



Datum: 8 juli 2014 Nr.: 36B-2014
Van: het college van burgemeester en wethouders
Aan: de raad van de gemeente Roosendaal
Kopie aan: Wethouders. C. Lok en H. Verbraak; RO: S. Elseman, R. van Gastel; IDC: C. van Steenpaal
Onderwerp Evaluatie reclamebelasting 2012-2013
Bijlage: -

Inleiding

Eind 2013 is naar aanleiding van een motie van PeP toegezegd om de reclamebelasting te evalueren. Deze belasting is in 2012 ingevoerd als vorm van particuliere ondernemersbijdrage aan het binnenstadsfonds.

Het fonds is gevormd om invulling te kunnen geven aan het binnenstadsmanagement en de uitvoering van het gezamenlijke businessplan van onze publiek-private samenwerking met Collectief Roosendaal. In totaal wordt uitgegaan van een besteedbaar bedrag van € 310.000,- per jaar. Het betreft een gemeentelijke bijdrage van € 150.000,- en een ondernemersbijdrage van € 160.000,- (de netto-opbrengst van de reclamebelasting van ca. € 140.000,- en een daaraan gelieerde particuliere bijdrage vanuit de niet-belaste winkelcentra van ca. € 20.000,-).

Doel

Via deze raadsmededeling willen wij u nader inzicht geven in het functioneren van de reclamebelasting en de doelgerichte inzet van deze particuliere bijdrage aan het binnenstadsfonds..

Informatie

Gelet op de publiek-private samenwerking zijn onderstaande bevindingen in het Dagelijks Bestuur van het Binnenstadsmanagement besproken met en ook onderschreven door Collectief Roosendaal.

De werkwijze

De afgelopen 2 jaar heeft de gemeente, de ondernemersbijdragen geïnd via de heffing van reclamebelasting in de binnenstad. De wijze waarop de reclamebelasting wordt geheven is geregeld in de gemeentelijke "Verordening reclamebelasting 2012". De belasting wordt geheven van degene van wie dan wel ten behoeve van wie reclameobjecten worden aangetroffen, naar een vast bedrag per vestiging, ongeacht de oppervlakte van de reclameobjecten. Er is sprake van 2 belastinggebieden. In het autoluwe gebied geldt een tarief van € 400,-/ jaar en in het overige gebied gelegen binnen en aan de ring en de Kade een tarief van € 250,-/ jaar.

Alvorens overgegaan kan worden tot belastinginning moet het bestand van belastingplichtigen worden bepaald. Dit bestand is, gelet op de dynamiek in de binnenstad, niet statisch; om deze reden wordt het bestand halfjaarlijks geactualiseerd. Op basis van het bestand verstuurt de BWB halverwege het jaar de aanslagen (ca. 500) en volgt de incasso in termijnen.

Met betrekking tot de werkwijze wordt het volgende opgemerkt:

- Bij de allereerste aanslag in 2012 is helaas een fout gemaakt met de adressering; deze is kort daarna echter weer met excuses van de BWB rechtgezet.
- Het eerste jaar werden relatief veel bezwaren ingediend. Van de 112 bezwaarschriften waren er 12 van principiële aard. Bij de overige bezwaren ging het vooral om, onjuiste tenaamstelling, geen gebruiker meer, geen reclame-uiting (meer) of een beroep op vrijstelling. Aan bezwaarmakers is in afwachting van de uitspraak uitstel van betaling verleend voor het gehele aanslagbedrag. Uiteindelijk zijn zo'n 40 bezwaren gegrond verklaard.
- Doordat eerst jaarlijks aan het begin van het kalenderjaar moet worden bepaald of er sprake is van een belastingplicht worden de aanslagen doorgaans in het 2^e kwartaal verzonden. Mede door de mogelijkheid van bezwaar kan de werkelijke belastingopbrengst pas op een laat moment definitief worden vastgesteld. De gemeente verstrekt het DB van het binnenstadsmanagement jaarlijks een voorschot gebaseerd op verwachte netto-belastingopbrengst.
- Collectief Roosendaal is er in geslaagd om vanuit de niet-belastingplichtige winkelgebieden Roselaar en Passage een particuliere ondernemersbijdrage in het binnenstadsfonds te regelen. Bij de vaststelling van deze bijdrage is uitgegaan van de ter plaatse geldende reclamebelastingtarieven.

De netto-opbrengst reclamebelasting.

De eerste 2 jaren lag de opbrengstraming (op basis van het bestand belastingplichtigen) dicht bij het bedrag van € 140.000,- zoals opgenomen in de meerjarenbegroting van het binnenstadsmanagement. De opbrengstverwachting en de werkelijke netto-opbrengst komen vooralsnog goed overeen.

Gelet op de druk op het winkelbestand en het feit dat er ook minder belastbare reclameobjecten worden waargenomen, wordt er rekening mee gehouden dat de opbrengstverwachting voor de komende jaren mogelijk enigszins neerwaarts moet worden aangepast.

Draagvlak.

De reclamebelasting is in 2012 ingevoerd op verzoek van Collectief Roosendaal, met inmiddels ruim 220 leden. De belasting als zodanig was dus geen punt van discussie omdat men deze collectieve en solidaire belasting nodig achtte om collectief gewenste voorzieningen en activiteiten in de binnenstad te kunnen realiseren en organiseren en ongewenst freeridersgedrag te voorkomen.

Wat betreft het draagvlak wordt het volgende opgemerkt:

- Binnen de binnenstadsvereniging is geen weerstand tegen reclamebelasting omdat de leden weten en zien wat er met de reclamebelasting gebeurt. Er is een binnenstadsmanager aangesteld die veel voor de ondernemers regelt en doet, gedurende de winter periode is de binnenstad verrijkt met sfeerverlichting, vanaf mei hangen er hanging baskets en gedurende het hele jaar hangen er verschillende banieren, de stad wordt op allerlei manieren gepromoot (winkelkranten, advertentiecampagnes in West-Brabant en België, Hallo Roosendaal-gids, koopzondagposters) en ook de digitale kanalen worden steeds meer gebruikt (o.a. website, Hallo Roosendaal-app, facebook), activiteitenprogramma's worden georganiseerd en / of ondersteund (koopzondagenactiviteiten en evenementenprogramma's als Winter in Roosendaal en de Roosendaalse Wielerzomer). Verder gaat de aandacht via het Keurmerk Veilig Ondernemen en het Kwaliteitsmerk Veilig Uitgaan naar het verbeteren van de veiligheid in de binnenstad voor ondernemers en klanten.
- De vrijwillige particuliere bijdragen vanuit de niet-reclamebelastingplichtige winkelgebieden mogen gezien worden als een solidariteitsverklaring met deze werkwijze van belastinginning voor een gezamenlijk binnenstadsfonds.

Conclusie

De in 2012 ingevoerde reclamebelasting ten behoeve van het aantrekkelijk maken van de binnenstad voldoet. De financiële middelen armslag die daar mee is gecreëerd wordt door Collectief Roosendaal op diverse wijze ingezet voor aan het aantrekkelijker maken van de binnenstad. Er is bij de belastingplichtigen nagenoeg geen weerstand tegen de reclamebelasting meer omdat de belastingplichtigen in hun omgeving kunnen constateren dat de gelden worden besteed aan een aantrekkelijker winkel omgeving.

Vervolg (procedure)

De reclamebelasting zal tot en met 2016 geïnd worden, zo is bij de invoering daarvan in 2012 door uw Raad bepaald. In 2016 zal moeten worden gezien of de reclamebelasting (en het daaraan verbonden binnenstadsfonds en binnenstadsmanagement) wordt voortgezet en zo ja op welke manier. Daarbij zal ook rekening worden gehouden met de ontwikkelingen in het kader van Hart voor de Binnenstad.

Afsluiting en ondertekening

Wij vertrouwen erop U hiermede voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,
Burgemeester en wethouders van Roosendaal,
Namens dezen,
De wethouder binnenstad


C. Lok