Burgemeester en wethouders
Postadres Postbus 16200, 3500 CE Utrecht
Telefoon 14 030
www.utrecht.nl

Gemeente Utrecht

Aan de gemeenteraad

Behandeld door	Martijn Brouwers	**Datum**	17 juli 2026
E-mail	m.brouwers@utrecht.nl	**Kenmerk**	34208328
Type brief	Afdoeningsbrief	**Onderwerp**	Beantwoording toezeggingen en moties reclame
Bijlage(n)	1 (geheim)	**Beleidsveld**	Openbare ruimte

Geachte leden van de raad,

Uw raad heeft in de afgelopen periode op diverse momenten via moties en mondelinge vragen aandacht gevraagd voor het onderwerp reclame in de openbare ruimte. In deze brief zullen wij op de gedane toezeggingen terugkomen. We doen dit middels een update omtrent reclamebelasting, de A12 reclamemast en gokreclame.

Geheimhouding
We hebben op de bijlage ‘Reclameverbod’ permanente geheimhouding opgelegd op grond van artikel 87 van de Gemeentewet om redenen genoemd in artikel 5.1 lid 2 sub b van de Woo. Openbaarmaking kan de financiële belangen van de gemeente raken. De reclameconcessies moeten periodiek worden aanbesteed. Openbaarmaking van deze contract- en financiële informatie leidt tot andere aanbiedingen en strategisch gedrag bij toekomstige concessieprocedures, met lagere afdrachten en/of minder inschrijvingen tot gevolg.

1. Fossiele reclame
Wij delen de wens en intentie van de indieners van de motie om fossiele reclame te verbieden. Wij sturen hier ook al op in onze contracten. In de raadsbrief dd 25 maart 2025 hebben we de successen geschetst op het gebied van het weren van fossiele reclame in de verschillende contracten. Zo is in vier van de vijf lopende contracten fossiele reclame al volledig uitgesloten. We blijven ons inspannen voor een zo snel mogelijke uitfasering van fossiele reclame, ook voor het laatste contract. Uitfasering van fossiele reclame in dit laatste contract zal binnen afzienbare tijd ook geregeld zijn. Voor inhoud van dit contract verwijzen we naar de geheime brief van 26 juni 2023 met kenmerk 11360851. Het opnemen van het weren van fossiele reclame in de APV vinden wij nu onverantwoord, zoals ook reeds aangegeven tijdens de behandelingen van motie 185 – 2025 en motie 176 - 2026.

Onze reclamecontracten zijn via een aanbesteding tot stand gekomen, waarin we reclameverboden aan de voorkant hebben meegegeven. We zijn daardoor transparant aan de voorkant voor elke inschrijver: ze weten immers waarop ze inschrijven, waaraan ze zich moeten conformeren en we borgen de gewenste voorwaarden in de contracten. Door nu een extra verbod op te nemen, kunnen contractpartijen aangeven dat tussentijds de spelregels worden aangepast en zij mogelijk een andere inschrijving gedaan zouden hebben als de gemeente dit bij de uitvraag al had meegenomen.

De situatie in de gemeente Utrecht is anders dan bijvoorbeeld in de gemeente Den Haag, omdat daar het reclameverbod op fossiele reclame kort voorafgaand aan de nieuwe concessieovereenkomst voor A0-reclame is ingevoerd. (Potentiële) inschrijvers hebben met dit verbod in hun aanbieding rekening kunnen houden. De timing van het invoeren van een verbod in Utrecht is daarom niet vergelijkbaar met die in andere gemeenten.

Nieuwe regelgeving gaat doorgaans gepaard met een ruime overgangstermijn. Hier staat APV-regelgeving haaks op afspraken in een contract. Exploitanten hebben al bij de gemeente aangegeven mogelijke inkomstenderving (en dus schade) te ondervinden van een beperking opgelegd in de APV. Wij achten de kans daarom zeer reëel dat schadeclaims te verwachten zijn. Daarnaast vergt reactieve handhaving ook inzet. De gemeente heeft te maken met substantiële bezuinigingen, deze zijn ook deels geland op de uitvoering van toezichts- en handhavingstaken. We zien binnen de kaders geen ruimte om hierop te herprioriteren. Bovenstaande maakt dat hiermee middelen benodigd zijn om de motie uit te voeren en deze middelen ook niet beschikbaar zijn gesteld, de motie financieel ongedekt is. Met het oog op de financiële situatie kunnen we moties waar geen dekking wordt aangegeven niet uitvoeren. We blijven ons echter inspannen om ook zo snel als mogelijk in het laatste contract fossiele reclame te weren.

Daarnaast verwachten wij – op basis van ervaringen van de gemeente Den Haag en Amsterdam - in de toekomst ook dialoog over welke zaken er wel en niet of direct en indirect onder het verbod vallen. Verder kunnen minder legale reclamemogelijkheden leiden tot meer illegale plak en guerrilla marketing met als ongewenst gevolg vervuiling, hinder en overlast.

2. Gokreclame
Op 16 oktober 2025 hebben wij mondeling uw vragen beantwoord over gokreclame en toegezegd terug te komen of gok- en loterijreclames via de publieke weg verboden kunnen worden. Voor (online) gokbedrijven en houders van vergunningen, in de zin van de Wet op Kansspelen, geldt dat hun mogelijkheden voor het maken van reclame landelijk aan regels zijn gebonden. In artikel 4a van de Wet op de kansspelen zijn regels opgenomen over wervings- en reclameactiviteiten en ook in de op die wet gebaseerde regelgeving, zoals in het Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen, het Besluit ongerichte reclame kansspelen op afstand en de Beleidsregel verantwoord spelen 2024.

Specifiek als het gaat om de kansspelen op afstand (online kansspelen) geldt – op grond van artikel 2ab van het Besluit werving, reclame en verslavingspreventie kansspelen - dat vergunninghouders geen wervings- en reclameactiviteiten mogen ontplooien via, onder andere, een omroepdienst, in kranten, tijdschriften of waar te nemen in openbaar toegankelijke gebouwen of op een openbare plaats in de zin van artikel 1 van de Wet openbare manifestaties: een plaats die krachtens bestemming of vast gebruik openstaat voor het publiek. Met andere woorden: reclame voor online gokken is al niet toegestaan op billboards en abri’s, in bioscopen en cafés, etc.

Gokuitingen, zoals de vis die kortstondig op het Jaarbeursplein stond, zouden op dit moment alleen nog via een ingebruikname openbare grond een vergunning kunnen krijgen. Om deze route dicht te zetten lijkt de meest logische weg om een artikel in de APV toe te voegen waarin objecten met een commerciële uiting worden verboden. We schatten in dat dit kansrijk is al moeten er dan meerdere weigeringsgronden worden toegevoegd in de APV. Hierbij moet de kanttekening worden geplaatst dat er ook uitzonderingen moeten komen op dit verbod om te voorkomen dat de uitingen op uitstallingen en onze reclameobjecten (o.a. de reclameframes en bushokjes) onder ditzelfde verbod zouden vallen. Besluiten om deze aanvragen af te wijzen moeten zorgvuldig en goed gemotiveerd zijn. Objecten met een mening of gedachte blijven onder voorwaarden vergunningsvrij.

Conclusie
Gok- en loterijreclames zijn al gebonden aan landelijke wet- en regelgeving via de wet kansspelen. Er lijken mogelijkheden te zijn om in de APV een artikel toe te voegen waarin objecten met een commerciële uiting worden verboden. Echter moet de wijze waarop dit in de APV zou kunnen worden opgenomen nader juridisch onderzocht worden.

3. Reclamebelasting
Tijdens de behandeling van de programmabegroting op 13 november jongstleden hebben wij u in het kader van het verwerpen van motie 544 (tijd voor drastisch minder reclame) toegezegd om terug te komen op reclamebelasting. Reclamebelasting is de belasting op alle openbare aankondigingen (bijvoorbeeld billboards, lichtmastreclames, uithangborden, raamreclame en vlaggen) die zichtbaar zijn vanaf de openbare weg. In Utrecht kennen we geen reclamebelasting. In bijvoorbeeld Amsterdam, Nijmegen of Ede bestaat het wel. We heffen in Utrecht daarentegen wel precariobelasting; een directe belasting voor het hebben van voorwerpen onder, op of boven voor de openbare dienst bestemde gemeentegrond, bedoeld of genoemd in de verordening. Het is niet toegestaan om voor een belastbaar feit twee keer belasting te heffen; objecten waar precariobelasting voor wordt geheven kunnen niet ook worden belast voor reclamebelasting of andersom.

Kostenintensief
Een basisbeginsel is dat op het moment dat een belastbaar feit zich voordoet er belasting geheven moet worden. Er is op dit moment geen inventarisatie van alle openbare aankondigingen beschikbaar in Utrecht. Voordat er inzicht is in hoeveel aankondigingen vallen onder de reclamebelasting zouden alle vanaf de openbare weg zichtbare aankondigingen in beeld gebracht moeten worden. Zodra er een compleet beeld is gemaakt, kunnen de eventuele gewenste vrijstellingen hier pas uitgefilterd worden (bijvoorbeeld vanwege openbaar belang of aankondigingen kleiner dan 0,1m2). Deze inventarisatie zal periodiek, bij voorkeur maandelijks, bijgehouden moeten worden vanwege eventuele wijzigingen in aankondigingen en daarmee belastinggrondslag. Dit is een zeer arbeidsintensief en daarmee financieel kostbaar traject. Het enkel en alleen opleggen van belasting voor bijvoorbeeld reclamevitrines of een andere specifieke categorie is niet mogelijk in het kader van gelijkheidsbeginsel.

Gelijkheidsbeginsel – vrijstellingen
In beginsel is het niet toegestaan om groepen vrij te stellen van de belastingplicht. Zoals hiervoor genoemd is het wel mogelijk om bijvoorbeeld aankondigingen kleiner dan 0,1m2 uit te sluiten, vanwege efficiencyoverwegingen. Echter moet hierbij wel de kanttekening geplaatst worden dat hier zeer terughoudend mee om gegaan moet worden. De aankondigingen die wel mogen worden vrijgesteld van de reclamebelasting zijn aanduidingen van openbare gebouwen die daarmee een openbaar belang dienen (bijvoorbeeld een politiebureau), algemene bewegwijzering of aankondigingen die een charitatief belang dienen (bijvoorbeeld aankondiging voor collecte van de hartstichting). Het is niet mogelijk om nagenoeg iedereen vrij te stellen en alleen reclamebelasting op te leggen voor specifiek de gemeentelijke reclameobjecten (zoals de abri's, mupi's, digitale schermen e.d.).

Geografische afbakening
Het is mogelijk om reclamebelasting in een deel van de gemeente te heffen, mits dit goed en duidelijk onderbouwd is. Het afbakenen van het gebied mag niet resulteren in een onduidelijke en willekeurige heffing, dus vergt nader onderzoek. Er moet duidelijk een belangenafweging en voldoende motivering aan ten grondslag liggen. Deze belangenafweging moet aantonen hoe de belangen van de verschillende (groepen) belastingplichtigen zijn afgewogen. Uiteindelijk zal er een rechterlijke toets aan te pas komen om vast te stellen of de belastingverordening voldoende gemotiveerd en een zorgvuldige belangenafweging kent.

Conclusie
Het invoeren van reclamebelasting vergt inzet en gaat gepaard met substantiële extra kosten, zowel bij de invoering als de uitvoering. Deze nieuwe belasting zal ook de ondernemers extra raken. Voordat we kunnen concluderen of deze belasting daadwerkelijk kostenefficiënt uitgevoerd kan worden moet er een business case worden doorgerekend. Om dit te kunnen te doen moeten de kaders (uitzonderingen, afbakeningen en tarieven) ook indicatief worden meegegeven. Op dit moment zien we geen aanleiding om de invoering van reclamebelasting verder te onderzoeken.

4. Reclamemast A12

In de raadsbrief dd 25 maart 2025 hebben wij u al geïnformeerd over een nieuwe contractant voor de reclamemast. Het contract is gegund aan Ocean Outdoor Nederland B.V.. Het contract heeft een looptijd van 15 jaar zonder verlengingsopties. Zoals eerder vermeld zijn de volgende reclamevormen niet toegestaan:

- Alcohol
- Fossiele reclame (“niet toegestaan is reclame door bedrijven uit de kolensector, de olie- en gassector en de luchtvaartsector met de producten en diensten fossiele brandstoffen, vliegvakanties/vliegtickets, grijze stroom- en gascontracten, cruisereizen en auto’s met een fossiele of hybride brandstofmotor”)
- Alle vormen van gokken
- Vlees (“niet toegestaan is reclame voor producten bestaande uit hele of delen van (dode) dieren bedoeld voor menselijke consumptie”)

De Omgevingsvergunning is begin april verleend. De aanvraag is gepubliceerd en er zijn geen zienswijzen ontvangen. Na verlening van de vergunning bestond er nog een bezwaartermijn van zes weken. Er is geen bezwaar ontvangen. De exploitant verwacht dat begin 2027 de reclamemast er staat.

We hebben in onze gemeente nog een andere reclamemast. Deze reclamemast langs de A2 kent een looptijd tot en met 31-10-2034 en heeft de mogelijkheid om met 5 jaar te verlengen. Zodra het einde van de looptijd van de overeenkomst in beeld komt komen we vroegtijdig bij u terug over het vervolg.

Hoogachtend,
Burgemeester en wethouders van Utrecht,

de secretaris, de burgemeester,