

Raadsinformatiebrieft

Van	Burgemeester en Wethouders	Zaak nr.	533116
Aan	Gemeenteraad	RIB nr.	2019-32
Portefeuillehouder	M.W. Jaeger	Datum	18 april 2019
Informatie bij	M. van Riet Paap	Tel. nr.	(035) 629 2966

Onderwerp

Programmering buitenreclame naar Hilversum Marketing

Kernboodschap

De gemeente Hilversum verwacht dat vanwege autonome ontwikkelingen op de buitenreclamemarkt de afdracht van buitenreclame-exploitanten aan de gemeente in 2020 met €105.000 gaat dalen en vanaf 2021 structureel €135.000 minder. Belangrijkste reden voor deze ontwikkeling is de veranderende buitenreclamemarkt, waarbij analoge reclamevormen zoals grote billboards langs invalswegen zullen verdwijnen, net als de bijbehorende afdracht aan de gemeente. Deze financiële informatie wordt in de gemeentelijke begroting 2020 en meerjarenbegroting verwerkt.

Op 9 april 2019 heeft het college losstaand van deze autonome marktontwikkelingen besloten de programmering voor wat betreft niet-commerciële buitenreclame in handen te stellen van Hilversum Marketing. Dit geeft de stichting de ruimte om een gedeelte van de buitenreclame-uitingen in de stad in te zetten voor de promotie van de stad en haar culturele en maatschappelijke activiteiten – één van de strategische doelen van Hilversum Marketing.

Omdat het ter beschikkingstelling van buitenreclame aan Hilversum Marketing tot een lagere afdracht van marktpartijen aan de gemeente zal leiden – naar verwachting ter hoogte van een jaarlijks bedrag van €45.000 – is in overleg met Hilversum Marketing afgesproken de jaarlijkse subsidie met €45.000 te verminderen. Op deze wijze is de overdracht van taken voor de gemeente budgetneutraal.

Inleiding

De gemeente Hilversum heeft contracten met verscheidene marktpartijen die de buitenruimte exploiteren middels reclame. De vormen die in Hilversum bestaan zijn: A0-reclame (tweezijdige reclamedisplays om lantaarnpalen), lichtmastreclame (hoge borden aan lantaarnpalen), abri's (bushokjes), rotondereclame, grote billboards langs invalswegen en grote digitale schermen (Stationsplein en Groest). Opgeteld zijn er ongeveer 425 buitenreclame-uitingen in de stad.

De buitenreclame-exploitanten stellen tegen vergoeding advertentieruimte beschikbaar aan ondernemers, culturele organisaties en de gemeente en betalen voor het gebruik van de buitenruimte een afdracht aan de gemeente. In 2019 verdient de gemeente ongeveer €420.000 aan de verschillende vormen van buitenreclame.

Alle buitenreclamecontracten van de gemeente lopen binnen nu en één jaar af, wat aanleiding geeft om nieuwe afspraken te maken. Bij de oprichting van Hilversum Marketing in december 2017 werd buitenreclame aangewezen als mogelijk middel om bij te dragen aan de strategische doelen van de stichting.

Wat willen gemeente en Hilversum Marketing met buitenreclame bereiken?

Het primaire doel van buitenreclame is de promotie van maatschappelijke, culturele en economische

activiteiten in de stad. Het behoud van de kwaliteit en de regie op de openbare ruimte door de gemeente is daarbij voorwaardelijk.

Naast dit maatschappelijke doel, dient buitenreclame ook een financieel doel, namelijk dat de inkomsten van de gemeente uit buitenreclame niet te ver teruglopen ten opzichte van de huidige jaarlijkse opbrengsten van €420.000. De inkomsten zijn niet gelabeld en komen jaarlijks ten bate aan het begrotingssaldo.

Hoe gaan de gemeente en Hilversum Marketing dit bereiken?

Binnen de aanbestedingsrechtelijke kaders is de te prefereren samenwerking dat de gemeente de buitenreclamecontracten behoudt en dat Hilversum Marketing de programmering van het niet-commerciële gedeelte van buitenreclame op zich neemt. Concreet betekent dat qua afspraken het volgende:

1. Hilversum Marketing programmeert enkel de niet-commerciële buitenreclame-uitingen. In de nieuwe contracten met exploitanten legt de gemeente vast hoeveel uitingen niet-commercieel moeten zijn.
2. Hilversum Marketing biedt de buitenreclame die zij programmeert in partnerpakketten aan niet-commerciële instellingen in de stad aan. Hilversum Marketing is van plan deze partners via pakketten een breder aanbod te doen dan alleen buitenreclame.
3. Aangezien Hilversum Marketing de regie op niet-commerciële buitenreclame op zich neemt en dit de afdracht van marktpartijen aan de gemeente doet dalen, is in goed overleg besloten de subsidie vanuit de gemeente met hetzelfde bedrag van circa €45.000 te verminderen. Hilversum Marketing verreken dit bedrag binnen haar begroting met het campagnebudget. Op deze wijze is de overdracht van taken voor de gemeente budgetneutraal.

	2019	2020	2021 en verder
Subsidie aan Hilversum Marketing ten opzichte van totale subsidie vanuit gemeente	- €18.900 (programmatische regie vanaf 1 augustus in handen van HM = 5/12 ^e van €45.000)	- €45.000	- €45.000

4. De commerciële uitingen liggen volledig bij de exploitant, die hier een afdracht aan de gemeente voor betaalt.
5. Hilversum Marketing programmeert alleen de niet-commerciële buitenreclamevormen die relevant zijn voor de organisatie. Daarmee worden de vormen bedoeld waarin korte campagnes mogelijk zijn, waardoor content op de borden snel kan aansluiten op bijvoorbeeld de culturele evenementenplanning in de stad.
6. Hilversum Marketing maakt werkafspraken met team communicatie van de gemeente wanneer er gemeentelijke uitingen op de buitenreclameborden nodig zijn.

Financiën als gevolg van autonome ontwikkelingen

In de buitenreclamemarkt is sprake van een landelijke trend dat afdrachten aan gemeenten teruglopen. In 2019 zullen de inkomsten nog op het niveau van voorgaande jaren zijn (€420.000), maar daarna zet zich een daling in afdracht aan de gemeente in. Oorzaak hiervan is het verdwijnen van een aantal analoge buitenreclamevormen, die voorheen veel afdracht aan gemeente bezorgden. Een voorbeeld hiervan zijn billboards langs invalswegen. Deze zijn voor exploitanten niet langer rendabel en zullen dus vanaf 2020 uit het Hilversumse straatbeeld verdwijnen. Net als de afdracht aan de gemeenten. Deze landelijke ontwikkeling en het negatieve gevolg voor de gemeentefinanciën staat los van de overdracht van de programmatische regie aan Hilversum Marketing.

Financiële ontwikkelingen buitenreclame in de komende jaren

	2019	2020	2021 en verder
Inkomsten buitenreclame voor gemeente	€420.000	€315.000	€285.000

Verklaring	Nieuw te sluiten contracten in 2019 zullen inkomsten uit buitenreclame stabiel houden op circa €420.000 per jaar.	Niet te beïnvloeden ontwikkelingen op de buitenreclamemarkt: inkomsten uit billboards verdwijnen in Q2 2020 en inkomsten uit andere nieuw te sluiten contracten dalen licht.	Niet te beïnvloeden ontwikkelingen op de buitenreclamemarkt: inkomsten uit billboards zijn dit jaar volledig verdwenen en inkomsten uit andere nieuw gesloten contracten hebben gezorgd voor een lichte daling.
------------	---	--	---

Het structurele verlies door de autonome ontwikkelingen op de buitenreclamemarkt wordt in de begroting 2020 en de meerjarenbegroting verwerkt.

Uitvoering

Zodra de aanbestedingen voor nieuwe contracten zijn afgerond, gaat Hilversum Marketing direct met de programmatische regie aan de slag.

Hoogachtend,

Burgemeester en wethouders van Hilversum,
de gemeentesecretaris,

de burgemeester,

D. Emmer

P.I. Broertjes

Bijlage(n): n.v.t.

Deze raadsinformatiebrief is digitaal beschikbaar op [internet](#) onder "Vergaderstukken", B&W-vergadering van 16 april 2019.