

<b>Datum raadsvergadering:</b>	21 december 2011	<b>Agenda nr.:</b>	6a
<b>Portefeuillehouder:</b>	Weth. H. Verbraak	<b>Registratiecode:</b>	BC/2011-90
<b>Onderwerp:</b>	Samenwerkingsovereenkomst Binnenstadsmanagement en reclamebelasting.		

Aan de raad van de gemeente Roosendaal

## **Voorstel**

Samenvatting:

De overkoepelende binnenstadsvereniging Collectief Roosendaal wil met ingang van 2012 de publiek-private samenwerking in de binnenstad met de gemeente formaliseren en actief met een professioneel binnenstadsmanagement en een gezamenlijke bijdrage in de kosten invulling geven aan de dringend gewenste aanpak van de binnenstadsproblematiek.

Voor de formalisering willen wij de bijgevoegde samenwerkingsovereenkomst met Collectief Roosendaal en uitvoeringspartner, de Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal, ondertekenen. Deze samenwerkingsovereenkomst is gericht op de collectieve aanpak van de binnenstad ter versterking van de economische positie van de Roosendaalse binnenstad als regionaal koopcentrum. Deze samenwerkingsovereenkomst regelt de wijze waarop de samenwerking met een binnenstadsmanagement plaats zal vinden en de wijze waarop de dekking van de uitvoeringskosten vanuit een binnenstadsfonds gegarandeerd is. In het aan de overeenkomst verbonden Businessplan Binnenstad kiezen de samenwerkende partijen voor een sfeervolle aankleding van de binnenstad met o.a. bloemen en verlichting, voor een aanpak gericht op veilig ondernemen en veilig uitgaan, voor evenementen- en activiteitenprogramma's en doelgerichte marketingcampagnes.

Voor de gemeentelijk bijdrage in de kosten (à € 150.000,-/ jaar) willen wij de hiervoor in de gemeentebegroting opgenomen posten "binnenstadsoverleg" en "citymarketing" inzetten. Collectief Roosendaal, bijna unaniem gesteund door haar Algemene Leden Vergadering, heeft de gemeente verzocht om de ondernemersbijdrage structureel te regelen via het instrument reclamebelasting. Door de vaststelling van bijgevoegde Verordening Reclamebelasting zullen de ondernemers in het centrumgebied structureel meebetalen aan de Collectieve Aanpak vanuit het binnenstadsmanagement en zal geen sprake meer zijn van verstarend free-riders gedrag.

De Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal zal de middelen die via een binnenstadsfonds worden ingezet beheren en de benodigde rechtspersoon bieden aan de publiek-private samenwerking.

Wij stellen u voor:

- 1) eventuele wensen en bedingen kenbaar te maken met betrekking tot de Samenwerkingsovereenkomst Binnenstadsmanagement Roosendaal;
- 2) de "Verordening reclamebelasting" vast te stellen;
- 3) bovengenoemd besluit onder b. na vaststelling door de raad af te kondigen in het Gemeenteblad en te publiceren in de Roosendaalse Bode en op de website;
- 4) voor een periode van 5 jaar, zoals aangegeven in de samenwerkingsovereenkomst, jaarlijks EURO 150.000,- beschikbaar te stellen voor de dekking van de kosten verband houdende met de uitvoering van de samenwerkingsovereenkomst vanuit de in de begroting opgenomen budgetten:
  - E31005 citymarketing 6310500 citymarketing uitvoeringskosten en
  - E31002 econ.ontw. 6310202 overige econ. ontw. Binnenstadsoverleg;
- 5) voor een periode van 5 jaar, zoals aangegeven in de samenwerkingsovereenkomst, jaarlijks een bedrag gelijk aan de opbrengst van de reclamebelasting beschikbaar te stellen voor de dekking van de kosten verband houdende met de uitvoering van de samenwerkingsovereenkomst;
- 6) bijgevoegde begrotingswijziging vast te stellen..

## **Aanleiding**

In het Convenant Actieplan voor de Binnenstad en in het gemeentelijke Ruimtelijk Economisch Actieplan voor de Binnenstad is bepaald dat er in de Roosendaalse Binnenstad een vorm van binnenstadsmanagement moet komen om de gewenste (collectieve) aanpak van de binnenstad mogelijk te maken. In opdracht van de gemeente Roosendaal en onder regie van de Stuurgroep Binnenstad is in 2009 het rapport "Advies opstart centrummanagement" opgesteld door BRO. Dit rapport en de daarin geformuleerde uitgangspunten zijn overgenomen door de Stuurgroep Binnenstad. Van gemeentewege zijn de benodigde financiële middelen structureel opgenomen in de

gemeentebegroting. Het rapport vormt de leidraad voor de publiek-private samenwerking ter bevordering van het economisch functioneren van de Roosendaalse binnenstad.

Om verder invulling te geven aan het binnenstadsmanagement en de financiering ervan zijn de gemeentelijke middelen van 2010 (deels) en 2011 voor dit speciale doel overgeheveld naar het binnenstadsfonds en is door de fondsbeheerder (Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal) op basis van het gemeentelijke "Plan van aanpak op weg naar centrummanagement/ structurele ondernemersbijdrage binnenstadsfonds" opdracht verleend aan een procesmanager om dit proces vanuit ondernemerszijde voor te bereiden door middel van een gedragen businessplan met daarin begrepen een implementatie- en financieringsplan.

Dit proces heeft inmiddels geleid tot een meer gestroomlijnde collectieve aanpak van de binnenstad, de concrete opstart of doorstart van collectieve taken en de oprichting van een overkoepelende binnenstadsvereniging "Collectief Roosendaal". Collectief Roosendaal en de gemeente Roosendaal willen samen met derden vertegenwoordigd in de Stuurgroep Binnenstad sturing geven aan een doelgericht binnenstadsmanagement. In het bijgevoegde businessplan is beschreven op welke wijze beide partijen vorm en inhoud willen geven aan het binnenstadsmanagement en hoe deze samenwerking gefinancierd zal worden. Deze nota is gericht op de formalisering van deze publiek-private samenwerking en meer specifiek op de daarvoor noodzakelijk geachte invoering van reclamebelasting in de Roosendaalse binnenstad.

## **Kader**

De gemeentelijke doelstellingen voor de binnenstad zijn verwoord in het Ruimtelijk Economische Actieplan voor de Binnenstad (REAB):

A) Verbeteren van de lokale en (boven)regionale marktpositie

B) Versterken van de ruimtelijke structuur in de binnenstad

C) Versterken van het organiserend en participierend vermogen van alle betrokkenen in de binnenstad.

In de uitvoeringsagenda van dit REAB is de concrete basis gelegd voor de inrichting van een binnenstadsmanagement. Samen met georganiseerde bedrijfsleven is vervolgens met de voornoemde BRO-nota "Advies opstart centrummanagement" het kader voor dit binnenstadsmanagement geformuleerd. In 2010 is op basis van het "Plan van aanpak op weg naar centrummanagement" gelegenheid geboden aan het georganiseerde bedrijfsleven om tot voldoende draagvlak voor deze samenwerking te komen en een businessplan met financieringsplan te leveren.

Het beoogde binnenstadsmanagement zal zich over diverse reeds lopende processen (o.a. citymarketing binnenstad, Keurmerk Veilig Ondernemen, Kwaliteitsmeter Veilig Uitgaan) ontfermen en ook onderdak bieden voor nieuwe collectieve activiteiten in de binnenstad (o.a. ten behoeve van het Wijkperspectief Centrum). Daar waar het wijkperspectief zich richt op economische doelen is het binnenstadsmanagement aan zet; zodoende is en zal geen sprake zijn van een overlap van werkzaamheden.

## **Motivering / toelichting**

De noodzaak van een krachtige collectieve aanpak van de Roosendaalse binnenstad komt voort uit de algemene negatieve toekomstprognoses voor binnensteden en het reeds groeiende economische probleem in de Roosendaalse binnenstad, dat zich vooral uit in minder bezoekers, minder bestedingen en steeds meer leegstand. Alleen door samenwerking kunnen met beperkte investeringen maatregelen worden doorgevoerd die tot een verbetering van de economische positie kunnen leiden.

Aan de uitgavenkant wordt vooralsnog uitgegaan van een benodigd budget van € 310.000,- voor:

- de organisatie van het binnenstadsmanagement: € 75.000,- ,
- de uitvoering van diverse activiteiten: € 235.000,-
- (extra) projecten: p.m. (die alleen uitgevoerd kunnen worden bij aanvullende financiering).

Het activiteitenbudget is gebaseerd op de volgende uitgaven en investeringsbehoeften:

- aankleding binnenstad (plantenbakken, uniforme sfeerverlichting, banieren, kerstbomen, etc.),
- advertentiecampagnes gericht op lokale, regionale en bovenregionale consumenten waaronder de Belgische markt (winkelkrant, website, 3-hoeksborden, radio en tv, Passe-partout, shoppinggids, stadsmagazines, etc.),
- promotie- en advertentiecampagnes gericht op de koopzondagen,
- synergiebevordering: gezamenlijke promotieactiviteiten ontwikkelen met Rosada Factory Outlet/ Recreatiepark De Stok en, Go Stores Oostplein,
- uitvoering plan van aanpak veilig ondernemen in de binnenstad,
- lokale activiteiten in de winkelstraat of het winkelgebied; activiteiten (van winkeliersverenigingen) die door de andere financieringsstroom niet verloren mogen gaan.

Een binnenstadsmanagement kan alleen opereren en succesvol zijn als de benodigde financiële middelen structureel gegarandeerd kunnen worden. De financiering moet niet een voortdurend discussiepunt vormen; de continuïteit dient voorop te staan. Om deze reden dienen de middelen op basis van meerjarenafspraken in een binnenstadsfonds gebracht te worden. Op basis van het door alle betrokkenen overgenomen BRO-rapport en het uitgangspunt van gelijkwaardige samenwerking is voor de kostendekking gekozen voor cofinanciering. Daarbij is de volgende verdeelsleutel bepaald:

- een vaste gemeentelijke bijdrage van € 150.000,- per jaar
- een bijdrage gelijk aan de netto-opbrengst van de reclamebelasting van naar verwachting ca. € 160.000,-.

In de gemeentebegroting is reeds rekening gehouden met de benodigde jaarlijkse bijdrage. Hiervoor wordt een beroep gedaan op de begrotingsposten voor binnenstadsmanagement (6.310.202) en citymarketing (6.310.500). Dit voorstel is er mede op gericht om deze middelen voor 5 jaar voor dit doel beschikbaar te stellen.

Wat betreft de ondernemersbijdrage geeft Collectief Roosendaal aan dat met vrijwillige ondernemersbijdragen onvoldoende en bovendien geen structurele kostendekking gevonden kan worden; daarbij speelt het freeriders-gedrag een voortdurend discussiepunt. Om deze reden zijn de verschillende gangbare alternatieven voor een verplichte ondernemersbijdrage onderzocht en afgewogen (verhoging van de OZB voor niet-woningen, Bedrijven InvesteringsZone (BIZ) en reclamebelasting). Voor de Roosendaalse binnenstad acht Collectief Roosendaal de invoering van reclamebelasting de beste en misschien ook wel de enige haalbare variant. Inmiddels heeft ook de Algemene Ledenvergadering van Collectief Roosendaal (met ruim 220 leden) zich achter deze financieringsvorm geschaard. Reclamebelasting dient echter door de gemeente te worden geheven. De belasting is van toepassing op openbare aankondigingen aan gebouwen zichtbaar vanaf de openbare weg.

De invoering van een nieuwe belasting lijkt tegenstrijdig aan de gemeentelijke doelstelling tot vermindering van administratieve lasten. Het initiatief tot invoering van deze belasting komt in dit geval echter vanuit ondernemend Roosendaal (dwz. het bestuur van Collectief Roosendaal, gesteund door de Algemene Leden Vergadering). Daarmee veronderstellen wij de aanwezigheid van voldoende draagvlak voor deze belasting. Mocht bij de invoering van de reclamebelasting of op enig later tijdstip blijken dat het draagvlak voor deze belasting ontbreekt dan zullen wij ons zoals bepaald in de Samenwerkingsovereenkomst met Collectief Roosendaal hierover beraden.

De benodigde ondernemersbijdrage kan derhalve verkregen worden door de invoering reclamebelasting. De wettelijke basis hiervoor is geregeld in art. 227 van de Gemeentewet. Reclamebelasting wordt al een aantal jaren in verschillende gemeente toegepast, vooral omdat de heffing beperkt mag worden tot een deel van de gemeente (meestal de binnenstad). Bijna 70% van de gemeenten met een financieringsinstrument voor binnenstadsmanagement kiest voor reclamebelasting. De belastingopbrengst mag vrij worden ingezet, dus ook voor het binnenstadsmanagement. De belasting wordt geheven aan de gebruikers van de panden waar de openbare aankondigingen zijn aangebracht. Voor de heffing dient de gemeenteraad een belastingverordening reclamebelasting vast te stellen.

## **Doel en evaluatie**

Wij willen voor de formalisering en financiering van de publiek-private samenwerking in de vorm van binnenstadsmanagement met binnenstadsfonds bijgevoegde Samenwerkingsovereenkomst Binnenstadsmanagement Roosendaal aangaan met de Binnenstadsvereniging Collectief Roosendaal en de Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal en door middel van de inning van reclamebelasting bij ondernemers in de binnenstad komen tot een cofinanciering.

In de samenwerkingsovereenkomst is ook de verantwoording, alsmede de evaluatie geregeld. De voortgang in het binnenstadsmanagement wordt jaarlijks geëvalueerd door de samenwerkende partijen. De publiek-private samenwerking als zodanig zal tussentijds (na het derde jaar) plaatsvinden. Minimaal zes maanden voor het verstrijken van de looptijd van deze samenwerkings-overeenkomst nemen partijen een besluit over de eventuele voortzetting van deze samenwerkingsovereenkomst. De wethouder economische zaken is bestuurlijk mede-verantwoordelijk voor het binnenstadsmanagement en de inzet van middelen. Vanuit deze verantwoordelijkheid zal ook jaarlijks aan u verantwoording worden afgelegd.

## Financiële aspecten en consequenties

In de gemeentebegroting zijn reeds de volgende posten opgenomen:

- specifiek voor centrummanagement: € 70.000,-  
post: E31002 econ. ontwikkeling 6310202 overige econ. ontw. binnenstadsoverleg
- citymarketing: € 139.000,-  
post: E31005 citymarketing 6310500 citymarketing uitvoeringskosten

Door volledige inzet van de post 6310202 en gedeeltelijke inzet van de post citymarketing (overigens nog steeds voor marketingactiviteiten) kan de gemeentelijke bijdrage in het binnenstadsmanagement a € 150.000,- geleverd worden.

Daarnaast zal de gemeente de opbrengst van de reclamebelasting minus de perceptiekosten die verband houden met de inning van deze belasting en de eventuele juridische kosten die verbonden zijn de invoering van reclamebelasting beschikbaar stellen voor het binnenstadsmanagement. De netto-opbrengst van de reclamebelasting wordt geraamd op € 160.000,- en de perceptiekosten op € 10.000,- a € 15.000,-. Omdat de eventuele juridische kosten nog onzeker zijn zal het binnenstadsmanagement nog rekening moeten houden met een eventuele lagere netto-opbrengst..

Reclamebelasting mag en zal overigens naast precariobelasting worden geheven. Invoering van reclamebelasting zal derhalve niet tot een opbrengstenderving precariobelasting leiden.

Reclamebelasting biedt een bekostigingsvorm waarmee alle belanghebbenden worden verplicht tot meebetalen. Juist omdat de kosten blijkbaar niet op vrijwillige basis te verdelen zijn is het van belang te constateren dat er voldoende draagvlak aanwezig is voor een verplichte heffing. Met andere woorden: de (meeste) ondernemers willen het zelf. Overigens worden in deze geen wettelijke eisen gesteld aan de vorm of de zwaarte van enig draagvlak. Het draagvlak wordt in deze bepaald door de instemming die de Algemene Ledenvergadering van Collectief Roosendaal heeft gegeven aan het voorstel van hun bestuur om de gemeente te verzoeken om voor de binnenstad een reclamebelastingverordening vast te stellen. Met dit voorstel wordt u gevraagd om bijgevoegde Verordening Reclamebelasting vast te stellen.

De belasting is van toepassing op openbare aankondigingen zichtbaar vanaf de openbare weg; het betreft alleen openbare aankondigen op gebouwen (zie verdere Toelichting op de verordening. De belastingopbrengst mag vrij worden ingezet, dus ook voor het binnenstadsmanagement.

Het is de gemeente, namens deze de Belastingssamenwerking West-Brabant, die de reclamebelasting vordert. De aanwezigheid van reclame (zichtbaar vanaf de openbare weg) vormt de grondslag voor de heffing van de deze belasting. Gelet op het werkgebied van het binnenstadsmanagement is het belastinggebied beperkt tot het gebied binnen en aan de Centrumring, aangevuld met de Kade en het Kadeplein. Binnen het gebied wordt onderscheid gemaakt tussen:

- zone A (met een belastingtarief van €400,-): ongeveer het gebied binnen de autoluwe zone (het kernwinkelgebied): Roselaar, Passage, Biggelaar, Markt, Raadhuisstraat (deels), Dokter Braberstraat, Bloemenmarkt, Kerkstraat, Tongerloplein, Kuiperstraat, Nieuwe Markt, Tussen de Markten en Roselaarplein.
- zone B (met een belastingtarief van €250,-): het overige gebied.

Deze tarieven verhouden zich overigens goed tot de tarieven die in deze elders zijn gesteld.

De samenwerking wordt in principe aangegaan voor de duur van 5 jaar met de intentie om structureel samen te blijven werken. Deze looptijd wordt niet alleen van belang geacht om de continuïteit van het binnenstadsmanagement te waarborgen, maar komt ook voort uit de financiële voordelen die het binnenstadsmanagement kan halen uit meerjarenopdrachten naar derden (waarbij 5 jaar in geval van verlichting en beplanting vaak gangbaar is). Opdat de verplichtingen die voortvloeien uit deze publiek-private samenwerking nagekomen kunnen worden is ook de borging van de financiering via het binnenstadsfonds van belang. Om deze reden wordt u met dit voorstel gevraagd om de benodigde middelen gedurende de looptijd van de samenwerkingsovereenkomst beschikbaar te stellen.

Overigens zijn aan de invoering van het binnenstadsmanagement geen extra kosten verbonden, omdat gebruik gemaakt wordt van hiervoor in de meerjarenbegroting beschikbare budgetten. De personele inzet geschiedt onder de volgende voorwaarden:

- de ambtelijke inzet leidt niet extra kosten en heeft geen negatieve gevolgen voor de gemeentebegroting,
- de ambtelijke inzet heeft geen gevolgen voor de formatie en de gemeentelijke organisatie,
- de ambtelijke inzet is gebaseerd op de huidige ambtelijke inzet in de binnenstad,
- extra of specifieke ambtelijke uren zullen uit het binnenstadsfonds opgebracht moeten worden.

## **Communicatie**

Aan dit voorstel is een uitgebreid interactief proces voorafgegaan. Het proces is als zodanig reeds een vorm van publiek-private samenwerking geweest. Wij hebben vooral samengewerkt met het georganiseerde bedrijfsleven vertegenwoordigd in de Stuurgroep Binnenstad. Met de oprichting van Collectief Roosendaal is een specifieke partner voor samenwerking in het binnenstadsmanagement gevonden.

## **Bijlagen**

1. Samenwerkingsovereenkomst Binnenstad Roosendaal, inclusief Businessplan Binnenstad
2. Verordening Reclamebelasting met Tarieventabel, Toelichting en kaartje met de aanduiding van de belastingzones.
3. Begrotingswijziging.

Een ontwerpbesluit bieden wij u hierbij ter vaststelling aan.

Burgemeester en wethouders van Roosendaal,

De loco-secretaris,  
Drs. J.E. Dik

De burgemeester,  
mr. J.M.L. Niederer

<b>Datum raadsvergadering:</b>	21 december 2011	<b>Agenda nr.:</b>	6a
<b>Portefeuillehouder:</b>	Weth. H. Verbraak	<b>Registratiecode:</b>	BC/2011/90
<b>Onderwerp:</b>	Samenwerkingsovereenkomst Binnenstadsmanagement en reclamebelasting		

De raad van de gemeente Roosendaal,

- Gezien het voorstel van het college van burgemeester en wethouders.
- Gelet op het advies van de raadscommissie Bestuur d.d. 15 december 2011.

Besluit:

1. De "Verordening reclamebelasting" vast te stellen;
2. Bovengenoemd besluit onder b. na vaststelling door de raad af te kondigen in het Gemeentebled en te publiceren in de Roosendaalse Bode en op de website;
3. Voor een periode van 5 jaar, zoals aangegeven in de Samenwerkingsovereenkomst Binnenstadsmanagement Roosendaal, jaarlijks EURO 150.000,- beschikbaar te stellen voor de dekking van de kosten verband houdende met de uitvoering van de samenwerkingsovereenkomst vanuit de in de begroting opgenomen budgetten:
  - E31005 citymarketing 6310500 citymarketing uitvoeringskosten en
  - E31002 econ.ontw. 6310202 overige econ. ontw. Binnenstadsoverleg;
4. Voor een periode van 5 jaar, zoals aangegeven in de samenwerkingsovereenkomst, jaarlijks een bedrag gelijk aan de opbrengst van de reclamebelasting beschikbaar te stellen voor de dekking van de kosten verband houdende met de uitvoering van de samenwerkingsovereenkomst;
5. Bijgevoegde begrotingswijziging vast te stellen.

Aldus vastgesteld in de openbare vergadering van 21 december 2011.

De griffier,

De voorzitter,