RED
EVENT DRESSING | OUTDOOR BRANDING | CITY BRANDING

VERSLAG

MARKTCONSULTATIE RECLAMEMAST ZWOLLE

9 augustus 2024

Gemeente Zwolle

Ter attentie van mevrouw A. Borghuis

Per e-mail

Maasdam, 9 augustus 2024

Betreft: Verslag RED bv marktconsultatie reclamemast

Geachte mevrouw Borghuis,

In overeenstemming met de door u verstrekte opdracht delen wij graag ons verslag met de analyse en de antwoorden van de marktconsultatie voor de reclamemast. De werkzaamheden zijn gestart op 4 juni 2024 en afgerond op 9 augustus 2024. Dit verslag geeft een volledig en nauwkeurig beeld van de bevindingen tot en met de laatste werkdag. Alle informatie, verkregen uit de antwoorden en (online) bureauonderzoek, is zorgvuldig verzameld en verwerkt, maar de juistheid en volledigheid van de ontvangen gegevens zijn niet onafhankelijk geverifieerd. Wij aanvaarden geen aansprakelijkheid voor eventuele onjuistheden in de verkregen respons en informatiebronnen.

Geen van de twee partijen, die met antwoorden hebben gereageerd op de marktconsultatie, heeft aangegeven dat de verstrekte informatie bedrijfsvertrouwelijk is en niet openbaar gemaakt mag worden. Vanuit het oogpunt van transparantie is ervoor gekozen daarom beide partijen bij naam te noemen in het verslag. Het verslag is uitsluitend bedoeld voor u als opdrachtgever. RED bv aanvaardt geen aansprakelijkheid van derden voor het gebruik van dit verslag.

Inhoudsopgave

Inleiding **3**
Analyse van de antwoorden 3
Interesse in plaatsing en exploitatie 3
Voorkeur digitaal versus analoog 3
Nachtelijke uitschakeling ter voorkoming van lichthinder 3
Energieverbruik 3
Uitvoering van de reclamemast 4
Duurzaamheid en circulariteit 4
Fundering van de huidige mast 4
Plaatsingsperiode 4
Mediaruimte voor gemeente 4
Contractduur en financiële afdracht 5
Mogelijke 2e mast langs de A28 5
Aanbestedingstraject 5
Aanbevelingen **6**
Algemeen 6
Financieel 6
Plaatsing en Exploitatie 6
Aanbestedingstraject 6
Conclusie **7**

Inleiding

In voorbereiding op de voorgenomen aanbesteding van de reclamemast bij Hessenpoort in Zwolle, hebben we in opdracht van de gemeente Zwolle een marktconsultatie uitgevoerd. Van de vier uitgenodigde partijen hebben twee partijen gereageerd: Hillenaar Outdoor en de huidige exploitant van de mast Ocean Outdoor. Dit verslag analyseert de ontvangen antwoorden en geeft aanbevelingen voor een eventuele aanbesteding.

Analyse van de antwoorden

Interesse in plaatsing en exploitatie

- **Hillenaar Outdoor:** Heeft interesse, de betreffende locatie wordt gezien als een waardevolle toevoeging aan hun portfolio.
- **Ocean Outdoor:** Wil graag de huidige locatie behouden, is duurzamer dan dat alles wordt verwijderd en opnieuw geplaatst.

Voorkeur digitaal versus analoog

- **Hillenaar Outdoor:** Geeft de voorkeur aan digitale schermen vanwege de flexibiliteit en grotere exploitatiemogelijkheden.
- **Ocean Outdoor:** Voorkeur voor analoge masten vanwege beperkte zichtbaarheid (bomen ontnemen het zicht), waardoor investeringen in digitale schermen niet rendabel zijn.

Nachtelijke uitschakeling ter voorkoming van lichthinder

- **Hillenaar Outdoor:** Schakelt alle masten uit tussen 00:00 en 06:00 uur uit duurzaamheidsoverwegingen en het voorkomen van lichthinder. Adviseert dit tijdsbestek aan te houden, wat geen invloed heeft op de afdracht.
- **Ocean Outdoor:** Alle objecten zijn uit tussen 01:00 en 05:00 uur. Dimmen is een alternatief, conform NSVV-richtlijnen, om lichthinder te voorkomen.

Energieverbruik

- **Hillenaar Outdoor:** Het energieverbruik is afhankelijk van de eisen van de gemeente, zoals de grootte van de schermen en de uren dat een scherm uit staat. Maatregelen zoals energiezuinige LED's, dimmen in de avonduren en lichtsensoren kunnen het verbruik verlagen.
- **Ocean Outdoor:** Dubbel analoog verbruikt circa 15-20.000 kWh per jaar; dubbel digitaal verbruikt 4 tot 8 keer zoveel, afhankelijk van type LED.

Uitvoering van de reclamemast

- **Hillenaar Outdoor:** Voorkeur voor digitale schermen; schermgrootte van circa 8,5 x 11,5 meter.
- **Ocean Outdoor:** Voorkeur voor analoge masten; hanteert standaard afmetingen van 9 x 12 of 12 x 9 meter, afhankelijk van de zichtbaarheid.

Duurzaamheid en circulariteit

- **Hillenaar Outdoor:** Gebruik van duurzame, recyclebare materialen is haalbaar. Eco-labels en CO2-labeling worden gebruikt voor verificatie.
- **Ocean Outdoor:** Voorkeur voor hergebruik van de huidige mast en fundering, is de meest duurzame optie.

Fundering van de huidige mast

- **Hillenaar Outdoor:** Voorkeur voor hergebruik van de huidige fundering na inventarisatie. Adviseert de gemeente de fundering over te nemen en aan inschrijvers aan te bieden, wat een positieve uitwerking heeft op de afdracht. Benadrukt de noodzaak van een "level playing field" voor alle inschrijvers.
- **Ocean Outdoor:** Hergebruik fundering (voor analoge mast) wordt aanbevolen.

Plaatsingsperiode

- **Hillenaar Outdoor:** Verwacht een volledige werkende reclamemast binnen 4 maanden na onherroepelijke bouwvergunning, afhankelijk van stroomlevering.
- **Ocean Outdoor:** Realistische plaatsingstijd van 4 tot 6 maanden, afhankelijk van de definitieve vergunningverlening en stroomlevering.

Mediaruimte voor gemeente

- **Hillenaar Outdoor:** Haalbaar, maar minder zendtijd (voor de gemeente) leidt tot hogere afdracht.
- **Ocean Outdoor:** Gebruikelijk is 2 - 5 %, ervaring leert dat hoge percentages nauwelijks worden gevuld.

Contractduur en financiële afdracht

- **Hillenaar Outdoor:** Voorkeur contractduur: 20 jaar. Adviseert geen minimale grens te hanteren, aangezien € 75.000 per jaar fors is.
- **Ocean Outdoor:** Voorkeur voor 15 jaar contractduur, met verlenging mogelijk. € 75.000 wordt als hoog beschouwd, € 40.000 is realistischer voor analoge masten.

Mogelijke 2e mast langs de A28

- **Hillenaar Outdoor:** Interesse in exploitatie van een tweede mast, maar waarschuwt voor verminderde exclusiviteit en impact op afdracht.
- **Ocean Outdoor:** Interesse, maar wel negatieve impact op meeropbrengst door extra masten in dezelfde regio.

Aanbestedingstraject

- **Hillenaar Outdoor:** Adviseert objectieve gunningscriteria en raadt NABB aan voor externe advisering. Vermijd subjectieve criteria om juridische geschillen te voorkomen.
- **Ocean Outdoor:** Beveelt aan om met transparantie en openheid een nieuwe overeenkomst te sluiten met de bestaande exploitant en de tweede, digitale mast aan te besteden.

Aanbevelingen

Algemeen

1. **Schermtype:** De keuze tussen digitale en analoge schermen hangt samen met de zichtbaarheid. Digitale schermen bieden grotere exploitatiemogelijkheden en daardoor een hogere afdracht, maar deze voordelen komen alleen tot hun recht als de locatie voldoende zichtbaar is.
2. **Nachtelijke uitschakeling:** Beide partijen schakelen de masten al uit gedurende de nachtelijke uren om lichthinder te voorkomen. Dit heeft geen significante invloed op de afdracht.
3. **Energiezuinigheid:** Overweeg als voorwaarde energiezuinige LED's en mogelijk gebruik van zonnepanelen waar ruimte beschikbaar is.
4. **Duurzaamheid en circulariteit:** Stimuleer het gebruik van duurzame en recyclebare materialen en overweeg hergebruik van de bestaande fundering.
5. **Onderzoek:** De opmerkingen over de zichtbaarheid rechtvaardigen een onderzoek om dit te meten. Voor het starten van een aanbesteding voor een mast met LED scherm is het aan te bevelen vooraf een flora en faunaonderzoek te laten verrichten.

Financieel

1. **Afdracht aan de gemeente**: Een minimale afdracht van € 50.000 per jaar is een haalbare en realistische doelstelling voor de gemeente. Het bedrag houdt rekening met de beperkingen (zichtbaarheid) en biedt mogelijkheden voor zowel analoge als digitale masten.
2. **Contractduur**: Een contractduur van 15 jaar met verlengingsopties kan aantrekkelijker zijn voor exploitanten.

Plaatsing en Exploitatie

1. **Tijdspad voor plaatsing**: Verwacht een realistische plaatsingstijd van 4 tot 6 maanden, afhankelijk van definitieve vergunningverlening en stroomvoorziening.
2. **Tweede mast**: Wees voorzichtig met het plaatsen van een tweede mast in dezelfde regio, gezien de mogelijke negatieve impact op de exploitatie van de eerste mast.

Aanbestedingstraject

1. **Objectieve criteria**: Stel objectieve gunningscriteria vast en vermijd subjectieve onderdelen om juridische geschillen te voorkomen.
2. **Externe advisering**: Overweeg om een externe partij te betrekken voor advisering en transparantie in het proces.

Conclusie

Op basis van de ontvangen reacties van marktpartijen Hillenaar Outdoor en Ocean Outdoor, is het duidelijk dat er een voorkeur voor digitale reclamemasten bestaat op locaties met voldoende zichtbaarheid vanwege de grotere flexibiliteit en exploitatiemogelijkheden. Voor locaties met beperkte zichtbaarheid, zoals de huidige mastlocatie, kunnen analoge masten een meer rendabele optie zijn. Duurzaamheid en energie-efficiëntie blijven cruciale overwegingen.

Een realistische benadering van de financiële afdrachten en een zorgvuldige planning voor de plaatsing en exploitatie van de masten zijn essentieel voor het succes van het project. Gezien de feedback van de marktpartijen en de huidige bestaande mast, is een afdracht van € 50.000 per jaar haalbaar en marktconform. Dit bedrag ligt tussen de door de exploitanten genoemde waarden en biedt een balans tussen haalbaarheid en rendement. Het houdt rekening met de beperkingen van de huidige locatie en de mogelijkheden voor zowel analoge als digitale masten.

Door objectieve gunningscriteria te hanteren, zoals de exploitatiemogelijkheden en duurzaamheid, en waar nodig externe advisering in te schakelen, kan de gemeente een transparant en succesvol aanbestedingstraject realiseren.