

Onderwerp

Uitgangspunten voor aanpassingen en aanbestedingen reclame in de openbare ruimte

Datum	Naam en telefoon
maart '25	G. Derks, 14 0412
Afdeling	Portefeuillehouder
IBOR	D. Warris

Wat adviseer je te besluiten?

Definitief een besluit te nemen over uitgangspunten voor aanpassingen en aanbestedingen reclame in de openbare ruimte ter bevestiging van het voorgenomen besluit van 3 december 2024, te weten:

- 1) Voor de invulling van het aanbod aan buitenreclame in te stemmen met scenario D uit bijlage 1 te weten:
 - a. Het door aanbesteding vervangen vanabri's met analoge reclamevitrine
 - b. Opheffen van de DatisOss-evenementenborden
 - c. Opheffen van de tijdelijke (driehoeks)reclameborden bij lichtmasten
 - d. Opheffen van de stadsplattegrondkasten
 - e. Het door aanbesteding plaatsen van vrijstaande reclamevitrites met analoge uitingen (ledverlichting)
 - f. Het door aanbesteding plaatsen van vrijstaande reclamevitrites met statische digitale uitingen (LEDschem)
 - g. Het door aanbesteding plaatsen van A0-reclamedisplays (onverlicht) aan lichtmasten
- 2) Voor deabri's te kiezen voor continuering van het huidige concessiemodel, zijnde niet alleen het beheer, onderhoud en exploitatie van deabri aan te besteden maar ook de aanschaf en plaatsing;
- 3) Met de keuze voor dit scenario D in principe medewerking te verlenen aan het plaatsen van reclamevitrites met statische digitale uitingen (LEDschem);
- 4) Voor de A0-reclamedisplays gewijzigde regels vast te stellen voor welke type uitingen het gebruik gratis is, zoals weergegeven in bijlage 2
- 5) Met bijgevoegde raadsinformatiebrief (bijlage 5) de raad te informeren.

Wat is de aanleiding voor dit advies?

De contracten voor het beheer & onderhoud en exploitatie van deabri's (bushokjes), de stadsplattegronden en de plaatsing van posters op de DatisOss-evenementenborden lopen af. We hebben dit moment gebruikt om breder te kijken naar reclamedragers in onze openbare ruimte. Zo is er bijvoorbeeld behoefte om de huidige werkwijze voor het gebruik van de tijdelijke (driehoeks)reclameborden bij lichtmasten te heroverwegen. Ook vanwege de financiële taakstelling is het nodig om opnieuw het aanbod van reclamedragers te bekijken. Voordat we de benodigde aanbestedingsprocedures en aanpassingen starten, leggen we de uitgangspunten opnieuw aan u voor. Op 7 mei 2024 nam u namelijk hierover al een besluit. Vervolgens heeft de raad op 4 juli 2024 de motie "pas op de plaats met lichtreclame" aangenomen. Het gevolg hiervan is dat we de

aanbestedingen nog niet startten, om eerst het gesprek met de raad te kunnen voeren zoals de motie vraagt. In een technisch overleg op 14 november is ambtelijk het oorspronkelijke voorstel van 7 mei toegelicht. Dit omdat het best veelomvattend is met veel details. Op 3 december 2024 nam u een voorgenomen besluit. Op basis hiervan heeft de portefeuillehouder op 9 januari 2025 het gesprek gevoerd met de opiniecommissie Sociaal Bestuurlijk. Dit past bij de wens van de motie. Met dit onderhavige voorstel kunt u een definitief besluit nemen. De wijzigingen als gevolg van het gesprek op 9 januari zijn tekstueel van aard. Dit is terug te vinden in bijlage 2 en samenvattend weergegeven in de informatiebrief aan de raad (bijlage 5).

Tevens heeft afstemming met afdeling Burgerzaken plaatsgevonden. Dit onderhavige voorstel past bij het concept plakbeleid verkiezingen, wat met een apart voorstel op een later moment aan u wordt voorgelegd.

Aan welke opdracht draagt dit advies bij?

Dit advies draagt bij aan een schone, hele, veilige, duurzame, fraaie en functionele openbare ruimte die aansluit bij de behoeften van de vier B's (Bewoners, Bedrijven, Bezoekers en het Bestuur van Oss).

Tevens geeft dit advies invulling aan de opdracht in de Programmabegroting om meer inkomsten te genereren met reclameopbrengsten.

Welk resultaat willen we bereiken?

Op een efficiënte manier de buitenreclame organiseren. Dit willen we bereiken met een integraal pakket van reclamedragers. Het voorstel voor vernieuwing is gekoppeld aan het gedeeltelijk opheffen van bestaande reclamedragers. In bijlage 1 staat dit schematisch weergegeven.

Concreet willen we:

1. Gemeentelijke uitingen kunnen plaatsen;
2. Met gemeentelijke uitingen kunnen inspelen op de actualiteit (waaronder calamiteiten en crisissituaties);
3. Organisatoren van evenementen ruimte bieden om te plaatsen;
4. Lokale niet commerciële evenementen gratis ruimte bieden;
5. Meer inkomsten genereren;
6. De gemeentelijke organisatie ontzorgen;
7. Meer uniformiteit en een kwaliteitsslag van de openbare ruimte.

NB. De nummering is geen prioriteitsvolgorde.

Welke argumenten zijn er voor dit advies?

- 1.1. *Met dit scenario D bereiken we alle gewenste doelen.*

Op basis van de mogelijke combinaties van verschillende reclamedragers zien wij vier scenario's. Elk van deze scenario's draagt bij aan één of enkele gewenste doelen. Het scenario D draagt bij aan alle doelen. Zo genereren we inkomsten en behouden we de benodigde uitingsmogelijkheid voor

gemeente en niet commerciële evenementen. We ontzorgen de gemeentelijke organisatie. Dit omdat de coördinatie, administratie en uitvoeringstaken rondom de DatisOss-borden en de tijdelijke (driehoeks)reclameborden vervallen. Ook verbetert de kwaliteit van de openbare ruimte.

1.2. Dit scenario is het totaalpakket

De meerwaarde zit in de combinatie van nieuwe reclamedragers die "oude" reclamedragers vervangen. We kiezen voor één "familie" van reclamedragers: de reclamevitрины in deabri's, de vrijstaande reclamevitрины en de A0-displays vertonen onderlinge gelijkenissen. Dit zorgt voor een uniforme professionele uitstraling en beperkt de verrommeling van de openbare ruimte. De evenementenborden "DatisOss" passen daar niet meer bij. Ook de stadsplattegrondkasten en de tijdelijke (driehoeks)reclameborden gaan vervallen. Dit heeft daarnaast de volgende redenen:

- Stadsplattegrondkasten:

Dit contract loopt af. Voor de uniformiteit en de tegenwoordig beperkte meerwaarde van een analoge plattegrond kunnen deze vervallen. Indien op een prominente locatie alsnog een stadsplattegrond gewenst is dan kan dit op één zijde van een te plaatsen reclamevitrine.

- Tijdelijke (driehoeks)reclameborden:

Om meer inkomsten te genereren is het alleenrecht voor de exploitant van de te plaatsen A0-displays nodig. Het behouden van de (driehoeks)reclameborden is niet mogelijk als we kiezen voor het laten exploiteren van de A0-displays.

- DatisOss-Evenementenborden:

Deze borden staan op een zichtlocatie. Het laten vervallen van deze borden biedt de toekomstige exploitant aantrekkelijke locaties voor de toekomstige nieuwe (vrijstaande) reclamevitрины. Dat betekent dat als de DatisOss-borden zouden blijven staan, de kans groot is dat de aanbesteding van de reclamevitрины niet aantrekkelijk meer is. Dit zou ten koste gaan van de inkomsten die nodig zijn voor de financiële taakstelling. Reclamevitрины en A0-displays zijn bovendien beter zichtbaar dan de onverlichte (en niet door koplampen aangestraalde) DatisOss-borden. De evenementen die deze DatisOss-evenementenborden gebruikten, hebben de A0-displays als alternatief. Deze hebben een groter spreidingsgebied en bereik. Bovendien loopt ook dit contract af en vervalt de 0,2 fte interne capaciteit. Het budget voor stadspromotie kunnen we inzetten voor andere efficiëntere vormen van stadspromotie. Met het budget was het mogelijk om de reclame-uiting op de DatisOss-borden vierwekelijks te wisselen. Het is echter gebleken dat na 1 tot hooguit 2 weken de aandacht en attentiewaarde weg is.

2.1. Het voorgestelde concessiemodel voor deabri's is voortzetting van de huidige werkwijze

Eenabri heeft een publiek belang als overdekte bushalte. Echter vanwege de reclame is het gebruikelijk dat deabri in zijn geheel wordt geëxploiteerd door een commerciële partij. Het huidige contract is ook gebaseerd op het uitbesteden van aanschaf, plaatsing, beheer, onderhoud en exploitatie. Hierdoor hebben we geenabri's in eigendom en geen verantwoordelijkheid voor bijvoorbeeld schoonmaak of schadeherstel. Er staan nu 42abri's en er komen er ongeveer 30 terug (vanwege eerder opgeheven bushaltes).

Met het stellen van ontwerpeisen aan het uiterlijk van de nieuwe abri hebben we invloed op welk type abri (uitstraling en materialisatie) geplaatst gaat worden.

3.1. Conform het reclamebeleid in "Samen bouwen aan een mooi Oss – Nota uiterlijk van bouwwerken Oss 2020" (voorheen welstandsnota) leggen we het voorstel voor het toepassen van vrijstaande reclamevitruines met digitale uiting (LEDschermb) ter beoordeeling aan u voor.

We vragen uw principemedewerking zodat we de vrijstaande reclamevitruines met statische digitale uitingen (LEDschermb) mee kunnen nemen in de aanbesteding. Hiermee willen we bereiken dat een toekomstige vergunningsaanvraag die volgt uit de te starten aanbestedingsprocedure, verleend kan worden. Een bedrijf moet vooraf weten welke reclamedragers mogelijk zijn om een goede aanbieding te kunnen doen. Het gaat over maximaal 9 (nader te bepalen) locaties. Het voordeel van een reclamevitruine met LEDschermb ten opzichte van een reclamevitruine met analoge uiting is de mogelijkheid om deze op afstand te programmeren en in te spelen op de actualiteit (waaronder calamiteiten en crisissituaties). In de aanbesteding nemen we op dat de gemeente 10% van de beschikbare tijd op de digitale reclamevitruines gratis mag gebruiken.

In de aanbesteding leggen we verder vast dat de LEDschermen geen bewegende beelden of animaties gaan bevatten.

4.1. We moeten duidelijk aangeven welke partijen/evenementen gratis gebruik mogen maken van de toekomstige A0-displays en welke niet

Van de ongeveer 200 nieuwe vaste A0-displays moet de exploitant zo'n 90 locaties permanent (gratis) beschikbaar hebben voor gemeentelijke uitingen en lokale niet commerciële evenementen. Overigens kunnen dit, afhankelijk van de vraag, steeds wisselende locaties zijn. De toekomstige exploitant coördineert de aanvragen en de planning en regelt de plaatsing. Daarom heeft hij duidelijke regels nodig over wanneer er sprake is van betaalde en wanneer van gratis reclame. Het bijgevoegde document voorziet hierin. Dit is op basis van ervaringen van eerdere jaren opgesteld. We vinden het hierbij belangrijk dat de A0-displays gratis beschikbaar blijven voor het stimuleren van lokaal ontmoeten en citymarketing.

Op hoofdlijnen zijn de volgende uitingen gratis:

1. Het is een niet-commercieel evenement in de gemeente Oss
2. Het is een bijzondere niet-commerciële actualiteit in de gemeente Oss (zoals een bijzondere prijs of een jubileum van grote Osse organisatie)
3. Het is een campagne van of namens de gemeente Oss over maatschappelijke thema's (zoals schuldhulpverlening, afval, energietransitie) of een oproep om te gaan stemmen bij de verkiezingen.
4. Het is een politieke partij die deelneemt aan de gemeenteraadsverkiezing of de Provinciale Staten / Waterschapsverkiezing, alleen in de periode twee weken voor deze verkiezingen.
5. Het is een commercieel evenement of activiteit dat we in het kader van citymarketing willen stimuleren (zoals een culturele organisatie met een voorstelling speciaal voor Oss, of een seizoenoverzicht van de activiteiten van een culturele organisatie of een organisator van sportevenementen).

Niet gratis zijn alle overige organisatoren van evenementen en activiteiten. In ieder geval:

1. Commerciële evenementen
2. Organisaties die een evenement organiseren dat niet speciaal door of voor Oss is (en daarmee geen bijdrage levert aan citymarketing). Zoals culturele organisaties die een voorstelling willen aankondigen of organisatoren van sportevenementen die een wedstrijd willen aankondigen.
3. Onderwijsinstellingen en sport- en dansscholen
4. Deelnemende politieke partijen bij landelijke en Europese verkiezingen
5. Politieke partijen die 'door het jaar heen' willen adverteren (niet twee weken voorafgaand aan de verkiezingen)
6. Politieke partijen die extra willen adverteren (méér dan de toegewezen gratis borden die twee weken voorafgaand aan gemeenteraadsverkiezingen of Provinciale Staten – Waterschapsverkiezingen beschikbaar zijn)

Voor de volledige voorwaarden en voorbeelden zie bijlage 2: Uitgangspunten en voorwaarden voor (gratis) gebruik van de A0-displays.

5.1. Hiermee geeft u een terugkoppeling aan de raad

Duidelijk is dat een aantal partijen haar zorgen heeft uitgesproken over de verlichte objecten in relatie tot de motie "stop de verlichting". De (gratis) ruimte voor niet commerciële evenementen en de lokale/provinciale verkiezingen werd positief ontvangen. Ons inziens noodzaakt de input van de opiniecommissie ons niet om het voorgenomen besluit inhoudelijk aan te passen. Wel is in bijlage 2 tekstueel een korte nadere toelichting toegevoegd. De punten waar de portefeuillehouders in de vergadering van 9 januari bij de afronding specifiek op in zijn gegaan, zijn toegelicht in de informatiebrief aan de raad.

Wat zijn kanttekeningen, tegenargumenten of risico's?

1.1. Voor het laten vervallen van de tijdelijke (driehoeks)reclameborden bij lichtmasten moet de APV aangepast worden

In de APV staat de mogelijkheid om een melding te doen voor (driehoeks)reclameborden. Als we dit niet schrappen, dan kan een derde alsnog een "los" bord plaatsen. Vanwege het benodigde alleenrecht t.b.v. de exploitatie van A0-displays kunnen we dit niet meer toestaan. Dit betekent dat een aanpassing van de APV te zijner tijd noodzakelijk is.

1.2. De alternatieven zijn beperkt

In bijlage 2 staan naast het voorkeursscenario D ook de scenario's A, B, en C. Deze zijn allen mogelijk. Keuze voor één van deze scenario's betekent dat niet alle doelen worden behaald. Buiten deze scenario's is het af te raden om 'losse' keuzes te maken. Dit omdat de verschillende reclamedragers invloed op elkaar hebben (welke type uiting past op welke reclamedrager, wat is een commercieel aantrekkelijke combinatie etc.).

2.1. Het alternatief is dat de gemeente de abri's zelf aanschaft en plaatst

In dat geval richt de aanbesteding zich alleen op beheer, onderhoud en exploitatie van de abri en de reclame. Wij zien echter geen meerwaarde in het zelf bezitten (en plaatsen) van abri's. Bovendien zou dit betekenen dat de gemeente in financiële zin moet voor investeren in de aanschaf, wat we op dit moment niet hebben begroot.

3.1. U krijgt nog een apart voorstel voorgelegd voor het bepalen van de exacte locaties voor de vrijstaande reclamevitruines met digitale uiting (LEDscherf)

Na de aanbestedingsprocedure moet het geselecteerde bedrijf een omgevingsvergunning voor de reclamevitruines aanvragen. Dit bedrijf doet dan een voorstel voor de exacte locaties. Deze toetsen we aan het bestemmingsplan waarna stedenbouw, verkeer en gebiedsbeheer adviseren. Voor de reclamevitruines met digitale uiting (LEDscherf) legt de afdeling VTH dit nog aan u voor.

4.1 In de nieuwe situatie kunnen diverse partijen zoals commerciële bedrijven en commerciële evenementen geen gebruik meer maken van de gratis A0-displays.

Nu we de regels voor gratis gebruik van de A0-displays hebben bepaald, betekent dit dat sommige aanvragers uit het verleden niet meer gratis mogen adverteren. Zij kunnen in de nieuwe situatie alleen gebruik maken van de A0-displays voor het commerciële tarief.

Overigens huurt een deel van deze organisatoren nu al zelf een bedrijf in voor het laten maken en plaatsen van de huidige (driehoeks)reclameborden. Dit betekent dat zij nu ook al kosten maken voor dit soort reclame.

Voor de politieke partijen geldt:

- Reclame voor de verkiezingen (oproep tot stemmen) is 'voor rekening' van de gemeente en kan opgenomen worden in de gratis reclameruimte van de gemeente;
- Reclame / promotie voor een politieke partij is voor rekening van de betreffende partij, met uitzondering van de beschikbaarheid van totaal 90 borden gedurende twee weken voorafgaand aan de gemeenteraadsverkiezing en de Provinciale Staten – Waterschapsverkiezing voor deelnemende partijen;
- Voor het gebruik van de plakborden wordt een plakbeleid opgesteld en apart aan B&W voorgelegd.

4.2. Het uitbesteden van het beheren en organiseren van de uitingen op de A0-displays is een nieuwe werkwijze

De toekomstige exploitant gaat de werkzaamheden overnemen van de gemeente. Met de voorwaarden in de bijlage hebben we onze ervaring van de afgelopen jaren zo goed mogelijk weergegeven en vastgelegd. Het voorstel is om dit jaarlijks te evalueren.

Waar moeten we rekening mee houden?

a. Financiën

De aanbesteding van de abri's, de A0-displays en de vrijstaande reclamevitruines levert inkomsten op. De exploitant betaalt de gemeente periodiek een bedrag voor het mogen verhuren van de betreffende reclameruimte. Dit betekent ook dat de gemeente geen investeringen hoeft te doen. Zo kopen en onderhouden/repareren we zelf geen objecten zoals abri's, displays en borden. In de begroting is al rekening gehouden met een extra opbrengst van € 20.000. Deze opbrengst is de afgelopen jaren nog niet gerealiseerd.

Met het voorgestelde scenario D verwachten we dat we deze taakstelling van € 20.000,- extra inkomsten per jaar gaan realiseren. Dit is uiteindelijk afhankelijk van de uitkomsten van de aanbesteding.

In bijlage 3 vindt u ter informatie een financieel overzicht.

b. Informatiebeveiliging en Privacy

Niet van toepassing

c. Communicatie

Na de aanbesteding informeren we evenementenorganisatoren over de veranderingen. We zorgen dat ook politieke partijen op de hoogte worden gesteld van de nieuwe regels omtrent het gebruik van de A0-displays.

d. Uitvoering

Na uw definitief besluit starten we de aanbesteding voor 1. de abri's en de vrijstaande reclamevitruines en 2. de A0-displays.

e. Overlegd met

Het oorspronkelijke voorstel van 7 mei 2024 is overlegd met:

COMM – T. Verploegen- Vrensen

LWE – M. Berkers

VTH – J. vd Heuvel, B. Velthaus, B. Theunisse

JZ – R. Brauwers

IBOR – L. van Heist, W. van Oorschot, M. Renders

F&C – R. Arts

De wijzigingen in het voorstel van 3 december 2024 (inhoudende uitgangspunten en voorwaarden m.b.t. de verkiezingscampagnes) en dit voorstel zijn overlegd met:

COMM – T. Verploegen- Vrensen

VTH – B. Theunisse

BURGZ – N. Moerenhout

IBOR – M. Renders

Bijlagen

Bijlage 1: Visualisatie scenario's reclaimedragers

Bijlage 2: Uitgangspunten en voorwaarden voor (gratis) gebruik van de A0-displays

Bijlage 3: Financiën (NIET OPENBAAR)

Bijlage 4: Sheets presentatie technisch overleg 14 nov. 2024

Bijlage 5: Informatiebrief voor de raad

Samenvatting (=korte inhoud)

Het college neemt een besluit over de uitgangspunten voor het aanbesteden en gebruik van diverse type reclamedragers in de openbare ruimte. Dit vervangt het eerdere besluit van 7 mei 2024. Als gevolg van de motie "Pas op de plaats met lichtreclame" heeft het college het besluit heroverwogen en wat betreft de mogelijkheden voor verkiezingscampagnes aangepast. Ook is in het kader van de motie op 14 nov. 2014 een technisch overleg gehouden over dit dossier en is een gesprek gevoerd met de opiniecommissie op 9 januari 2025. Het besluit gaat over het vervangen van abri's (bushokjes) en het opheffen van de DatisOss-evenementenborden, tijdelijke (driehoeks)reclameborden bij lichtmasten en de stadsplattegrondkasten. Ook komen er nieuwe vrijstaande reclamevitruines, deels met LED-scherm, en nieuwe A0-displays aan lichtmasten. Voor deze laatste categorie neemt het college een besluit over regels over het gratis en betaald gebruik. De wijzigingen zijn nodig vanwege het aflopen van diverse contracten. Ook bereiken we hiermee een kwaliteitsslag in de openbare ruimte. Tenslotte ontzorgt het de gemeentelijke organisatie en genereren we hiermee meer inkomsten uit buitenreclame. Binnenkort start de aanbesteding voor enerzijds de abri's en vrijstaande reclamevitruines en anderzijds de A0-displays aan de lichtmasten. De gemeente zorgt dat evenementenorganisatoren en andere belanghebbenden t.z.t. worden geïnformeerd over de nieuwe mogelijkheden en werkwijze.