



## Notat

Dato: 11.11.2014  
Arkivsak: 2014/1328-15  
Saksbehandlar: oddsylt

Til:	Kultur- og ressursutvalet	18.11.2014
	Fylkesutvalet	19./20.11.2014
	Samferdselsutvalet	12.11.2014
Frå:	Fylkesrådmannen	

### Status for reklamefinansiert kollektivtransport, ref. sak 89/13 i Fylkestinget

#### Samandrag

Fylkestinget vedtok i sak 89/2013, under føresetnad om tilslutnad i Bergen kommune og Statens vegvesen, å gi fylkesrådmannen fullmakt til å starte planarbeid for plassering av reklame på leskur og byromsmøblar, og deretter setje i verk anbodskonkurransen med formål å inngå kontrakt med reklameoperatør for investering i møblar og drift/vedlikehald av desse. Bergen bystyre handsama saken i møte 18. juni 2014 og gav her si prinsipielle tilslutning til reklamefinansiering. Statens vegvesen har i brev 25. februar 2014 kome med innspel i saka.

Eit prosjekt er no sett i gang for å gjennomføre planarbeidet og to anbodskonkurransar:

- *Anbodskonkurransen 1*: rullande kollektivmateriell og kollektivterminalar, jf. punkt 3 i Fylkestingets vedtak i sak 89/2013. Kontraktstildeling er forventa første halvår 2015.
- *Anbodskonkurransen 2*: reklamefinansierte leskur, reklame på haldeplassar og byromsmøblar, jf. punkt 2 i Fylkestingets vedtak i sak 89/2013. Kontraktstildeling er forventa første halvår 2016.

#### 1. Bakgrunn

##### Vedtak i Fylkestinget

Fylkestinget handsama i desember 2013 saka «Reklamefinansiert kollektivtransport» (FT-sak 68/2013), med følgjande vedtak:

1. Fylkestinget ber fylkesrådmannen sende over saka om reklamefinansiert kollektivtransport til berørte kommunar og berørte organisasjonar samt Statens vegvesen for uttale om innføring av reklamefinansierte leskur langs kommunale, fylkeskommunale og statlege vegar, samt på dei største terminalane i Bergensområdet.
2. Under føresetnad om tilslutnad i Bergen kommune og Statens vegvesen får fylkesrådmannen fullmakt til å starte planarbeid for plassering av reklame på leskur og byromsmøblar, og deretter

setje i verk anbuds konkurranse med formål å inngå kontrakt med reklameoperatør for investering i møblar og drift/vedlikehald av desse. Aktuelle reklameflater er:

- a. Reklamefinansierte leskur langs vegar i Bergen kommune og omegn.
- b. Opsjon reklameplassering på Bybanens haldeplassar på bakvegg i leskur eller frittstående modular. Yting frå reklameoperatøren er vedlikehald av haldeplassane.

3. Under føresetnad om tilslutnad i Bergen kommune får fylkesrådmannen fullmakt til å forhandle fram avtale med reklameoperatør for reklame på rullande kollektivmateriell og kollektivterminalar for fylgjande flater i utandørsmarknaden med organisasjonsform outsourcing:

- a. Buss innvendig
  - o Takbogar
  - o Digitale skjermar der dette er lønsamt i kombinasjon med nyheiter og kommunikasjon frå Skyss, vekeplakatar elles
- b. Bybanen innvendig
  - o Digitale skjermar i kombinasjon med nyheiter og kommunikasjon frå Skyss
- c. Hurtigbåt innvendig
  - o Vekeplakatar (på vegg) og digitale skjermar
- d. Buss utvendig
  - o Lite bakfelt
- e. Terminalar som i dag ikkje er ein del av vegvedlikehaldet.

4. Fylkesrådmannen får fullmakt til å forhandle med Bergen kommune om fordeling av ytingar frå reklameavtalen til byromsmøblar.

5. Fylkesutvalet får tilbake sak, inkludert forslag til retningslinjer, når resultatet av forhandlingane ligg føre.

6. I samband med forslag til retningslinjer må ledig annonseplass vurderast å setjast av til kulturformål.

7. Retningslinjene må og presisera kva område som skal vere reklamefrie.

I budsjettvedtaket for 2012 var det presisert at dei historiske delane av Bergen sentrum skal haldast fri for reklame på busstopp og terminalar. Dette inneber at bysyklar kan inkluderast óg i dei historiske delane.

8. Fylkestinget presiserer at ordninga med reklamefinansiert kollektivtransport også kan omfatte resten av Hordaland fylke der marknaden er til stades.

### Vedtak i Bergen bystyre

Bergen bystyre handsama saken i møte 18. juni 2014, sak 153-14, med fylgjande vedtak:

Bergen kommune gir sin prinsipielle tilslutning til reklamefinansiering med de begrensninger som er skissert i saken, for fylgjende elementer:

1. Reklame på/i kollektivmateriell basert på organisasjonsformen outsourcing, og der fylkeskommune, står for planlegging og anbudsprosess:

- a) Buss innvendig (takbuer, digitale skjermer, ukeplakater )
- b) Bybanen innvendig (digitale skjermer)

- c) Hurtigbåter innvendig (digitale skjermer, ukeplakater på vegg)
- d) Reklamefelt buss utvendig; lite bakfelt
- e) Reklame på terminaler som i dag ikke er en del av vegvedlikeholdet

2. Reklamefinansiering av leskur og byromsmøbler med forvaltningsmodell tjenesteytelse fra reklameoperatør:

- a) Leskur langs kommunale, fylkeskommunale og statlige veier, samt på de største terminalene i Bergensområdet
- b) Investering, drift og vedlikehold av bysykler, informasjonssøylor, toaletter og byromsmøbler
- c) Mulig opsjon for reklameplassering på Bybanens holdeplasser; på bakvegg i leskur eller frittstående moduler
- d) Aksept for ett tilbud for alle plasseringer slik at en sikrer lik og helhetlig profil for leskur uavhengig av vegstatus, og at fylkeskommunen står som er prosesseier fram til planarbeid er gjennomført og godkjent og kontrakt inngått, og at kommunen og Statens vegvesen deltar aktivt i utrednings- og anbudsprosessen.

3. Innenfor sone vist på kartutsnitt i byrådets vurdering og anbefaling skal hensynet til relevante kulturminner/ -kulturmiljøer ivaretas i tråd med kommuneplanens arealdel. Disse områdene skal skjermes for frittstående reklameflater og reklame i busskur. Torgalmeningen, Torget og Kulturaksen/den grønne akse, skal holdes fri for reklame.

4. Byrådet får fullmakt til å delta i utforming av plangrunnlag for anbudsprosessen og forhandle med Hordaland Fylkeskommune v/fylkesrådmannen om fordeling av ytelser fra reklameavtalen til finansiering og drift av leskur langs kommunale veier samt byromsmøbler iform av bysykler, toaletter, informasjonsflater og el-ladepunkt.

5. Bystyre ber om at retningslinjer for reklamefinansierte byromsmøbler skal behandles av Bergen bystyre i etterkant av Hordaland fylkesting sin behandling av disse.

6. Fylkeskommunen bes gå i dialog med andre kommuner og fylkeskommuner som har inngått tilsvarende avtaler, om utformingen av konkrete punkter i en eventuell avtale, slik at Bergen i størst mulig grad kan lære av erfaringene fra andre byer.

7. Bergen kommune ber om at avtalen omfatter investering, drift og vedlikehold av minst to offentlige toaletter i Bergen sentrum.

8. Bergen kommune ber om at reklameflatene ikke lyssettes.

### **Vidare politisk handsaming**

Slik det går fram av vedtaket frå Fylkestinget skal Fylkesutvalet ha tilbake sak, inkludert forslag til retningslinjer, når resultatet av forhandlingane med Bergen kommune om fordeling av ytingar frå reklameavtalen til byromsmøblar ligg føre.

Punkt 5 i vedtaket frå Bergen bystyre kan lesast som at bystyret forventar at også retningslinjene som vert lagt til grunn for kontrakt med reklameoperatør vert lagt fram til handsaming. Dette er ikkje i tråd med mandatet som er gitt fylkesrådmannen, der det klart går fram at fylkesrådmannen har fullmakt til å setje i verk anbuds konkurransen med formål å inngå kontrakt, og å forhandle fram avtale med reklameoperatør.

## **2. Prosjektet reklamefinansiert kollektivtransport**

Eit prosjekt er sett i gang for å gjennomføre planarbeidet og to anbuds konkurransar:

- *Anbuds konkurranse 1*: rullande kollektivmateriell og kollektivterminalar, jf. punkt 3 i Fylkestingets vedtak i sak 89/2013. Kontraktstildeling er forventet første halvår 2015.
- *Anbuds konkurranse 2*: reklamefinansierte leskur, reklame på haldeplassar og byromsmøblar, jf. punkt 2 i Fylkestingets vedtak i sak 89/2013. Kontraktstildeling er forventet første halvår 2016.

Grunngevinga for ei slik deling er som følgjer:

- Prosjektet startar med dei flatene Hordaland fylkeskommune sjølv disponerer fordi dette vert vurdert som den minst kompliserte anskaffinga
- Ved å starte med rullande materiell vert det lagt til rette for at Hordaland fylkeskommune vil få reklameinntekter i 2015
- Prosess- og prosjektorganisasjonen kan vidareutviklast i takt med aukande kompleksitet i prosjektet
- Ved ei deling kan fleire aktørar i marknaden verte mobilisert og utvikle tenester noko som vil vere til gagn for Hordaland fylkeskommune

Prosjektet vert i første omgang organisert med ei styringsgruppe, ei prosjektgruppe og ei ressurs- og høringsgruppe. I neste del av prosjektet vil Bergen kommune, Statens vegvesen og eventuelt andre aktørar verte involvert i prosjektorganiseringa.

Marknaden for reklamefinansiert kollektivtransport i Noreg er ein sterkt profesjonalisert marknad med få aktørar. Sjølv om det er gjort utrekningar av inntekspotensialet ved reklamefinansiering er det først i forhandling med marknaden at det faktiske inntekspotensialet vert fastsett. For at Hordaland fylkeskommune og Bergen kommune skal hente ut mest mogleg av avtalane som vert gjort, er det derfor avgjerande med god kjennskap både til marknaden og ikkje minst til liknande avtalar i andre byar og tilsvarende prosesser som har funne stad andre plassar. Dette er kunnskap det tar tid å byggje opp, mellom anna fordi mykje av sakshandsaminga i slike prosessar ikkje er offentleg. Ved å leggje opp til ein raskare prosess enn det som her vert skissert, risikerer ein såleis å komme i ein situasjon der det fulle inntekspotensialet ikkje vert henta ut.

Den delen av prosjektet som omfattar reklamefinansierte leskur, reklame på haldeplassar og byromsmøblar har mange interessentar. Statens vegvesen understreker i si tilbakemelding behovet for å utgreie kva haldeplassar som kan verte reklamefinansiert ut frå omsyn til trafikksikring. Bergen bystyre legg i sitt vedtak vekt på omsynet til relevante kulturminner/ -kulturmiljø og føreset at nokre område vert skjerma medan andre område skal vere heilt reklamefrie. Ein plan for denne delen av prosjektet vil derfor også innebere omfattande kontakt med ulike faginstansar både på kommunalt og fylkeskommunalt nivå, innspel frå fagmiljø med omsyn til trafikksikring, byplanlegging, bymiljø o.a., og stor grad av offentleg interesse som må handterast profesjonelt og godt. På denne bakgrunn vert det å rekne som ein kritisk suksessfaktor at prosjektet vert gitt tilstrekkeleg tid til å greie ut og spesifisere/skildre oppdraget godt.

### **Del 1 av prosjektet vil bli gjennomført i følgjande hovudfasar:**

Fase 1: Førebuing, analyse, plan

- Bakgrunnsinformasjon (hausten 2014)
  - Prosjektet ønskjer å samle erfaring frå andre byer og aktørar for å få fram beste praksis
- Dialog med marknaden (hausten 2014)
  - Prosjektet vil gjennomføre dialogkonferanse og -møter med aktuelle marknadsaktørar
- Utarbeiding av konkurransegrunnlag (ferdig medio februar 2015)
  - Kravspesifikasjon, konkurransegrunnlag, prismodell og mal for kontrakt

Fase 2: Anskaffing (våren 2015)

- Kunngjering
- Evaluering
- Forhandlingar

- Kontraktstildeling

Fase 3: Kontraktoppstart og utrulling (hausten 2015)

**Del 2 av prosjektet vil bli gjennomført i følgende hovedfaser:**

Fase 1: Førebuing, analyse, plan og spesifikasjon/oppdragsskildring (2015)

Fase 2: Anskaffing (1. halvår 2016)

Fase 3: Oppstart utrulling (2. halvår 2016)