

SCHRIFTELIJKE VRAAG

Artikel 38 Reglement van orde voor de vergaderingen
en andere werkzaamheden van de Raad

Schriftelijke vraag aan het college van burgemeester en wethouders de burgemeester

Onderwerp: Smart city – integriteit

Het vertrouwen van de bevolking in hun bestuurders sterk afhankelijk is van de integriteit van deze bestuurders en wij vinden dat dan ook iedere mogelijke twijfel hierin voorkomen dient te worden.

In de begroting werd ons medegedeeld dat het budget bedoeld voor de verhoging van de aantrekkingskracht van het winkelcentrum d.m.v. het aanbieden van gratis wifi komt te vervallen omdat het college twijfelt aan het nut hiervan. Het daardoor vrijgekomen meerjarig budget wordt zonder tussenkomst van de raad overgeheveld naar firma Adversitement uit Uden zonder onderzoeksdoelstelling.

Vragen:

1. Omdat het een meerjarig budget betreft willen wij weten of de opdracht voor Adversitement eenmalig is of repeterend (meerjarig)?
2. Ongeacht of het een contract betreft voor een of meerdere jaren willen wij graag weten of voor dit contract een aanbesteding geweest?
3. Zo ja, wat waren hiervoor de aanbestedingscriteria? Kan de raad deze toegestuurd krijgen?
4. Zo ja, wie waren de andere aanbieders?
5. Zo nee, had dit niet Europees, dan wel anderszins aanbesteed moeten worden volgens wetgeving, lokaal beleid of proportionaliteitsbeginsel?
6. Zo nee, had dit niet Europees, dan wel anderszins aanbesteed moeten worden om integriteitsredenen?
7. Kan de raad de aanbidding(en) en het contract toegestuurd krijgen ter inzage?
8. Wat is het drempelbedrag in Uden voor enkelvoudig aanbesteden ('gunning uit de hand', waarbij één aanbieder een aanbod mag doen).
9. Is dat drempelbedrag voor een meerjarige opdracht of een repeterende order voor het totaalbedrag of voor het bedrag per jaar?
10. Is bij het college bekend dat de oprichter/eigenaar "founder" van Adversitement stond op de nr. 20 van de kieslijst van Jong Uden bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2014?
11. Heeft het college eventuele integriteitsvraagstukken bij deze gunning besproken omdat:
 - het een enkelvoudige aanbesteding was zonder concurrerend bod;
 - het hier een gunning aan een bekende van de wethouder;
 - dit budget zonder tussenkomst van de raad is overgeheveld.Los van elkaar hoeft er met ieder van deze punten niets mis te zijn, maar de combinatie van deze 3 zou integriteitsvragen bij burgers op kunnen leveren. Is dit besproken en wat was de uitkomsten hiervan?
12. Heeft het college dit voorgelegd aan een onafhankelijk adviesorgaan voor integriteitskwesaties zoals bijvoorbeeld BING (Bureau Integriteit Nederlandse Gemeenten) en wat was de uitkomst hiervan.

13. Zo nee, is het college bereid dit alsnog te doen zodat we ook naar de Udense burger kunnen laten zien dat we hierin integer hebben gehandeld?
Omdat het budget van CLAP communications betreffende het "HIERHOUDENWEVAN" concept vele malen groter is willen we bovenstaande vragen ook graag hierover stellen. oftewel:
14. Is er voor dit contract een aanbesteding geweest?
15. Zo ja, wat waren hiervoor de aanbestedingscriteria?
16. Zo ja, wie waren de andere aanbieders?
17. Zo nee, had dit niet Europees, dan wel anderszins aanbesteed moeten worden volgens wetgeving, lokaal beleid of proportionaliteitsbeginsel?
18. Zo nee, had dit niet Europees, dan wel anderszins aanbesteed moeten worden om integriteitsredenen?

Afdoening: schriftelijk mondelinge beantwoording

Ondertekening:

Datum indiening : 17-11-2016

Fractie : SP

Naam indiener : Ton Segers

Einddatum: 19-12-2016



ANTWOORD OP SCHRIFTELIJKE VRAAG

Artikel 38 Reglement van orde voor de vergaderingen
en andere werkzaamheden van de Raad

Antwoord door: college van burgemeester en wethouders van Uden burgemeester

Datum: 13-12-2016

Antwoord:

1. t/m 7.

Ten aanzien van uw vragen 1 t/m 7 delen wij het volgende mee:

Er heeft ten aanzien van Smart City nog geen gunning plaatsgevonden en er is nog geen opdracht verstrekt. Op basis van een verkenning naar gratis wifi is gebleken dat dit instrument minder toegevoegde waarde heeft dan vooraf gedacht. De doelgroep is beperkt en wordt steeds beperkter door de opkomst van 4G en 5G. Bovendien zijn er steeds meer ondernemers in het centrum die publieke wifi aanbieden voor hun klanten en gasten waardoor gratis publieke wifi in het centrum minder meerwaarde heeft. Dit bleek tijdens de verkenning ook uit een sessie met ondernemers uit Uden. Daarnaast bestaan er nog praktische minpunten zoals snel verouderde hardware en infrastructuur en het beperkte gebied waar wifi

aanwezig kan zijn. Adversitement heeft aan het college een presentatie gegeven over de mogelijkheden van Smart City. Smart City biedt meer kansen dan gratis wifi. Smart City wordt gezien als een belangrijke aanjager voor innovatie en economische ontwikkeling, het levert een bijdrage aan de versterking van het centrum en het kan data opleveren ten behoeve van beleidsbeslissingen. Het doel van Smart City is het door middel van co-creatie met belanghebbende partijen ontdekken, ontwikkelen en implementeren van nieuwe kansen en mogelijkheden ter verbetering van de faciliteiten en de beleving in het centrum. Door het project Smart City te starten vervult de gemeente een aanjaagfunctie om de mogelijkheden te verkennen. Het college heeft daarom besloten om het budget voor gratis wifi te wijzigen in budget voor Smart City en het budget voor 2016 over te hevelen naar 2017. Dit besluit is opgenomen in de bestuurs- en voortgangsrapportage en het overhevelingsvoorstel welke in december ter besluitvorming in de raad liggen. Na besluitvorming van de raad gaat het college conform het aanbestedingsbeleid uitvoering geven aan Smart City. De bedoeling is om het project te starten met daarbij de focus op het centrum en een doorlooptijd van een jaar. Een eventueel vervolg is nog niet bekend en is mede afhankelijk van de ervaringen en resultaten.

8. In het inkoopbeleid van de gemeente Uden is voor onderhandse enkelvoudige aanbestedingen voor diensten een drempelbedrag opgenomen van €30.000.
9. Dit bedrag geldt als drempelbedrag in z'n totaliteit voor eenzelfde dienst.
10. Allereerst wordt opgemerkt dat ten aanzien van Smart City nog geen gunning heeft plaatsgevonden. De kieslijsten van de politieke partijen zijn openbaar. Het college is dus daarmee bekend. Het feit dat een ondernemer / eigenaar van een bedrijf op een kieslijst staat bij de gemeenteraadsverkiezingen is niet relevant voor het al dan niet zaken doen met dit bedrijf. Wanneer personen niet gekozen zijn in de gemeenteraad zijn zij geen politieke ambtsdrager (raadslid/collegelid) van de gemeente Uden. Dit betekent in zijn algemeenheid dat voor personen die op de kieslijst van politieke partijen hebben gestaan, geen bijzondere regels gelden voor het al dan niet zaken doen met de gemeente Uden. De integriteitsvragen zijn daardoor niet aan de orde. Uiteraard houdt het college zich hierbij aan de vastgestelde regels op het gebied van inkoop en aanbesteding.
11. Zie vraag 10
12. Zie vraag 10
13. Zie vraag 10
14. Het inkoopbeleid geeft aan dat de gemeente onderbouwd kan kiezen voor een andere procedure dan Europees aanbesteden als het beleid niet aansluit bij de specifieke inkoop en het karakter van de markt waarin geopereerd wordt. De specifieke inkoop voor citymarketing betrof voor het grootste deel werkzaamheden als marketeer waarbij deze functie wordt uitgevoerd als verlengstuk van de gemeente. Het gaat voor het grootste deel om werkzaamheden als communicatieregisseur, zoals het uitbouwen en up-to-date houden van de website, het verder uitbreiden van communicatie via social media. De gemeente heeft ervoor gekozen hier niet iemand voor in dienst te nemen. Er is geen aanbesteding gedaan omdat er een verlicht regime geldt vanuit de aanbestedingsregelgeving. Er zijn vier lokale ondernemers uitgenodigd om op basis van een lijst met uitgangspunten hun plannen te presenteren. Na gesprekken met vier Udense kandidaten is CLAP Communicatieadviseurs beoordeeld als beste kandidaat. De argumentatie hiervoor betrof onder andere het goede voorstel, de betrokkenheid bij Uden en de mogelijkheid om de gevarieerde expertise van de Ideeënfabriek in te zetten.
15. De uitgangspunten voor de opdracht zijn benoemd door het college en als volgt geformuleerd:
 - doel is om meer bezoekers naar Uden te trekken en daarbij de focus te leggen op de zogenaamde 'G-krachten' uit de visie Udenaar de toekomst met als toevoeging 'Uden, centrum van de regio'.

- De doelgroep die bereikt moet worden bevindt zich in de regio rondom Uden.
- De aan te trekken marketeer moet een enthousiaste doener zijn die opvallende marketingacties- en evenementen realiseert, en die een netwerk van en met coproducten opzet en onderhoudt.

16. Er hebben vier lokale ondernemers op basis van een lijst met uitgangspunten hun plannen gepresenteerd.

17. Zie vraag 14, 15 en 16

18. Zie vraag 14, 15 en 16