



*bewonersraad*  
**GROOT WATERLOO**

p/a C. van Dijk, Nieuwe Amstelstraat 25, 1011 PL Amsterdam, secretaris.

**FAX NR: 0883610325 (3 pagina's)**

Aan:

Rechtbank Amsterdam

Afdeling Publiekrecht

Postbus 75850

1070 AW Amsterdam

Betreft: zaaknummer AMS19 / 3362 WABOA

Amsterdam, 23 september 2019

Geachte mevrouw / heer,

Vanuit Bewonersraad Nieuwmarkt / Groot Waterloo reageren wij op het beroep van JCDecaux Nederland BV. rond de omgevingsvergunning voor 28 digitale Mupi's in Stadsdeel Centrum. Op 10 april 2018 hebben wij hierover een bezwaarschrift ingediend vergezeld van een lijst van namen en handtekeningen van bewoners in het centrum.

Onze bezwaren van april 2018 staan nog steeds overeind en wij waren ook verheugd met het advies van de bezwaarschriften commissie en het besluit van Stadsdeel Centrum van 14 mei 2019 (in mandaat namens het College), om de aanvraag van JCDecaux voor tijdelijke vergunningen voor Mupi's met bewegende beelden alsnog te weigeren. Met plezier hebben wij dit 'gevierd' in een bijeenkomst van de Bewonersraad. Het tekent hoe bewoners van de binnenstad moe zijn van de overdadige invulling van onze openbare ruimte met reclameprikkels, en hoe we met afkeer zien dat onze mooie stad en onze woonomgeving wordt volgezet met Mupi's en met bewegende beelden. Bovendien staan deze Mupi's vaak pal naast monumenten en bij historische stadsgezichten. Het geldverdienmodel van JCDecaux overheerst op deze manier in de openbare ruimte van onze stad.

Wij waren ook verheugd over de intentie in het Coalitieakkoord om bewegende beelden niet toe te staan en over de motie Ernsting van 14 maart 2018 om bewegende beelden op Mupi's te verbieden. Het wordt inderdaad hoog tijd om de commercialisering van onze openbare ruimte een halt toe te roepen en het historisch karakter van onze binnenstad te waarderen en te koesteren. Het is belangrijk om de andere beleidskoers en voorwaarden voor buitenreclame goed neer te leggen in het beleid voor Stedelijk Kader Buitenreclame en Welstandsnota en vergunningen, want we zien dat JCDecaux alles aangrijpt om haar 'verdienmodel' van onze openbare ruimte voort te zetten en uit te breiden.

Bi het lezen van het beroepschrift van JCDecaux troffen we daarover onverbloemd voorbeelden: terugverdiene investeringen; angst om minder inkomsten te genereren. Met het oog op een goede ruimtelijke ordening ziet het bedrijf geen wezenlijk verschil tussen tijdelijke en permanente vergunningen voor digitale Mupi's: waarom mag het wel tijdelijk en niet permanent? .

Het bedrijf zoekt bewust de mogelijkheden voor meer reclames en bewegende beelden; zij wil elke keer een stapje verder gaan, past het soms al toe voordat er vergunningen zijn. Aan argumenten rond afbreuk voor het historisch karakter van de stad en onrust en grote lichtsterkte gaat zij voorbij met redeneringen als: beelden op digitale Mupi's kunnen bewegend zijn, maar dat hoeft niet; digitale Mupi's zijn flexibel; lichtsterkte kunnen we aanpassen en we hebben ervaring met andere Unesco-steden als Edinburgh en Praag. In de praktijk blijkt echter telkens dat JCDecaux streeft naar de volle winst, het volle gebruik van mogelijkheden. Zij eist ook van de gemeente een planologisch beeld en afwegingen voor iedere locatie van Mupi's.

Voor bewoners van de binnenstad is het pijnlijk om te zien en te ervaren dat onze gemeenschappelijke publieke ruimte wordt ingevuld en uitgebaat door een bedrijf dat een zwaar stempel zet op onze stad en met vele juridische stappen dat stempel wil vasthouden of uitbreiden. Wij kijken met enige jaloezie naar gemeenten als Genève, Sao Paulo en Stockholm die buitenreclames beperken. En er is een groot verschil tussen stilstaande reclamebeelden en alsmaar bewegende en digitale reclame zuilen, ook al ontkent JCDecaux dit.

Onderliggend in de beroepszaak tussen Gemeente Amsterdam en JCDecaux is de kernvraag: van wie is de stad, van wie is de openbare ruimte; voor wie is de stad, voor wie is de openbare ruimte? Als bewoners van Amsterdam is het antwoord duidelijk: de openbare ruimte is van en voor de Amsterdammers, de bewoners, de bezoekers. Onze gezamenlijke sfeer.

De openbare ruimte is niet van een bedrijf dat deze ruimte alleen ziet als verdienmodel, er een commercieel stempel op drukt en overall indringt in het stadsbeeld. Wie is gebaat bij digitale Mupi's? Bewoners, monumentenbeschermers, bezoekers, verkeersdeelnemers? Draagt het bij aan de kwaliteit van de openbare ruimte. de monumentaliteit van de binnenstad, het stadsgezicht, de cultuurhistorie, het gevoel van wat 'rust' in de openbare ruimte? We zoeken toch juist naar duurzaam stadsgebruik, naar minder consumeren, naar een leefbare stad, naar een gewaardeerd woon- en leefklimaat?

In het geschil tussen Gemeente Amsterdam en JCDecaux gaat het in wezen om de belangenafweging 'van wie en voor wie is de openbare ruimte van onze stad'.

In het Advies van de bezwaarschriftencommissie van de Gemeente Amsterdam worden de belangen van bewoners/bezwaarden serieus genomen. Het Advies gaat in op de punten van bezwaarden dat bewegende reclamebeelden op digitale Mupi's afbreuk doen aan het historisch karakter van de stad en aan de werelderfgoed status; de bewegende beelden benadelen de verkeersveiligheid, zorgen voor een onrustig straatbeeld. Bovendien betekent het uitvoeren van Motie Ernsting dat de belangen die door bezwaarden zijn aangevoerd van gelijke strekking zijn als de overwegingen van de Raad. Daarom adviseert de bezwaarschriftencommissie om een groter gewicht toe te kennen aan de belangen van de bezwaarden (waaronder dus Bewonersraad Nieuwmarkt / Groot Waterloo) dan het belang van de vergunninghouder (JCDecaux). Dit advies is dus door de Gemeente Amsterdam overgenomen.

En hier wringt de schoen. Want JCDecaux vindt haar belangen het grootst. Dit tekent de mentaliteit. "Het moeten weghalen van de Mupi's betekent het direct weghalen van de mogelijkheid van JCDecaux om inkomsten te genereren. Dit zwaarwegende belang wordt ten onrechte volstrekt niet op waarde geschat door het College en weggeschreven als een commercieel belang dat - zo lijkt het - per definitie het onderspit moet delven." (artikel 47 aanvullende beroepschrift).

Ook vindt JCDecaux de afweging gebrekkig: "Ook opvallend is de gebrekkige afweging van de belangen door het College op het punt van de weging van de bezwaren van de bezwaarmakers. De bezwaren omtrent verkeersveiligheid , woon- en leefklimaat en de verhouding tot de historische binnenstad worden zonder deugdelijke motivering gegrond bevonden." (artikel 48 aanvullend beroepschrift).

Dit is vreemd, Waarom moet het Gemeentebestuur, het College van BenW motiveren waarom ze deze bezwaren gegrond vindt? Ons stadsbestuur is er toch mede om het woon- en leefklimaat te bewaken, te zorgen dat onze historische stad in goede handen is? Dat is hun taak, hun inzet, het staat in het coalitieakkoord. JCDecaux draait dit echter om, zij vindt dat de Gemeente zich moet verdedigen, onderzoek moet doen naar aanvaardbaarheid van digitale Mupi's op alle 28 locaties met afweging van alle belangen, dus ook het belang van JCDecaux. Dit tekent wel dat het bedrijf vindt dat zij een geheel 'eigen' belang heeft. en dat de Gemeente overal moet aangeven wat de verhouding is tussen de Mupi's en het historische karakter van de omgeving. Een houding alsof JCDecaux het 'voortouw' heeft. Bovendien wil zij vergoeding van de schade die zij heeft geleden door minder reclame inkomsten.

Conclusie: als bewoners van de binnenstad onderschrijven wij dat de Gemeente (BenW, Raad, Stadsdeel Centrum) weer enigszins de regie terugpakt over inrichting en gebruik van onze openbare ruimte en het terugdringen van de opdringerige en bijna niet te vermijden reclamezuilen en digitale beelden. Zeggenschap over de openbare ruimte hoort ook bij de Gemeente te liggen, daar ligt het publiek belang, en niet bij een bedrijf dat onze openbare ruimte als verdienmodel uitbuit. Het verzorgen en exploiteren van de bus en trambokjes door JCDecaux draagt bij aan een verzorgde openbare ruimte. Het verder uitbouwen van het imperium naar digitale reclamezuilen draagt niet bij aan een gewenste openbare ruimte. Het contract met JCDecaux loopt nog enkele jaren, laten wij hopen dat het bedrijf niet verder doorgaat met proberen oprekken en uitbreiden van mogelijkheden

Wij zien uit naar verdere behandeling bij de Rechtbank en wij hopen dat we verschoond blijven van digitale Mupi's.

Wij steunen de Gemeente Amsterdam in het streven naar een stad waar het stadsschoon overheerst, de openbare ruimte niet verfrommeld wordt, waar bewoners en bezoekers met plezier de straten bevolken en waar niet de commercie overal overheerst.

Hoogachtend

namens Bewonersraad Nieuwmarkt / Groot Waterloo

w.g.

Marijke Storm