

Verordening van de raad van de gemeente Amsterdam tot wijziging van de Algemene Plaatselijke Verordening 2008 in verband met Het verbieden van fossiele reclame en vleesreclame

De raad van de gemeente Amsterdam,

gelezen het voorstel van raadsleden Van Pijpen en Bakker (VN2025-010987), gelet op artikel 149 van de Gemeentewet;

besluit:

Artikel I

De Algemene Plaatselijke Verordening 2008 wordt als volgt gewijzigd:

A

Artikel 4.10 wordt als volgt gewijzigd:

- a. Het eerste lid komt te luiden:
 1. In dit artikel wordt verstaan onder:
 - Reclame: het aanprijzen of de aandacht vestigen op diensten, goederen, activiteiten, doelstellingen of namen met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook;
 - Fossiele reclame: Reclame waarmee kennelijk wordt beoogd fossiele brandstoffen, vliegvakanties, vliegtickets, gascontracten, grijze stroomcontracten, cruisereizen of voertuigen met een brandstofmotor aan te prijzen;
 - Vleesreclame: Reclame waarmee kennelijk beoogd wordt producten aan te prijzen die gelet op hun uiterlijke verschijningsvorm, naam of enig ander kenmerk kennelijk geheel of gedeeltelijk bestaan uit dode dieren bedoeld voor menselijke consumptie.
- b. Het tweede lid komt te luiden:
 2. Het is de rechthebbende op een onroerende zaak verboden deze zaak of een daarop aanwezige zaak te gebruiken of te laten gebruiken voor het maken van reclame die vanaf de weg of vanaf een andere voor publiek toegankelijke plaats zichtbaar is en:
 - a. bestaat uit fossiele reclame of vleesreclame, tenzij het gaat om fossiele reclame of vleesreclame aan of in de directe nabijheid van het pand waar de producten of diensten worden aangeboden waar deze reclame betrekking op heeft of;
 - b. die niet toelaatbaar is.

Artikel II

De toelichting bij de Algemene Plaatselijke Verordening 2008 wordt als volgt gewijzigd

De toelichting op artikel 4.10 komt te luiden:

Het reguleren van reclame in het algemeen is nodig om ontsiering van het stadsbeeld en onevenredige hinder tegen te gaan als onderdeel van het beschermen van de kwaliteit van de openbare ruimte, en bij te dragen aan de verkeersveiligheid. De algemene regulering van reclame beoogt door middel van het toelaatbaarheids criterium in het tweede lid reclame te kunnen toetsen die niet onder de bouwregelgeving valt zoals contourverlichting, reclamevlaggen, langs de gevel hangende doeken, poppen, winkelwaren en andere reclame die een ongewenst stempel op de omgeving kunnen drukken.

De definitie van reclame is in het artikel ruimer dan in de begripsomschrijvingen in artikel 1 van de APV. Ook reclame-uitingen waarin gedachten of gevoelens zijn vervat vallen onder artikel 4.10 en er hoeft geen sprake te zijn van een commercieel oogmerk. Door middel van de facultatieve meldingsregeling wordt een verbod in strijd met de Grondwet voorkomen. De meldingen worden getoetst aan de belangen in het derde lid.

Voor het criterium 'ontsierend voor het stadsbeeld en afbreuk doend aan de kwaliteit van de openbare ruimte' is er een commissie van deskundigen, dit kan de welstandscommissie zijn die vergelijkbaar toetst als het gaat om beoordeling van aanvragen op basis van planregels uit het omgevingsplan. Het college kan het begrip 'ontsierend' verder invullen met toepassing van het vijfde lid.

In het bijzonder zijn fossiele reclame en vleesreclame verboden. Voor de invulling van de begrippen moet hierbij ook gedacht worden aan allerlei 'gemengde' reclame. Ook een reclame voor een reeks automodellen waarbij zowel fossiele, hybride als elektrische aandrijving mogelijk zijn valt onder fossiele reclame, ook reclame voor verschillende pizza's waar zowel vegetarische als vleespizza's tussen zitten is een vleesreclame.

Met het verbieden van dit type reclames levert de gemeente een lokale bijdrage aan het behalen van klimaatdoelstellingen die op landelijk en Europees niveau worden afgesproken. Ook de gemeente heeft een positieve verplichting om de gezondheid van inwoners te beschermen, ook in het kader van lange-termijn effecten zoals klimaatverandering. Reclame heeft substantiële invloed op het gedrag van mensen die aan reclame worden blootgesteld, waarbij het onwenselijk is dat reclames mensen stimuleren tot consumptie van producten en diensten die voortkomen uit een productieketen met negatieve klimaatimpact. Het aanbieden van de producten en diensten blijft vrij. De regels beogen ook niet lokale ondernemers het onmogelijk te maken hun etalages te benutten of een reclamebord voor de deur te zetten. Op de feitelijke bedrijfs- of verkooplocatie geldt daarom het verbod niet. Wel gelden de algemene reclameregels uiteraard ook wel op deze locaties. Voor de invulling van de reclame-uitingen in de buurt van het pand wordt aangesloten bij het beleidskader buitenreclame van de gemeente.

Artikel III

Deze verordening treedt in werking op 1 mei 2026.

Aldus vastgesteld in de raadsvergadering van 22 januari 2026

*De plaatsvervangend voorzitter
Kune Burgers*

*De raadsgriffier
Jolien Houtman*

Toelichting

Deze wijziging is toegelicht in het initiatiefvoorstel (VN2025-010987) van 9 januari 2026