



Zaangażowanie Krakowian najlepszą reklamą uchwały krajobrazowej

2026-06-26

Nadmiernie wyeksponowane, chaotycznie rozmieszczone i w rozmiarze XXL - raziły nie tylko oczy i gusta, ale co ważniejsze, przystłaniały Kraków. Wielkie porządki reklam w przestrzeni miejskiej, bo o nich mowa, miały miejsce po wejściu w życie uchwały krajobrazowej w 2020 roku. Choć od tego czasu wiele zmieniło się na lepsze, porządkowanie miasta to proces długofalowy, w którym niezwykle ważne jest poczucie odpowiedzialności za wspólną przestrzeń.

Na straży zapisów uchwały krajobrazowej stoją urzędnicy z Wydziału Architektury i Urbanistyki UMK oraz Zarządu Dróg Miasta Krakowa (realizują uchwałę w pasach dróg publicznych i na terenach pozostających w zarządzie ZDMK), a także mieszkańcy, którzy systematycznie zgłaszają nielegalne reklamy.

Tylko w Wydziale Architektury, w 2024 roku takich zgłoszeń było 2776, w 2025 roku – 3477, a do połowy czerwca tego roku – już 1732. Warto dodać, że jedno zgłoszenie nie zawsze oznacza jedną wątpliwą reklamę. Bardzo często obejmuje ich kilka lub nawet kilkanaście.

– Kraków jest pod tym względem fenomenem. W żadnym innym polskim mieście nie ma tak zaangażowanej społeczności lokalnej. Rocznie otrzymujemy tysiące zgłoszeń możliwego naruszenia przepisów uchwały krajobrazowej, dla porównania w innym miastach jest ich kilkadziesiąt. To pokazuje, jak bardzo Krakowianie czują się odpowiedzialni za przestrzeń naszego miasta. Na co dzień widzą też efekty uchwały krajobrazowej, przez co czują sprawczość – podkreśla dyrektorka Wydziału Architektury i Urbanistyki UMK Domicela Strojna-Osiniak.

Widzę nielegalną reklamę. Co dalej?

Na pewno warto ją zgłosić. Najlepiej zrobić to poprzez specjalny [formularz internetowy](#). Jest bardzo intuicyjny i dostępny. – Mieszkańcy mogą w nim m.in. przesłać zdjęcie wątpliwej reklamy oraz dodać pinęzkę, aby precyzyjnie określić jej lokalizację. To bardzo usprawnia pracę urzędnikom – wyjaśnia Magdalena Bartnik, zastępczyni dyrektorki Wydziału Architektury i Urbanistyki UMK, opiekująca się pionem wydziału realizującym zadania związane z uchwałą krajobrazową.

„Detektywi” z Urzędu Miasta Krakowa

Następnie zgłoszenia są przypisywane konkretnym urzędnikom. W Wydziale Architektury i Urbanistyki UMK sprawdzaniem legalności reklam zajmuje się 25 osób. To prężnie działający zespół, w którym każdy ma przydzielony określony obszar naszego miasta – średnio 20 km².

– To trudna praca, wymagająca umiejętności analitycznych, dociekliwości, cierpliwości, opanowania i odporności psychicznej. Urzędnicy często pracują w terenie, zdarza się, że spotykają się z nerwowymi reakcjami przedsiębiorców i właścicieli reklam – wylicza Magdalena Bartnik.

Po zarejestrowaniu zgłoszenia, urzędnik udaje się na miejsce, aby sprawdzić, czy reklama nadal tam



jest, dokonać jej pomiarów i sporządzić dokumentację fotograficzną. Kolejnym krokiem jest ustalenie, kto ją umieścił w przestrzeni miasta. To jeden z najtrudniejszych etapów postępowania, bo często przypomina szukanie igły w stogu siana.

Na niektórych reklamach jest napisane, kto za nią odpowiada, ale nie jest to regułą. Urzędnicy sprawdzają więc w dostępnych rejestrach i bazach, czy dana reklama była gdzieś zgłoszona, czy zostało wydane odpowiednie pozwolenie. W tym celu kontaktują się m.in. z wojewodą, Powiatowym Inspektorem Nadzoru Budowlanego czy Wojewódzkim Konserwatorem Zabytków. Piszą też prośby o informacje wszędzie tam, gdzie można znaleźć jakiś ślad osoby lub firmy odpowiedzialnej za niezgodną z prawem miejscowym reklamę, na przykład do wspólnot mieszkaniowych czy właściciela budynku lub terenu.

Gdy ta detektywistyczna praca dobiega końca i udaje się ustalić potrzebne dane, urzędnicy informują pisemnie firmę lub osobę odpowiedzialną za reklamę o tym, że jest ona niezgodna z uchwałą krajobrazową. Wskazują też, jak należy ją dostosować do obowiązujących przepisów lub, jeżeli jest to niemożliwe, informują o konieczności jej usunięcia.

Reklamacje nie są przyjmowane

Większość właścicieli już na tym etapie decyduje się na zdjęcie reklamy lub wprowadzenie potrzebnych zmian. – Niektórzy proszą o dodatkowy czas na konieczne modyfikacje. Jeśli widzimy chęć i wolę współpracy, zawsze staramy się przychylić do takich próśb – wyjaśnia Magdalena Bartnik.

Jak dodaje, są jednak przedsiębiorcy i osoby prywatne, którzy uparcie trwają przy swoim. W takich przypadkach Wydział Architektury i Urbanistyki UMK wydaje decyzję o obowiązku usunięcia reklamy i zaczyna się naliczanie kary finansowej. Ma ona wymiar dzienny i zależy od wielkości nośnika. W 2026 roku wynosi 170 zł za 1 m² za każdy dzień od momentu odebrania zawiadomienia o wszczęciu postępowania do chwili zdjęcia reklamy. Łączne kwoty kar wahają się od kilku tysięcy do nawet pół miliona złotych.

Inne miasta obserwują Kraków

– Kraków pokazał, że można. Odmieniona przestrzeń naszego miasta stała się inspiracją i zachętą dla innych samorządów, aby wprowadzić podobne przepisy u siebie – mówi Domicela Strojna-Osiniak. Nikt jednak nie osiada na laurach. Krakowscy urzędnicy o uchwale krajobrazowej rozmawiają m.in. z przedstawicielami Warszawy, Łodzi, Szczecina, Poznania, Koszalina czy Grodziska Mazowieckiego. Biorą także udział w konferencjach i debatach na ten temat. – Chodzi o wymianę doświadczeń oraz wypracowanie skutecznych rozwiązań, tak aby uchwała krajobrazowa jak najlepiej spełniała swoją funkcję – podkreśla dyrektorka Wydziału Architektury. Jest to konieczność, bo branża reklamowa cały czas się zmienia, a przedsiębiorcy wyszukują coraz to nowe sposoby, aby obejść niewygodne dla nich przepisy.

Wszyscy chcemy się tu czuć dobrze

Dlatego tak istotne są edukacja i... czas, bo porządki przestrzenne to proces długofalowy. – Aktywność



**Magiczny
Kraków**

Krakowian w zgłaszaniu przypadków naruszania przepisów uchwały krajobrazowej pokazuje, że traktują oni przestrzeń miejską jako dobro wspólne, przez co są wyczuleni na niezgodną z prawem ingerencję w przestrzeń publiczną – mówi Magdalena Bartnik. Rosnąca świadomość społeczna wpływa także na nastawienie przedsiębiorców do tych przepisów.

- Uchwała krajobrazowa jest pewnym ograniczeniem prawa własności i wymaga kompromisu, jednak bardzo liczymy na to, że z czasem jako społeczność przyzwyczaimy się do tego, że odpowiedzialność za przestrzeń to nasz wspólny obowiązek, a zarazem prawo. Wszyscy chcemy się czuć dobrze w Krakowie – podsumowuje wicedyrektorka Wydziału Architektury i Urbanistyki UMK.