



Aan de heer Hoogewerf
Weesperstraat 113
Postbus 95089
1090 HB Amsterdam

Via Beleid.openbareruimte@amsterdam.nl

Amsterdam, 22 maart 2020

Betreft: Zienswijze op de conceptnota Kader Buitenreclame (aanvullend op die van de werkgroep Buitenreclame)

Geachte dames, heren,

Omdat Stichting Wijkcentrum d'Oude Stadt de belangen behartigt van veel bewoners van stadsdeel Centrum is het belangrijk dat alle lezers van de nota van beantwoording kunnen zien wat onze zienswijze is op de onderdelen van het Kader Buitenreclame die wij hier aanroeren.

Wij verzoeken u daarom wel persoonsnamen te anonimiseren, maar herkenbaar te houden wat de inbreng is van het wijkcentrum. Datzelfde geldt voor de aan de Stichting gelieerde Werkgroep Buitenreclame.

Wijkcentrum d'Oude Stadt onderschrijft volledig de zienswijze die de werkgroep Buitenreclame heeft ingediend. Deze brief is een aanvulling op die zienswijze, en behandelt onder andere een aantal aspecten die niet direct met reclame te maken hebben.

Daarnaast zijn wij zeer te spreken over het conceptadvies van het stadsdeelbestuur Centrum, zoals het op 25 februari in de stadsdeelcommissievergadering voorlag.

Wij willen wij u vooral wijzen op een aantal tekstuele fouten en onduidelijkheden.

Voor eenieder die reclame wil plaatsen, voor iedere gebruiker van de openbare ruimte, voor de beoordelaars van vergunningsaanvragen, voor juristen, en zeker ook voor iedere handhaver dienen de begripsomschrijvingen en regels eenduidig te zijn. Zo kunnen in de toekomst misverstanden en geschillen worden voorkomen.

We pretenderen geen volledigheid, maar de volgende dingen vielen ons op:

Verschrijvingen

- Pag. 18 onder *d: Duurzaamheid en Social Return*
 - "Social Return" is geen Nederlands.
 - "Ook moeten inschrijvingen voldoen aan de gestelde eisen gesteld voor werkgelegenheid. verlichting." Hoort het losse woord verlichting ergens anders bij?
- Pag. 24 art 12d: "fluorescerende kleuren of een grote vlakken met ..." moet het woord "een" in die zin niet weg?

Onduidelijke of verkeerde formuleringen.

- Pag 22 artikel 1, 4^e aandachtsstreepje, begripsomschrijving van bewegend beelden: *alle beelden op beeld- schermen, lichtkranten, of anderszins geprojecteerde beelden, die niet volledig stilstaan, of waarbij vaker dan 1x per 6 seconden van beeld wordt gewisseld en die zich richten op de weg.*
Waarom staat hier "die zich richten op de weg" (=openbare ruimte)? Is dat niet overbodig, namelijk vanzelfsprekend bij buitenreclame? Of wordt hier toch gerefereerd aan reclame achter ramen?

En mogen reclamebeelden die gericht zijn op woningen wel bewegen?
Verduidelijking is hier nodig.

- Pag. 22, bijna onderaan, *“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.”*

Nuttige loopruimte en minimale doorloopruimte zijn niet hetzelfde.

Met nuttig bedoelt u waarschijnlijk begaanbaar; minimaal betreft een maat, de minimaal vereiste breedte die nodig is voor het aantal passanten op de betreffende plek.

Met “minus ... vaste objecten” zult u bedoelen dat er een minimale doorloopruimte tussen vaste objecten moet zijn?

De bedoelde loopruimte ligt lang niet altijd tussen de rand van het trottoir en een (beoogd) reclame-object. Denk bijvoorbeeld aan driehoeksborden en mupi's.

In de nieuwe beleidskader “Ruimte voor de voetganger” zijn wellicht betere definities te vinden.

- Pag. 23, Beleidsregels artikel 6, geen ontheffing als:
h: “de minimale obstakelvrije doorloopruimte minder dan”:
Dit zou op z'n minst moeten overeenkomen met het beleidskader “Ruimte voor de voetganger”. Daarbij in aanmerking genomen dat reclameobjecten geen noodzakelijke objecten zijn in tegenstelling tot bijvoorbeeld lantarenpalen of verkeersborden.

i: “de minimale vrije hoogte minder dan 2.30 meter ... etc”

Als dit waar is, dan zou er geen enkele staand reclamebord in voetgangersgebied aanwezig mogen zijn. Geen enkel stoepbord, niet één mupi, analoog of digitaal. Prachtig, maar dat zal niet bedoeld zijn.

Suggestie: “de minimale vrije hoogte onder vrijhangende reclameobjecten”.

l: “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”.

Tekstueel: Uitsluitend en hoofdzakelijk gaan niet samen. Het is het een of het ander. Wij vermoeden dat u uitsluitend OF hoofdzakelijk bedoelt.

- Pagina 24 artikel 7d Reclame aan bruggen en op brugvleugels zijn ontoelaatbaar. Op grond daarvan zijn in het Centrum weliswaar twee digitale mupi-vergunningsaanvragen afgewezen maar ze staan er wel, ook analoge die wel een vergunning hebben?

Enkele veiligheidsaspecten en iets over handhaving

- Pagina 18 Verkeersveiligheid
Bewegend beeld maar ook beeldwisselingen leiden de verkeersdeelnemer af. Hoe langzamer het verkeer des te meer afleidingsmomenten per afgelegde afstand.
Ook autoverkeer is met name in de binnenstad langzaam.
De afgeleide voetganger steekt bv de straat over zonder op te letten, de fietser wordt uit zijn evenwicht gebracht en de automobilist let ook even niet op het langzamere verkeer.

Stilstaande beelden: Op de rijweg behoort iedereen op het verkeer te letten en op verkeersaanwijzingen, geen berichten op de telefoon te lezen, en ook geen reclameteksten.

Natuurlijk zijn er meer afleidingen op en bij de rijweg, maar de afleiding door reclame is er vermijdbaar.

Suggestie: Reclame gericht op de rijweg is niet toegestaan.

- Pagina 18 Sociale veiligheid
Buitenreclame mag geen sociaal onveilige situaties creëren. Abri's zijn bijvoorbeeld transparant en voorzien van (reclame-)verlichting.
Helemaal waar. Echter (er wordt geëxperimenteerd met aanbrengen van beplanting op en aan de Abri's), ook als er begroeiing op de wanden aangebracht wordt, dan blijft de veiligheid door transparantie belangrijker. Dan zal de reclame moeten wijken.
- Pagina 7 Overige ontwikkelingen
“Door middel van schouwen gaan kritische beoordelingen plaatsvinden van het ruimtebeslag van reclame-objecten ten koste van de vrije doorloopruimte voor voetgangers. Uitkomst kan zijn dat een aantal eenvoudig te verplaatsen reclame-objecten, zoals driehoeksborden, worden verplaatst.”
Een te zwakke maatregel. Wat is eenvoudig te verplaatsen? Waar de ruimte voor voetgangers belemmerd wordt kunnen drastische maatregelen niet uitgesloten worden. Ook al is er jaren eerder een vergunning verleend. De toegenomen voetgangersdrukke heeft nu eenmaal consequenties. Dan zijn voetgangers en rolstoelers belangrijker dan reclame. Dus ook mupi's moeten bijvoorbeeld verplaatst kunnen worden. Zoals in de vergunningen is gesteld, zijn ze toch tijdelijk.

Zoals opgemerkt in de zienswijze van de werkgroep Buitenreclame, kan digitale, maar ook analoge reclame lichthinder veroorzaken, voor verkeer, voor omwonenden en voor de visuele kwaliteit van de directe omgeving.

De mate van hinder zal afhankelijk zijn van tijdstip en locatie. Neem dit aspect daarom mee bij het schouwen. Zorg dan voor schouwers die op dat gebied goed opgeleid zijn.

Tenslotte

Het is vaker gesteld: dat iedere 6 seconden de beelden wisselen op digitale en analoge mupi's, draagt niet bij aan een rustiger straatbeeld. Wanneer heldere en donkere beelden elkaar zo snel afwisselen is ook sprake van lichthinder.

Er is nog een argument tegen die snelle beeldwisselingen. Digitale en analoge mupi's zijn geschikt voor boodschappen van bijzonder maatschappelijk belang. Daar gaan gemeente en aanbieder dan ook prat op.

Momenteel wordt door de digitale mupi's een mededeling uitgezonden over hulp aan kwetsbaren in deze Corona-tijd. Voor wie hulp nodig heeft of wie het wil bieden is er een telefoonnummer. Dan is 6 seconden veel te kort, tenzij je een fotografisch geheugen hebt. Om dan stil te blijven staan tot de onderbroekenreclames weer voorbij zijn, is echt teveel gevraagd. Wij nemen aan dat de gemeente betaalt voor dit soort "reclame". Bestelt u dan echt stilstaand beeld om de boodschap goed over te brengen.

Wij hopen dat onze zienswijze ertoe leidt dat het definitieve kader minder onduidelijkheden bevat, en dat u iets hebt aan onze aanbevelingen.

Met vriendelijke groet,
namens Wijkcentrum d'Oude Stadt,

