

Agendapunt 9: Digitale reclame in wachthuisjes van de tram

Behandelend ambtenaar: 5.1, 2, e ; 5.1, 2, e

Kernboodschap

Geef kernachtig aan waar het stuk over gaat, wat de raad moet besluiten/weten, voor wie dit besluit gevolgen heeft (maatschappelijke organisaties/bedrijven etc.).

Aandachtspunten:

- Het moet in één oogopslag duidelijk zijn wat de WH moet vertellen aan de commissie/raad;
- Schrijf in heldere en niet te beleidsmatige taal. De tekst moet begrijpelijk zijn voor de burger (spreektaal);
- Schrijf vanuit het perspectief van de WH (ik-vorm);
- Voorkom dat de annotatie een letterlijke kopie is van de voordracht, maar geef een kernachtige weergave van de essentie.

Roterend beeld opabri's is op basis van de overeenkomst uit 2012 niet toegestaan. Hier is geen specifieke uitspraak gedaan over het wisselen van het beeld op een andere manier dan roteren en geen uitspraak gedaan over analoog of digitaal.

In 2020 is het Beleidskader Buitenreclame vastgesteld waarin het digitaliseren van reclame mogelijk wordt gemaakt, mits het beeld minimaal 6 seconden stil staat. In lijn met dit beleid geeft het college deze ruimte ook binnen het contract met JCDecaux voor zowel de mupi's als deabri's op vijf locaties. Als het maar geen bewegende beelden te zien zijn.

De stad verandert, waardoor ook de exploitatiemogelijkheden voor JCDecaux veranderen. Dit heeft soms positieve en soms negatieve gevolgen voor JCDecaux. Doordat het beleidskader meer toestaat dan het contract is

Politieke gevoeligheden

Wat is er gedeeld met de raad/commissie over dit onderwerp en wat zijn/waren de gevoeligheden, vragen en discussiepunten? Geef ook aan of er iets in het nieuws is geweest, en hoe hierop door raadsleden, bewoners en andere belanghebbenden is gereageerd. Geef eventueel aan of er raadsadressen zijn binnengekomen over dit onderwerp.

Annotatie voor wethouder Van der Horst bij de agenda van de Commissie Mobiliteit, Openbare Ruimte en Water

- Bij het uitgaan van de brief heeft op 24 oktober een artikel op Telegraaf.nl gestaan waarin gesproken wordt van een linkse meerderheid die boos is om een 'coup' met digitalisering van bushaltes. In het artikel komen aan het woord: Lid Veldhuyzen (De Vonk), een Amsterdammer strijdend tegen alle reclame in de stad en de directeur van JCDecaux.

- Het lid Veldhuyzen (De Vonk) heeft ook schriftelijke vragen gesteld om een nadere toelichting te krijgen. De vragen zijn beantwoord en bijgesloten bij het agendapunt. Uit de vragen kan worden opgemaakt dat het raadslid tegen de digitale schermen is en deze graag ziet verdwijnen. Dit zal moeilijk gaan binnen de huidige overeenkomst. Voorafgaand heeft het lid nog technische vragen gesteld. Vragen en beantwoording op pagina 3.

Uiteindelijk is deze keuze voor het toestaan van digitaal inabri's gemaakt om uit de discussie te komen en duidelijkheid te hebben voor de verdere looptijd van het lopende contract.

Mogelijke toezeggingen achter de hand

Tijdens de bespreking in de raad/commissie kan gedurende het debat blijken dat het nodig is dat de wethouder aan de raad toezegt iets nader te zullen onderzoeken of ergens later op terug te komen. Ook kan het voorkomen dat ze om een inhoudelijke toezegging wordt gevraagd, bijvoorbeeld om verder te gaan in maatregelen dan dat ambtelijk voorgesteld wordt.

Geef aan op welk gebied het wel, maar vooral ook wanneer het niet wenselijk is om toezeggingen te doen over dit onderwerp en wat de reden hiervan is. Als de bespreking in de raad/commissie hierom vraagt kan de wethouder hier mogelijk gebruik van maken.

NB: Uiteindelijk kiest de wethouder of ze hier wel/geen gebruik van maakt.

Als de gemeenteraad digitale reclame inabri's onwenselijk vindt kan dit worden opgenomen in de volgende beleidsactualisatie. Dit is niet direct van toepassing op alle digitale schermen in de stad. Dit gaat in overleg met de contractpartij.

Het is wel in zijn geheel van toepassing na een aanbesteding en bij een nieuw contract per 2029. Dit kan echter wel financiële gevolgen hebben door een mogelijk lagere afdracht.

Politieke Q&A:

Let op: deze komen niet in dit format, maar volgen in de week van de commissie. Vragen en antwoorden worden centraal verzameld.

Technische vragen van lid Veldhuyzen (De Vonk)

- **Wat zijn reclamevrije abri's en hoeveel abri's zijn er - sinds wanneer - reclamevrij?**

Reclamevrije abri's zijn wachthuisjes voor het openbaar vervoer die wel ruimte hebben voor reclame in een +/- 2m2 zuil, maar waarin geen reclame in opgehangen worden. In deze ruimte hangt meestal niets of bijvoorbeeld een culturele uiting. Op dit moment zijn rond de 126 abri's vrij van reclame. Sinds 2017 hebben we al reclamevrije abri's en dat aantal neemt telkens een beetje toe.

- **In de beantwoording van onze SV staat het volgende: "Het college heeft dit lang afgehouden, maar JCDecaux bleef, ook op basis van het vastgestelde beleid, hierom verzoeken en ondersteunde de mogelijkheid middels een brief van hun advocaat." Wat zijn de precieze motieven van het college dat het college dit lang heeft afgehouden? En wat zijn de redenen waarom de gemeente uiteindelijk toch overstag is gegaan?**

Op basis van het initiële contract moeten de schermen in de abri's statisch en niet roterend zijn. Het college vond dat voldoende grond om vast te houden aan het niet digitaliseren van de abri's. Een digitaal scherm trekt in principe meer de aandacht dan een analogo scherm. Het college is niet overstag gegaan met het gehele verzoek van JCDecaux om te mogen digitaliseren op alle abri's in de stad. Om een rechtszaak te voorkomen en JCDecaux een compensatie te kunnen bieden door andere beleidsontwikkelingen (zie brief) heeft het college zich, bij wijze van goed contractpartnerschap, toegelegd om het komen tot een afspraak waar beide partijen zich in konden vinden.

- **Zijn er vanuit het college beslissingen gemaakt waar de raad nog niet van op de hoogte is i.r.t. JCDecaux sinds 4 juli 2024, zo ja, welke?**

Nee

- **Heeft het college juridisch advies ingewonnen over - vraag 9 - en zo ja, wat luidde dit advies?**

Het college heeft advies ingewonnen over vraag bij een juridisch adviseur binnen Verkeer & Openbare Ruimte. Dit advies luidde:

'De Mededingingswet bevat geen bepalingen over het tussentijds wijzigen van overeenkomsten. In de Aanbestedingswet zijn daar wel bepalingen over opgenomen, meer specifiek in Hoofdstuk 2.5, dat volgens de schakelbepaling in artikel 2a.53 van overeenkomstige toepassing is op concessieopdrachten. Volgens de bepalingen in dit hoofdstuk zijn wijzigingen van aanbestede (concessie)opdrachten in bepaalde gevallen mogelijk.'

- **Hoe zit het met de afdoening van [motie Van Pijpen](#)? Wat is de stand van zaken hieromtrent?**

De motie is afgedaan met een brief van 18 maart 2024 die TKN op de agenda stond van de commissie MOW van 11 april 2024.

De toezegging uit die brief om te komen met een breder onderzoek over de toekomst van buitenreclame heeft vertraging opgelopen door de gevraagde aandacht voor voornamelijk het Initiatiefvoorstel van Van Pijpen, maar ook voor de SV van Veldhuyzen op ditzelfde dossier.

Deze brief komt naar verwachting nu in Q2 op de agenda van de CIE MOW.