwerk kan een ontheffing worden verleend op grond van artikel 4.12 APV in het geval dat:

- a. de activiteiten uitsluitend plaats vinden in winkelstraten/winkelcentra en/of tijdens evenementen, en;
- b. de aanvrager zich houdt aan de gestelde voorwaarden, waaronder de voorwaarden in de 'Gedragscode Streetmarketing' van de brancheorganisatie DFMA en het verbod op het gebruiken van geluidsversterkende apparatuur.

Artikel 13 **Reclame op terrasafscheidings en parasols**

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

- 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 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 'beleidsregels reclame en aan reclame gerelateerde objecten in de openbare ruimte'.

Artikel 17 **Inwerkingtreding**

De beleidsregels treden in werking op 1 november 2016, dan wel op de eerste dag na publicatie van deze beleidsregels.

Artikelsgewijze toelichting bij de beleidsregels voor buiten-reclame:

Algemeen

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. Zie artikel 2.45 APV.

Artikel 4

Ontoelaatbare reclame in verband met de (verkeers)veiligheid, hinder en het doelmatig gebruik van de openbare ruimte

Reclameborden langs de weg zijn bedoeld om de aandacht van bestuurders te trekken en kunnen daarom de bestuurder afleiden. Hierbij is een verschil tussen statische reclame en reclame met bewegende beelden. Vooral deze laatste trekt meer de aandacht en kan daardoor gevaar opleveren voor de verkeersveiligheid. Bij plaatsen waar verkeersstromen van verschillende snelheden elkaar kruisen, ontstaat er een verhoogd risico op ongevallen wanneer reclameobjecten verkeer geplaatst worden.¹⁷

→ Winkeluitstallingen

Voor het uitstellen van producten voor een winkel is in principe geen vergunning of ontheffing nodig op grond van de APV. Het reclameverbod van artikel 4.11 APV en het verbod uit artikel 4.3 APV gelden namelijk niet voor het gebruik van categorieën voorwerpen die op grond van artikel 4.5 APV door het college zijn aangewezen. Dit zijn onder meer winkeluitstallingen. Winkeliers moeten zich op grond van artikel 4.5 lid 2 APV houden aan bepalingen in de algemene regels voor winkeluitstallingen. Op grond van de algemene

regels voor winkeluitstallingen mogen winkeliers tot maximaal 2 reclameborden of stoepborden van een beperkte omvang direct voor hun winkel plaatsen. Andere objecten zoals beachflags zijn niet toegestaan. De regels voor winkeluitstallingen zijn vanwege het uiteenlopende karakter van de diverse winkelstraten en winkelcentra door de bestuurscommissies van de stadsdelen gespecificeerd per gebied. Zo bestaan er bijvoorbeeld afzonderlijke regelingen voor winkelstraten met arcades, de Amsterdamse Poort en drukke centrumgebieden met smalle straten. Bij het vaststellen van de algemene regels voor winkeluitstallingen dient rekening gehouden te worden met de verruiming van de minimale doorloopruimte naar 1,80 meter.

→ Mobiele reclameobjecten en verwijsborden

Op grond van artikel 4.11 en 4.23 van de APV is het in Amsterdam verboden om reclame te maken met stilstaande en rijdende voertuigen die uitsluitend en/of hoofdzakelijk zijn bedoeld voor het maken van reclame. Dit geldt ook voor het plaatsen van verwijsborden. Het plaatsen van een reclamefiets op het trottoir, die dient als verwijsbord naar een winkel of kantoorruimte, is dus niet toegestaan. Deze objecten staan ook vaak hinderlijk geparkeerd en belemmeren de doorloopruimte.

¹⁷ De beleidsregels onder artikel 4 a t/m c zijn ook toepasbaar bij de beoordeling van meldingen ingevolge artikel 4.10 lid 3 onder b en c van de APV.

Artikel 5

Ontoelaatbare reclame in verband met het uiterlijk aanzien en de kwaliteit van de openbare ruimte

→ Reclame op prullenbakken van derden

Net als voor winkeluitstallingen zijn er voor afvalbakken en asbakken (met reclame) nadere regels geformuleerd op grond van artikel 4.5 lid 2 APV. Deze nadere regels gelden als deze door de bestuurscommissie van het stadsdeel zijn vastgesteld.¹⁸ Op dat moment is geen vergunning nodig voor het plaatsen van deze objecten op straat. In de modelregeling voor afvalbakken en asbakken is opgenomen dat de gezamenlijke zijden van de bakken voor maximaal 10 procent uit reclame mogen bestaan.

→ Verwijsborden

Verwijzingsborden anders dan lichtmastreclame zijn ook op bedrijventerreinen niet toegestaan. De gemeente Amsterdam heeft in 2015 in de 'Richtlijn Bewegwijzering Amsterdam' het beleid vastgelegd voor de plaatsing en het beheer van bewegwijzering in Amsterdam. In deze richtlijnen is ook een paragraaf over bedrijvenverwijzing opgenomen.

→ Vlaggen en banieren

Over het algemeen wordt terughoudend omgegaan met vlaggen en banieren. 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 en banieren van culturele instellingen vallen onder het verbod van artikel 4.11 APV. Voor het weren van reclamevlaggen, wimpels, beachflags en banieren zijn duidelijk argumenten aan te wijzen. Deze

geven een straat bijvoorbeeld een onrustig aanzicht en vormen obstakels op het trottoir. Hun toegevoegde waarde moet bovendien als zeer gering worden beschouwd, in het bijzonder in de situatie waar iedereen vlaggen voert.

Een uitzondering op dit beleid is het beleid voor centrumgebied voor losstaande vlaggen en banieren in de openbare ruimte bij evenementen. In de zone van het centrumgebied wordt toestemming verleend voor het plaatsen van banieren als het gaat om evenementen met een grootstedelijk of stadsdeel overschrijdend belang. Daarbij wordt slechts toestemming verleend voor de in het beleid opgenomen locaties, waaronder een aantal aangewezen bruglocaties en locaties met vaste mastputten. Aan de hand van de evenementenkalender die aan het begin van het jaar wordt vastgesteld bepaald het algemeen bestuur van stadsdeel Centrum jaarlijks welke evenementen in aanmerking komen.

Beleidswijziging:

Voorgesteld wordt om niet langer vergunningen af te geven voor het plaatsen van losse banieren in de openbare ruimte bij evenementen van niet grootstedelijk belang op een binnen locatie.

→ Sponsoring

De participatie van bedrijven of andere organisaties bij het beheer en inrichting van de openbare ruimte gaat vaak gepaard met een naamsvermelding (branding) of sponsoring. Het ligt in de beleidslijn van de gemeente Amsterdam om (financiële) participatie van derden bij de inrichting en het beheer van de openbare ruimte te bevorderen en toe te staan. Sponsoring van te plaatsen straatmeubilair of de inrichting en het beheer van de openbare ruimte, onder vermelding van de (persoonlijke) naam van de 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. Dit wordt beoordeeld in het concrete geval en op basis van het totale ontwerp of concept. Uit oogpunt van doelmatig beheer en kwaliteit van de openbare ruimte kan sponsoring worden afgewezen.

→ Guerrillamarketing

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. Een voorbeeld van ongewenste guerrillamarketing is het plaatsen van zadelhoesjes en flyers op fietsen.

¹⁸ Op 19 maart 2016 is alleen voor het gebieden van stadsdeel Centrum een regeling vastgesteld. Deze regeling is opgenomen in het (digitale) regelgeving register van de gemeente Amsterdam.

Artikel 6

Kortstondige gebiedspromotie en speciale gelegenheden (opening winkel, braderie) in winkelstraten en winkelcentra

→ Spandoeken

Het plaatsen van spandoeken kan ook beoordeeld worden aan de hand van dit artikel. Spandoeken met commerciële reclame in de openbare ruimte zijn illegaal. Hiervoor wordt geen ontheffing verleend. Er zijn genoeg reclameobjecten aanwezig in de openbare ruimte voor het plaatsen commerciële uitingen. Weigeringsgronden zijn ook de verkeersveiligheid en de kwaliteit van de openbare ruimte. Voor spandoeken wordt alleen in beperkte mate een ontheffing verleend in het kader van kortdurende publiekscampagnes of een niet-commercieel (cultureel) evenement.

Artikel 7

Grondreclame

Grondreclame is relatief nieuw. Op basis van de APV is grondreclame in principe verboden, maar de gemeente Amsterdam geeft soms zelf opdracht tot het plaatsen boodschappen op bijvoorbeeld het fietspad. Grondreclame is op zich een duurzame vorm van reclame. De reclame-uiting zelf is weinig tot niet milieubelastend, zeker als de boodschap ontstaat door het schoonspuiten van een deel van de straat. Toch kent deze vorm van reclame ook risico's en heeft het gevolgen voor de kwaliteit van openbare ruimte. Te veel (commerciële) boodschappen in eenzelfde periode en ruimte kunnen een negatieve invloed hebben op de kwaliteit van de omgeving. Op de openbare ruimte wordt een nadrukkelijke stempel geplaatst, zeker als het gaat om een groot aantal verwijzingen of bewegwijzering. Deze wijze van het maken van reclame en bewegwijzering wordt daarom afgewezen.

Artikel 8

Bouwborden en projectborden

Rond nieuwbouw- of renovatieprojecten bestaat de mogelijkheid om met bouwborden informatie te verschaffen over een project. Om het aantal en het effect op de beeldkwaliteit in te perken, is een aantal criteria opgesteld. Via de website www.stijlweb.amsterdam.nl kunnen voorbeelden gevonden worden van bouwborden, zoals die voor projecten van de gemeente Amsterdam worden gebruikt.

In artikel 8 is opgenomen dat bouwborden geplaatst moeten worden direct bij of op de bouwlocatie. Dit houdt verband met het feit dat voor het plaatsen van tijdelijke bouwborden op of in de onmiddellijke nabijheid van het terrein waarop de bouwwerkzaamheden plaatsvinden geen omgevingsvergunning nodig is. Op een andere locatie dient voor het plaatsen van een bouwboard dat is aan te merken als een bouwwerk wel een omgevingsvergunning te worden aangevraagd. Het plaatsen van een (reclame)board langs doorgaande wegen, buiten het bouwterrein, of in de middenberm is mogelijk in strijd met het bestemmingsplan en mede gelet op de verkeersveiligheidscriteria en bepalingen in de privaatrechtelijke overeenkomsten minder wenselijk.

Bij bouwborden is de naamsvermelding van betrokken (bouw)firma's toegestaan. Het heeft de voorkeur om maximaal één bord per bouwlocatie te plaatsen binnen de grenzen van het werkterrein. Bij grote bouwterreinen (heel bouwblok) of gebieden met stedelijke ontwikkeling zijn meerdere borden op of direct bij het werkterrein toegestaan. Dit ter beoordeling van de wegbeheerder.

Artikel 9

Bouwhekken en -schuttingen

Tijdens bouwprojecten is de gevel van een gebouw vaak voorzien van een (arbo-)steigerdoek of is de plint voorzien van bouwhekken of een houten schutting. Deze voorzieningen ogen vaak rommelig en hebben een aantrekkende werking op graffiti. Reclame is een middel om dit tegen te gaan en het straatbeeld te verbeteren.

In Amsterdam is het daarom mogelijk een ontheffing aan te vragen voor het plaatsen van bepaalde vormen van reclame op bouwhekken- en schuttingen. Reclame is mede toegestaan vanwege het tijdelijke karakter. Hierdoor is de impact op de beeldkwaliteit beperkt. Het plaatsen van een aantal grotere afbeelden zonder frames geeft een beter beeld dan het plaatsen van losse frames met posters.

Een cumulatieve van culturele affichage op of rondom een grote bouwlocatie dient wel te worden voorkomen in verband met de beeldkwaliteit in de openbare ruimte. Bij langlopende en/of grootschalige bouwprojecten heeft het de voorkeur om bouwhekken en/of -schuttingen leeg en schoon te houden, dus vrij van culturele affichage of commerciële reclame van derden. Een andere invulling, zoals het plaatsen van foto's, projectinformatie of een kunstuiting is mogelijk.

Op de bouwschutting wordt bij voorkeur ook de naam van de te vestigen winkel of bedrijf vermeld en een prognose van de opening van het bedrijf. Op de bouwschutting mogen de aannemer, architect en installateur en dergelijke worden vermeld, zoals dit ook bij een projectbord is toegestaan.

Beleidswijziging:

De mogelijkheid wordt geboden om een ontheffing aan te vragen voor het onder voorwaarden plaatsen van (grootschalige) commerciële uitingen naast culturele affiche.

Artikel 10

Reclame op bouwsteigers (steigerdoekreclame)

Deze vorm van reclame valt niet onder artikel 4.10 APV. Voor het plaatsen van een steigerdoekreclame moet voorafgaande aan de plaatsing een ontheffing worden aangevraagd op grond van artikel 4.11 APV voor deze vorm van reclame. Een ontheffing voor het maken van reclame is nodig naast een privaatrechtelijke overeenkomst.

Artikel 11

Reclame op sportparken

Gezien de exclusiviteitsbepalingen in een aantal overeenkomsten van de gemeente Amsterdam kunnen geen reclameobjecten als grote billboards (reclameformaat gelijk of groter dan 6 m²) of reclamezuilen (reclameformaat $\pm$ 2 m²) worden geplaatst.

Getoetst moet worden of voor de objecten in plaats van een ontheffing een omgevingsvergunning nodig is. In de welstandsnota van de gemeente Amsterdam is opgenomen dat gezien de in de regel bescheiden invloed op het aanzien van de openbare ruimte kleine objecten op sportterreinen zoals naar het binnenterrein gerichte reclameborden welstandsvrij zijn. Het is echter niet toegestaan om hekwerken of stellages rondom sportterreinen te gebruiken als reclamedrager, waarbij de reclameboodschap primair is bedoeld voor passanten buiten het sportterrein. Deze objecten zijn niet op het binnenterrein gericht.

De overweging voor het toestaan van reclame binnen de grenzen van sportparken is dat de inkomsten kunnen worden gezien als de sponsoring van sportactiviteiten.

Artikel 12

Sampling

Sampling is het uitdelen van monsters van producten in winkelgebieden en rond grote stations. De exploitant moet hiervoor een (dag)ontheffing aanvragen en is verantwoordelijk voor het schoon opleveren van de omgeving. Afhankelijk van het gebied kunnen door de bestuurscommissies van de stadsdelen bepaalde locaties worden aangewezen waar sampling wel of niet is toegestaan.

Artikel 13

Reclame op terrassen en parasols

Met enige regelmaat zijn in de openbare ruimte logo's en teksten te zien die betrekking hebben op een product dat in het horecabedrijf verkrijgbaar is. Het gaat hier dan in het bijzonder om reclame op windschermen en parasols. Dit wordt in het algemeen niet als storend ervaren, terwijl het voor de horecaondernemers moeilijker is om dergelijke voorzieningen zonder subtiele reclame-uitingen te financieren. Deze vorm van reclame wordt daarom geaccepteerd indien sprake is van bescheiden afmetingen.

Terrasafscheidingsen mogen niet voorzien zijn van reclame, tenzij het gaat om de bedrijfsnaam of een product dat in het horecabedrijf wordt verkocht. De reclame-uiting mag maximaal 0,20 meter hoog zijn en slechts aangebracht worden op het niet-transparante gedeelte van het terraschot. Dat geldt ook voor een beeldmerk, logo of bedrijfskleurstelling.



Colofon

Amsterdam, september 2016

Tekst en redactie

Gemeente Amsterdam, Verkeer en Openbare Ruimte

Vormgeving

DSGN.FRM

Fotografie

JCDecaux, NABB, Fotobank gemeente Amsterdam

Meer informatie:

Verkeer en Openbare Ruimte

Postbus 95089, 1090 HB, Amsterdam, T: 14 020

www.amsterdam.nl

