



Raadsvergadering
15 december 2011

Agendanummer

Onderwerp:
Reclamebelasting

Steenbergen, 8 november 2011

Aan de Raad,

1. Inleiding

In uw vergadering van 27 oktober 2011 hebt u in principe ingestemd met de invoering van reclamebelasting in Steenbergen. U hebt het college verzocht u in december 2011 een voorstel tot een Verordening reclamebelasting te doen. Door middel van dit voorstel voldoen wij aan uw verzoek. Dit voorstel gaat in op de relevante aspecten rond (de invoering van) reclamebelasting. Om u een goed beeld te geven van de mogelijkheden schetsen wij u twee scenario's: één met een vast tarief en één met een gedifferentieerd tarief. Een Verordening, inclusief een toelichting, is voor beide opties afzonderlijk als bijlage bij dit voorstel gevoegd.

2. Achtergrond

Sinds 2009 werken gemeente en ondernemersverenigingen aan het project Stad/Haven. Inmiddels is daarover verschillende malen aan u gerapporteerd en hebt u verschillende besluiten over dit project genomen. Op hoofdlijn bestaat het project uit twee delen: herinrichting van de openbare ruimte en maatregelen ter vergroting van de (economische) aantrekkingskracht van het centrumgebied van Steenbergen.

In uw vergadering van 27 oktober 2011 hebt u het definitieve uitvoeringsprogramma vastgesteld. Dit uitvoeringsprogramma is ook door de ondernemersverenigingen RPS en KHN goedgekeurd. Voor de realisatie van dat uitvoeringsprogramma zijn middelen nodig, meer dan er nu voorhanden zijn. U hebt aangegeven dat u ook van ondernemers een wezenlijke bijdrage in de opwaardering van het centrumgebied verwacht. Niet alleen in termen van meedenken, maar ook in financiële termen. Daarom is met ondernemersverenigingen gezocht naar mogelijkheden om hun financiële bijdrage aan een aantrekkelijker centrumgebied uit te breiden. Dat onderzoek heeft uitgewezen dat de invoering van reclamebelasting op korte termijn daartoe de enige realistische optie is. Op die manier kan op relatief eenvoudige wijze de financiële participatie van alle ondernemers in het centrumgebied worden bereikt. Iedereen draagt dan zijn/haar steentje bij aan de kwaliteitsimpuls in het centrum.

Door middel van invoering van reclamebelasting kunnen alle projecten die nu zijn opgenomen in het uitvoeringsprogramma worden uitgevoerd. De realisatie van die projecten draagt op verschillende manieren bij aan het versterken van de aantrekkingskracht van het centrumgebied van Steenbergen. Dit moet leiden tot een gebied waar het voor velen aangenaam wonen, werken, winkelen en ondernemen is.

3. Overwegingen

Algemeen

Gemeenten genieten grote vrijheid bij het invoeren van reclamebelasting. Deze belasting is overigens gebaseerd op artikel 227 van de Gemeentewet. Dat artikel luidt: 'Ter zake van openbare aankondigingen zichtbaar vanaf de openbare weg kan een reclamebelasting worden geheven.' Steeds meer gemeenten

voeren reclamebelasting in. Dat leidt ook tot meer jurisprudentie over de 'do's en don't's' bij de invoering van reclamebelasting. Bij de opstelling van de bijgevoegde Verordeningen hebben wij ons laten adviseren door een terzake kundige juridisch adviseur. In de Verordeningen is de meest recente relevante jurisprudentie verwerkt. Enkele specifieke aandachtspunten staan hieronder afzonderlijk vermeld.

Reclame

Een reclame-uiting is gedefinieerd als 'een openbare aankondiging, zichtbaar vanaf de openbare weg'. Binnen deze algemene definitie is onderscheid te maken naar verschillende typen reclame-uitingen.

Tijdens de inventarisatie in Steenbergen - die diende als basis voor het raadsvoorstel van oktober 2011 - zijn verschillende typen reclame wel en niet meegenomen. Ter verduidelijking van de resultaten van de inventarisatie (vierkante meters reclame oppervlak) is de meetmethode opgenomen in de Verordening (artikel 6).

Toepassingsgebied

De gemeente is vrij om het gebied waarop de reclamebelasting van toepassing is, vast te stellen. Zij kan er daardoor voor kiezen om niet de gehele gemeente, maar slechts een (logisch) deel daarvan als toepassingsgebied te benoemen. Uit beschikbare jurisprudentie is duidelijk dat bij beperking van het toepassingsgebied, een solide motivatie erg nuttig is ingeval van bezwaar en beroep. Het college stelt voor het toepassingsgebied te beperken tot die delen van de kern Steenbergen waarop het uitvoeringsprogramma effect heeft. Dat betreft het centrumgebied en dat is ook het gebied waarbinnen de activiteiten en de voorzieningen uit het uitvoeringsprogramma zullen neerslaan. Daar bevindt zich ook de overgrote meerderheid van de detailhandel in Steenbergen. Op bijgevoegde kaart is dit gebied aangeduid. Gelet op het karakter en toepassingsgebied van het uitvoeringsprogramma is het niet opportuun andere detailhandelzones in Steenbergen (Molenweg, Reinierpolder) onder de Verordening te brengen.

Vrijstellingen

De gemeente heeft de mogelijkheid om specifieke uitingen vrij te stellen van reclamebelasting, zij is daartoe niet verplicht. Alle gemeenten maken van die mogelijkheid gebruik. Het betreft veelal vrijstellingen voor: tijdelijke uitingen (vergt hoge perceptiekosten), (algemene) bewegwijzering, uitingen die door of in opdracht van de gemeente zijn aangebracht, uitingen op bouwterreinen, brievenbussen, (overheids)uitingen die een ideëel doel dienen, specifieke uitingen op openbare gebouwen, specifieke vlaggen en borden bij te koop/te huur staande panden. Het college stelt voor deze vrijstellingen ook voor Steenbergen op te nemen.

Tariefstelling

In de commissievergadering 'ruimte en economie' van 12 oktober 2011 bleek een meerderheid van de commissieleden voorkeur te hebben voor een gedifferentieerde tariefstelling. In het overleg met de ondernemersverenigingen bleek dat zij een voorkeur hadden voor een vlak tarief. Daarom presenteert het college u beide varianten, inclusief de voor- en nadelen van beide.

Vlak tarief

Wanneer voor een vlak tarief wordt gekozen is er sprake van twee klassen: wel of geen reclame. Ingeval een object één of meerdere reclame-uitingen heeft wordt een belasting van € 490,- per jaar opgelegd. Bij vaststelling van dit basistarief is rekening gehouden met de kostendekkingsgraad van het uitvoeringsprogramma en de huidige bijdragen van ondernemers aan activiteiten in het centrumgebied.

In termen van perceptiekosten wordt gerekend met 13% van de bruto opbrengst. Dit percentage is gespecificeerd in tabel 1. In het eerste jaar wordt daaraan met het oog op de opstart van de belasting eenmalig 15% van de bruto-opbrengst toegevoegd. Deze percentages zijn gebaseerd op (landelijke) ervaringsgegevens van de adviseur en de eigen ervaring met andere vormen van gemeentelijke belastingen.

In niet-financiële termen levert een vlak tarief weinig juridische conflictpunten op. Daarnaast is de jaarlijkse actualisatie zonder externe hulp door ambtenaren uit te voeren, wat de uitvoering vereenvoudigt. Een vlak tarief verbindt echter geen consequenties aan verschillende hoeveelheden reclame per object. Dat maakt de verwerking van wijzigingen in de oppervlakten gemakkelijker te verwerken.

Gedifferentieerd tarief

De invoering van een gedifferentieerd tarief impliceert verschillende klassen. Inclusief grenzen tussen deze klassen. In de voorgestelde Verordening zijn vier klassen onderscheiden. De meeste reclame-uitingen in het centrumgebied bevinden zich in de klasse 0.1 m² - 10 m². Het basistarief van € 490,- (per jaar) is dan ook op deze klasse afgestemd. Bij vaststelling van dit basistarief is rekening gehouden met de kostendekkingsgraad van het uitvoeringsprogramma en de huidige bijdragen van ondernemers aan activiteiten in het centrumgebied. In het kader van de differentiatie zijn bovenop deze klasse twee aanvullende klassen benoemd: 10 m² - 20 m² en meer dan 20m². In beide gevallen bedraagt de tariefsprong € 200,- per klasse. In beide aanvullende klassen gezamenlijk bevinden zich tussen de 25 en 30 objecten. Het hebben van klassengrenzen brengt onherroepelijk discussie over die grenzen met zich mee. Dat leert ook de ervaring uit andere gemeenten. Die discussie betreft met name objecten die zich net boven een klassengrens bevinden. De gevolgen van die discussie zijn extra perceptiekosten.

Wanneer wordt gewerkt met klassen is de bruto-opbrengst hoger dan in een vlak tarief variant. Wanneer het aantal objecten in de hogere tariefklassen in negatieve zin afwijkt van de inventarisatie, vervallen meer inkomsten dan bij een afwijking in de vlak tarief variant.

In termen van kosten brengt de gedifferentieerde variant jaarlijkse kosten voor inventarisatie (opmeten), aanslag en bezwaar en beroep (met name rond klassengrenzen) met zich mee. De verwachting is dat deze extra kosten ten gevolge van verschillende klassen op jaarbasis € 11.000,- (eerste jaar) en € 7.000,- (tweede en volgende jaren) bedragen, bovenop de kosten van de vast tarief variant. Het betreft kosten voor de jaarlijkse inventarisatie (€ 3.000,-) en additionele kosten voor de behandeling van beroep en bezwaar (restant).

In niet-financiële termen lijkt een gedifferentieerd tarief 'eerlijker' te zijn dan een vast tarief. Immers, hoe meer reclame, hoe hoger het tarief. De inventarisatie is gecompliceerder dan bij het 'vast tarief' en kan niet zonder externe hulp plaatsvinden. Ook bestaat er aanzienlijk meer kans op (tijdrovende) juridische procedures. Daarbij leveren wijzigingen in de reclameoppervlakten gedurende het jaar, vanwege te wijzigen aanslagen, extra perceptiekosten op.

Schema

In het onderstaande overzicht zijn de verwachte gevolgen van invoering reclamebelasting volgens vlak en gedifferentieerd tarief weergegeven. Alle data betreffen verwachtingen, gebaseerd op een veldonderzoek in het centrumgebied. Met name voor wat betreft de perceptiekosten moet worden onderstreept dat het een verwachting betreft; concrete ervaring met reclamebelasting in Steenberg is er op dit moment niet. Voor de goede orde: 'resultaat na uitvoering UP' betreft de middelen die in het betreffende jaar resteren wanneer op de netto-opbrengst in dat jaar de kosten voor in het uitvoeringsprogramma opgenomen projecten in dat jaar daarop in mindering worden gebracht. Het uitvoeringsprogramma is door u in oktober 2011 vastgesteld.

Tabel 1: overzicht financiële situatie varianten na afronding projecten

| Jaar | 2012 | 2013 | 2014 | Resultaat over 3 jaar |
|----------------------------|--------------|-------------|--------------|-----------------------|
| Benodigde middelen UP | 47200 | 57300 | 35000 | 139500 |
| Variant 490/0/0 | | | | |
| Bruto-opbrengsten | 66150 | 66150 | 66150 | |
| Perceptiekosten (-/-) | 18522 | 8600 | 8600 | |
| Netto-opbrengsten | 47628 | 57550 | 57550 | |
| Resultaat na uitvoering UP | 428 | 250 | 22550 | 23229 |
| Variant 490/200/200 | | | | |
| Bruto-opbrengsten | 72750 | 72750 | 72750 | |
| Perceptiekosten (-/-) | 29522 | 15600 | 15600 | |
| Netto-opbrengsten | 43228 | 57150 | 57150 | |
| Resultaat na uitvoering UP | -3972 | -150 | 22151 | 18029 |

Conclusie

Tabel 1 biedt een vergelijking tussen beide varianten over een periode van drie jaar. Uit deze vergelijking blijkt dat de variant met een vlak tarief naast een positief saldo in elk jaar ook de meeste ruimte biedt om sommige projecten extra te benadrukken. Projecten met het oog op de promotie van activiteiten en voorzieningen in Steenberg en zouden die financiële ruimte goed kunnen gebruiken.

Met het oog op de verschillen in financieel resultaat, de inspanning die moet worden geleverd voor inventarisatie en (mogelijke) bezwaren en beroepsprocedures stelt het college voor bij invoering van reclamebelasting uit te gaan van een vlak tarief van € 490,- per belastbaar object. Dit tarief houdt geen rekening met de verschillen in de afmetingen van reclame-uitingen. Dit weegt volgens het college echter niet op tegen de 'praktische voordelen' rond de invoering en handhaving, de verwachte meeropbrengsten van de 'vlak tarief' variant en draagvlak bij de ondernemersverenigingen.

Opbrengst

De mogelijke invoering van reclamebelasting staat niet op zichzelf. De aanleiding is het door u en de ondernemersverenigingen vastgestelde uitvoeringsprogramma en de daaraan verbonden financiële opgave. De invoering van reclamebelasting is dan ook direct gekoppeld aan de financiële kant van het uitvoeringsprogramma. Anders gezegd: het is de bedoeling dat de netto-opbrengst van eventuele reclamebelasting volledig wordt gebruikt ter bekostiging van de betreffende onderdelen van het uitvoeringsprogramma. Mochten de netto-opbrengst de verwachtingen overstijgen, dan kan bijvoorbeeld meer worden besteed aan promotionele uitingen in de regio.

Om de besteding van de vrijkomende middelen conform deze afspraak te laten verlopen, verdient het aanbeveling dit in een convenant met alle betrokken partijen vast te leggen. Naast de bestemming van de (netto)opbrengst reclamebelasting aan het uitvoeringsprogramma in een convenant, kunnen in een bijbehorend protocol de praktische afspraken over uitgaven vanuit het budget worden gemaakt. De inkomsten uit belastingen zijn en blijven gemeentelijke middelen. Daarom moet in het protocol afdoende aandacht worden geschonken aan de verantwoordingsystematiek, zodat alle uitgaven conform het gemeentelijk inkoopbeleid plaatsvinden.

Communicatie

De invoering van reclamebelasting in Steenberg en zal veel ondernemers aangaan. Tijdens de commissievergadering 'ruimte en economie' van 12 oktober 2011 is opgemerkt dat een aanzienlijk aantal ondernemers op dit moment niet in het project participeren. Het ontbreken van die participatie betekent (waarschijnlijk) ook het ontbreken van informatie over het project. Ook met het oog daarop is zorgvuldige communicatie over de invoering van reclamebelasting richting ondernemers noodzakelijk. Die communicatie betreft een aantal stappen:

- Mondelinge toelichting op het voorstel van het college aan de gemeenteraad; (indien door ondernemers gewenst)
- Mondelinge toelichting op het besluit van de gemeenteraad, inclusief de stappen die worden gezet tot het versturen van de aanslag;
- Bij het versturen van de aanslag de resultaten van de inventarisatie per object meezenden;
- Ondernemers via nieuwsbrieven en ondernemersverenigingen informeren over de voortgang van verschillende (deel)projecten

Overig

Tijdens de commissievergadering van 12 oktober 2011 heeft een tweetal ondernemers ingesproken op het onderwerp reclamebelasting. Een concreet verzoek betrof het verlenen van een vrijstelling voor 'gezondheidsdiensten'. Dit op basis van het feit dat de betreffende ondernemer slechts klanten via doorverwijzing kreeg. Het college is van mening dat ook in dat geval naamsbekendheid bij een groter publiek tot een grotere klantenkring kan leiden. Immers, er bestaan meerdere mondhygiënepraktijken waar naartoe mensen kunnen worden doorverwezen. In dat licht zal ook deze ondernemer (kunnen) profiteren van de publiekstrekkende werking van de (deel)projecten. Een specifieke vrijstelling voor deze beroepsgroep is wat het college betreft dan ook niet aan de orde. Ook juridisch gezien hoeft een ondernemer geen (aantoonbare) voordelen van reclamebelasting te hebben om zijn reclame-uitingen onder de belasting te laten vallen. Het hebben van een reclame-uiting is wat telt.

Tijdens de bespreking in de genoemde commissievergadering is gevraagd naar de verhouding tussen het rekestarief van € 490,- in Steenberg en de tarieven in Bergen op Zoom. Navraag heeft uitgewezen dat ondernemers in Bergen op Zoom weliswaar minder reclamebelasting betalen, maar ook dat zij daarnaast een bijdrage leveren aan de activiteiten van de ondernemersvereniging (BIZ-regeling). Afhankelijk van de locatie (A of B) betalen Bergse centrumondernemers gemiddeld € 390,- reclamebelasting (in klasse 0.2 m² - 10 m²) en een bijdrage van € 500,- (A) of € 200,- (B) aan de BIZ.

4. Middelen

De voor de invoering van reclamebelasting benodigde middelen zijn afhankelijk van de gekozen variant. Voor de specifieke (begrote) kosten per variant: zie financiële overzicht.

In alle gevallen worden de kosten in mindering gebracht op de bruto-opbrengst van de reclamebelasting.

5. Risico's

Maatschappelijk/sociaal

- Het niet invoeren van reclamebelasting slaat een deuk in het vertrouwen in de gemeente van betrokken ondernemers(verenigingen);
- De invoering van reclamebelasting kan tot weerstand bij sommige ondernemers leiden, met bezwaar- en beroepsprocedures tot gevolg;
- Gebrekkige communicatie met de ondernemers kan leiden tot extra bezwaar en beroepsprocedures;

Juridisch/wettelijk

- De invoering van reclamebelasting kan tot weerstand bij sommige ondernemers leiden, met bezwaar- en beroepsprocedures tot gevolg;
- De invoering van een gedifferentieerde tariefstructuur kan leiden tot extra bezwaar en beroepsprocedures.

Politiek/bestuurlijk

- Het niet invoeren van reclamebelasting slaat een deuk in het vertrouwen in de gemeente van betrokken ondernemers(verenigingen);

Onvoldoende inzicht

- op dit moment zijn de exacte opbrengsten en kosten niet vast te stellen

Financieel/economisch:

- Het niet invoeren van reclamebelasting slaat de financiële bodem onder een essentieel deel van het project Stad/Haven weg;
- Het niet goed vastleggen van de financiële afspraken kan tot misverstanden leiden tijdens de loop van het project;
- De invoering van een gedifferentieerde tariefstructuur kan leiden tot extra bezwaar en beroepprocedures.

6. Aanpak

Besluiten tot invoering van reclamebelasting met een vlakke tariefstructuur per 1 januari 2012. De netto-opbrengsten van deze belasting inzetten voor de 'centrumfonds' projecten uit het uitvoeringsprogramma Stad/Haven. Opstellen convenant en protocol met ondernemersverenigingen om de concrete (financiële) afspraken vast te leggen. Jaarlijkse voortgangsrapportage aan de raad. Rondom invoering reclamebelasting goede communicatie met betrokken ondernemers, in samenwerking met ondernemersverenigingen.

7. Voorstel

- invoeren reclamebelasting in Steenbergen per 1 januari 2012 met een vlak jaartarief van € 490,- per vestiging;
- de betreffende Verordening reclamebelasting Steenbergen vaststellen en op de dag na vaststelling publiceren;
- besluiten de netto-opbrengst van de reclamebelasting te besteden aan de projecten 'centrumfonds' van het uitvoeringsprogramma Stad/Haven;
- het college opdracht geven tot het nader uitwerken van de financiële systematiek in samenspraak met de ondernemersverenigingen, voordat middelen worden besteed;
- het college opdracht geven de invoering van de reclamebelasting goed te communiceren met ondernemers, in samenspraak met ondernemersverenigingen;
- het college opdracht geven een jaarlijkse voortgangsrapportage van project Stad/Haven aan de raad aan te bieden;

Hoogachtend,
burgemeester en wethouders van Steenbergen,
de secretaris, de burgemeester,

mr. J.M.W.H. Leloux

J.J. Hoogendoorn