

POSTBUS 3007 | 2001 DA HAARLEM

Provinciale Staten van Noord-Holland
door tussenkomst van de statengriffier mw. drs. K. Bolt
Dreef 3, tweede etage
2012 HR HAARLEM

Gedeputeerde Staten

Uw contactpersoon

E.J. Heerschop
BU/BHR

Telefoonnummer +31235143321
eric.heerschop@noord-holland.nl

1 | 5

Betreft: Scenario's voor uitwerking motie reclame-uitingen

Geachte leden,

Hierbij verzoeken wij u deze brief ter bespreking op de B-agenda van de commissie Ruimte van 20 november 2023 te plaatsen.

Op 19 december 2022 hebben PS een motie aangenomen waarmee de Provincie Noord-Holland besluit om geen ruimte meer te bieden voor reclames voor producten met fossiele brandstoffen als energiebron of voor vlees- en visproducten. Bij de uitvoering van deze motie blijkt dat meerdere scenario's mogelijk zijn, met in ieder scenario verschillende aandachtspunten. GS willen deze scenario's en bijbehorende aandachtspunten voorleggen aan de commissie Ruimte, waarbij zij de voorkeur heeft om geen commerciële reclame meer toe te passen in de abri's. De commissie wordt gevraagd om haar oordeel te geven over de scenario's en het voorkeursscenario van GS voor de uitwerking van de motie.

Algemeen

De provincie heeft in totaal in 176 abri's met ruimte voor reclame-uitingen. De verkoop van deze reclame-ruimte levert de provincie gemiddeld 200.000 euro per jaar op. De abri's worden momenteel geëxploiteerd door het bedrijf OFN. Per 2024 moet het beheer en onderhoud van de bushokjes en de daarbij behorende abri's opnieuw worden aanbesteed. Dit heeft ook gevolgen voor de exploitatie. Er is in de markt beperkt interesse voor deze reclamevlakken. Ook is er een beperkt aantal exploitanten dat interesse heeft in het exploiteren van de reclamevlakken. Er is een trend zichtbaar waarin de afdrachten per reclamevlak de laatste jaren afgenomen zijn. Na gesprekken met diverse marktpartijen is de verwachting dat elk in te voeren verbod in een nieuwe aanbesteding een negatief effect heeft op de inkomsten voor de provincie.

Verzenddatum

- 2 NOV. 2023

Kenmerk

2131722/2131727

Uw kenmerk

Postbus 3007
2001 DA Haarlem
Telefoon (023) 514 3143

Houtplein 33
2012 DE Haarlem
www.noord-holland.nl
Kvk-nummer 34362354
Btw-nummer NL.0010.03.124.B.08

Diverse scenario's uitwerking motie

Graag voeren wij met PS het gesprek over vier (4) mogelijke scenario's voor de uitwerking van de motie. Deze scenario's zijn:

1. Motie volledig uitvoeren;
2. Motie beperken tot verbod op reclame voor fossiele brandstof;
3. Motie blijkt onuitvoerbaar te zijn;
4. Geen reclames meer in de abri's.

De voorkeur van het college gaat uit naar scenario 4, waarbij geen commerciële reclames meer worden geplaatst in de abri's van de provincie Noord-Holland. Omdat de aanbesteding begin 2024 gedaan moet zijn, kunnen de financiële consequenties die volgen uit het uitvoeren van het voorkeursscenario niet tijdig via de Kaderbrief 2025 aan u worden voorgelegd ter dekking. Vooruitlopend daarop stellen wij u daarom voor de financiële consequenties te dekken binnen de bestaande begroting van het programma 4 Bereikbaarheid. Indien de financiële ruimte in programma 4 ontoereikend blijkt te zijn doen wij nadere voorstellen ter dekking in één van de documenten van de P&C-cyclus.

Hieronder volgt per scenario een uitwerking en de belangrijkste aandachtspunten.

1. Motie volledig uitvoeren

Om de motie volledig uit te voeren is het van belang om de verboden specifiek te definiëren zodat voor alle partijen de reikwijdte van de motie duidelijk is. De motie spreekt uit dat:

'de Provincie Noord-Holland geen ruimte meer biedt voor reclames voor producten met fossiele brandstoffen als energiebron of voor vlees- en visproducten'.

In de voorbereiding van de aanbesteding is de vraag gerezen welke reclames nu concreet niet meer toegestaan zijn. De huidige motie blijkt onvoldoende specifiek en leidt tot onduidelijkheid bij inschrijvers, exploitant en bij de provincied medewerkers die toe moeten zien op de handhaving. Hieronder volgt een voorstel voor de specificatie van de verboden om deze te kunnen weren uit de provinciale abri's.

FOSSIELE BRANDSTOFFEN ALS ENERGIEBRON

Ten aanzien van het verbod op reclame voor fossiele brandstoffen als energiebron wordt voorgesteld om bij de keuze voor scenario 1 de exacte definitie van (www.verbiedfossielereclame.nl) aan te houden. Deze luidt als volgt:

"Het reclameverbod gaat om de schadelijkste vormen van fossiele reclame die bovendien dagelijks op ons afgevuurd worden:

- Reclame door de fossiele industrie;
- Reclame voor vervuilende reizen (vliegen, cruises);

- *Reclame voor vervuilend vervoer (auto's met een fossiele brandstof motor);*
- *Bijna alle reclame heeft een fossiel element, onze hele samenleving is immers nog fossiel. We kiezen voor een verbod op reclame (advertenties, marketing(eventenementen), branding, sponsoring van musea, sport en scholen) van fossiele bedrijven en voor producten en diensten die klimaatverandering substantieel verergeren én die veel zichtbare consumentenreclame maken.*
- *De kolensector, de olie- en gasector en de luchtvaartsector Deze drie sectoren mogen helemaal geen reclame meer maken. Ook niet voor hun groene producten, plannen of ambities. Hun logo mag ook niet gebruikt worden door andere adverteerders. Deze sectoren mogen hun naam en logo niet meer gebruiken, behalve op een direct verkooppunt. Voorbeelden zijn Shell, RWE en KLM.*
- *Vliegvakanties/vliegtickets, cruisereizen, nieuwe auto's met een fossiele of hybride brandstofmotor en fossiele brandstoffen De aanbieders van deze drie soorten producten en diensten mogen wél reclame maken voor hun aanbod dat niet fossiel is. “*

RECLAME VOOR VLEES EN- OF VIS

Er zijn momenteel geen steden die specifiek reclame voor vlees- en visproducten verbieden. Er zijn daarmee geen bestaande handvatten die gebruikt kunnen worden bij de uitvoering van deze motie.

Een concessiehouder vraagt om een concrete definitie die helder genoeg is om te kunnen hanteren als criterium voor de toelating of afwijzing van reclames. Gaat het om het weren van reclames voor bijvoorbeeld kiloknallers en plofkippen, of ook voor biologisch vlees, vlees uit de regio (in lijn met de Voedselvisie) of vlees met een keurmerk. Een ander grijs gebied is hoe om te gaan met het afbeelden van plantaardige producten die lijken op vleesproducten.

Een voorstel dat in lijn ligt met een verbod op de fossiele brandstoffen is:

- De vleessector, de visserij en bedrijven die deze producten verwerken: Deze sectoren mogen helemaal geen reclame meer maken. Ook niet voor hun groene producten, plannen of ambities. Hun logo mag ook niet gebruikt worden door andere adverteerders. Deze sectoren mogen hun naam en logo niet meer gebruiken, behalve op een direct verkooppunt.
- Restaurant(-ketens), supermarkten, e.d. : De aanbieders van vlees- en visproducten en diensten mogen wél reclame maken voor hun aanbod zolang dit geen vlees of visproducten betreft. Bijvoorbeeld: McDonalds mag wel reclame maken voor een vegetarisch product of milkshake, maar niet voor een hamburger. Of de Jumbo wel voor een aanbieding van groente of melk, maar niet voor een kilo gehakt of vis met een keurmerk.

Zorg bij handhaving

Bij dit scenario speelt mee dat handhaving voor met name de reclames voor vlees- en visproducten erg lastig is. De reclame-exploitanten verkopen reclamevlakken in een regio, bijvoorbeeld van een supermarkt, en weten niet welke reclame deze supermarkt inhoudelijk plaatst. Alle reclame uitingen voldoen aan de Reclame Code. Eisen of verboden die per regio of stad worden ingevoerd, zorgen – volgens de marktpartijen – voor een niet effectief uitvoerbare exploitatie voor deze bedrijven. De realiteit leert dat de reclamevlakken langs de provinciale wegen voor de marktpartijen geen 'must-have' zijn, maar eerder een 'nice to have'. Uit de markt komt dan ook het signaal dat het niet interessant zal zijn om zoveel energie te steken om een controlemechanisme in te regelen.

Kans op lagere of geen inkomsten

Signalen uit de markt geven aan dat als de motie wordt overgenomen in de aanbesteding voor een nieuwe overeenkomst, de afdracht van de reclame inkomsten significant gaat dalen. Partijen geven zelfs aan niet te weten of ze dan wel willen inschrijven bij een nieuwe aanbesteding. Met welk bedrag de inkomsten dandalen is nu lastig in te schatten, maar de verwachting is dat dit zeker gaat halveren naar € 100.000 per jaar of zelfs minder.

2. Motie beperken tot verbod op reclame voor fossiele brandstof

Een tweede scenario is om het verbod op vlees- en visproducten niet door te voeren vanwege de grote onzekerheid die door de markt wordt uitgesproken vanwege het unieke karakter van het verbod in Nederland. Blijft over om alleen het verbod op reclames voor fossiele brandstoffen in te voeren. De reclamemarkt wordt hier al langer mee geconfronteerd, omdat meerdere overheden met een dergelijk verbod bezig zijn. Ook is er maatschappelijk meer aandacht voor. Niet alleen door klimaatprotesten, maar ook omdat de reclamemarkt en aanbieders voorzichtiger zijn geworden met dergelijke uitingen om imagoschade te voorkomen. Dit verbod is beter te handhaven en een besluit over de reikwijdte van dit type reclame is eenvoudig te nemen.

Kans op lagere of geen inkomsten

Kanttekening bij dit scenario is ook dat, ondanks de grotere bekendheid van dit verbod, de afdracht van de reclame inkomsten kan dalen. Met welke omvang dit zal zijn is op dit moment niet in te schatten. Ook in dit scenario kunnen marktpartijen afhaken of met een flink lagere afdracht inschrijven.

3. Motie blijkt onuitvoerbaar te zijn

Uit de bezwaarbrieff van OFN (en haar onderaannemer Clear Channel) zijn diverse (juridische) bezwaren genoemd ten opzichte van het invoeren van de beoogde verboden. In deze brief wordt ook aangegeven dat de invoering van de motie zeker consequenties heeft voor de financiële afdracht die de provincie nu geniet. Dit is niet overeenkomstig met de overwegende punten uit de aangenomen motie. Daarbij wordt uit de markt kenbaar gemaakt dat de handhaving van deze verboden lastig in te regelen is en er eventueel toe kan leiden dat marktpartijen zich in zijn geheel niet inschrijven bij de nieuwe concessie.

Een derde scenario kan zijn dat PS besluit dat de motie vanwege bovengenoemde bezwaren uit de markt 'onuitvoerbaar' is.

4. Geen reclames meer in de abri's

Het meest vergaande scenario is om geen (commerciële) reclames meer toe te passen in de provinciale abri's. Dit voorkomt dat er extra controlemechanismes ingepast moeten worden bij de marktpartijen en biedt kansen voor de reclameruimte van de abri's.

Geen reclame-inkomsten meer

Het gevolg van dit scenario is dat er geen inkomsten meer binnenkomen uit reclames. Iets dat de provincie, conform het huidige contract, circa € 200.000 per jaar oplevert. Bij het wegvallen van deze inkomsten dient het beheerbudget op de exploitatie met een gelijk bedrag opgehoogd te worden in de begroting. Zo worden de kosten voor het beheer en onderhoud van de abri's gedekt. De daadwerkelijke kosten en baten voor het beheer en onderhoud worden bekend nadat uit de aanbesteding een nieuwe opdrachtnemer wordt geselecteerd.

Wat te doen met de ruimte in de abri's

De reclamevlakken die vrijkomen kunnen worden gebruikt voor ideële reclames, bijvoorbeeld van Veilig Verkeer Nederland, de Fietzersbond of uitingen van projecten/campagnes van de provincie. In de aanbesteding voor het beheer en onderhoud van de bushokjes en bijbehorende abri's kan een optie worden meegenomen voor het plaatsen van posters voor dergelijke campagnes.

Tenslotte

Wanneer er gekozen wordt voor het eerste of tweede scenario is het belangrijk om de verboden specifiek te definiëren om de uitvoeringspartij(en) het verbod goed uit te kunnen laten voeren.

Hoogachtend,

Gedeputeerde Staten van Noord-Holland,



provinciesecretaris
M.J.H. van Kuijk



voorzitter
A.Th.H. van Dijk