

Onderwerp: Kaderstelling invoering reclamebelasting in winkelgebied Elst

Ons kenmerk: 14RV000067

Programma(speerpunt): Leren en Werken

Nummer:

Elst, 2 september 2014

AAN DE RAAD

1. Samenvatting

Centrummanagement is een vorm van publiek-private samenwerking, gericht op het vergroten van de aantrekkelijkheid van het centrumgebied Elst om zo het economisch functioneren en de leefbaarheid te versterken. Reclamebelasting is een instrument om structureel financiële middelen hiervoor te hebben.

In dit voorstel stelt u kaders vast over het draagvlak onder de betreffende ondernemers, de looptijd, de basis voor het tarief en de differentiatie in het tarief, de wijze van uitkering van de opbrengst en de rekening en verantwoording en de evaluatie van reclamebelasting.

2. Waarom naar de raad

Het vaststellen van een verordening tot invoering van reclamebelasting hoort tot uw bevoegdheid alsmede ook het stellen van kaders om tot een verordening te komen.

3. Doelstelling en beoogd meetbaar effect

Met uw kaderstelling maakt u duidelijk aan welke voorwaarden voldaan moet worden om tot invoering van reclamebelasting te komen.

4. Argumenten en alternatieven

De Elster Ondernemers Vereniging (EOV) wil graag een winkelcentrum met sfeer en activiteiten om winkelend publiek naar het centrum te trekken. De EOV wil hiervoor het instrument centrummanagement inzetten om gezamenlijk met de ondernemers en gemeente een gezond ondernemersklimaat neer te zetten en Elst te promoten in de regio.

In het voorjaar van 2014 is een werkgroep aan de slag gegaan om via een stappenplan van de Kamer van Koophandel te komen tot invoering van centrummanagement en reclamebelasting, zodat er structurele middelen zijn om alle activiteiten te kunnen bekostigen. In deze werkgroep zitten 2 vertegenwoordigers van de gemeente en 2 vertegenwoordigers van de EOV.

Op 23 april 2014 heeft de werkgroep een informatieavond georganiseerd voor de betreffende ondernemers (139). Het college heeft op 22 april 2014 besloten om medewerking te willen verlenen aan de invoering van centrummanagement en de bekostiging door reclamebelasting mits in een eerste draagvlakmeting (minimaal 50% opkomst) op 28 mei minimaal 60% van de ondernemers zich hebben uitgesproken vóór de invoering.

Er zijn 72 stemmen uitgebracht (52%) waarvan 65 stemmen vóór invoering waren (90%). De voorbereidingen door de werkgroep konden dus verder gaan op basis van de eerste draagvlakmeting.

Reclamebelasting

Reclamebelasting is een algemene belasting die een gemeente op basis van artikel 227 van de Gemeentewet kan heffen, waarvan de opbrengst in de algemene middelen vloeit en vrij besteedbaar is.

Het staat de raad vrij om de opbrengst uit de reclamebelasting aan te wenden op de wijze die het beste past bij het gemeentelijk beleid. De EOv vraagt om de opbrengst van de reclamebelasting te besteden aan centrummanagement Elst, gemeente Overbetuwe.

Heffingsgebied

Op bijgaande kaart is het heffingsgebied aangegeven in het centrum van Elst. Uitgangspunt is panden gevestigd in de blauwe zone. Er is maar een klein aanloopgebied en een groot kerngebied.

Looptijd

Voorgesteld wordt om voor een beperkte tijd van 5 jaar reclamebelasting te heffen. De reden hiervoor is tweeledig:

- a. potentieel belastingplichtigen, zeker degenen die sceptisch tegenover reclamebelasting staan, weten dat de belasting voor een relatief korte periode wordt opgelegd;
- b. in de periode van 5 jaar wordt ervaring opgedaan en aan de hand van evaluatie kan in de loop van het 5^e jaar besloten worden om al dan niet met reclamebelasting verder te gaan.

Tarief

Er zijn verschillende mogelijkheden om als basis voor het tarief te stellen:

- grootte reclame-uiting;
- grootte pand niet-woning, dus oppervlakte;
- WOZ-waarden;
- vast tarief of differentiatie in tarieven.

Voorgesteld wordt om tariefsdifferentiatie in te voeren voor het kerngebied en aanloopgebied.

De redelijkste vorm van heffing is om van de oppervlakte van het pand uit te gaan, geregistreerd in de WOZ-administratie. Over het algemeen heeft een groter pand een groot reclameobject en een kleiner pand een klein reclameobject.

Uitgaan van de grootte van een reclame-uiting brengt heel veel werk met zich mee.

Uitgaan van de WOZ-waarde is ook niet reëel omdat een klein jong winkelpand net zoveel of meer moet betalen als een ondernemer met een groot iets ouder winkelpand.

De beoogde opbrengst is € 75.000 per jaar op te brengen door ongeveer 140 gebruikers van de vestigingen met reclame-uitingen.

Een stichting of een vereniging

Een stichtingsvorm heeft de voorkeur. De stichting wordt gevoed vanuit een platform waarin vertegenwoordigers zitten van betrokken ondernemers. Een stichting kan sneller besluiten nemen dan een vereniging, omdat niet eerst alle leden gehoord moeten worden.

Invoeringskosten en perceptiekosten

Met de oprichting van centrummanagement en de invoering van reclamebelasting zijn kosten gemoeid. De invoeringskosten zullen naar verwachting liggen op € 3.000 en de perceptiekosten op € 2.500. Invoeringskosten zijn o.a. zaalhuur draagvlakmeting, O-meting in aanmerking komende panden, notariskosten, aanpassing software etc. Perceptiekosten zijn o.a. kosten die gerelateerd zijn aan het innen van de belasting, in kaart brengen/houden van reclame-uitingen op panden, kosten bezwaar en beroep etc. Voorgesteld wordt om de invoeringskosten voor rekening van de gemeente te laten komen in 2014 en de perceptiekosten jaarlijks in mindering te brengen op de opbrengst van de reclamebelasting ingaande 2015.



De invoeringskosten worden betaald uit het budget voor belastingen.

Uitkering van de opbrengst en de wijze van verantwoording

Voorgesteld wordt om de uitkering van de opbrengst via één subsidiebeschikking te laten verlopen. Na elk kalenderjaar legt de stichting daarover rekening en verantwoording af. De subsidiebeschikking is het juridische instrument dat kan worden ingezet, als mocht blijken dat ten laste van het budget uitgaven zijn gedaan, die niet overeenkomen met het activiteitenoverzicht, inclusief begroting van het centrummanagement.

Op 16 september vindt de definitieve draagvlakmeting plaats onder toeziend oog van een notaris. Dan zal blijken of er nog steeds voldoende draagvlak is voor centrummanagement en reclamebelasting.

Vervolgens wordt de stichting centrummanagement Elst, gemeente Overbetuwe opgericht bij notariële akte. Vooraf wordt een convenant gesloten tussen gemeente en EO.V.

5. Hoe gaan we dat bereiken en is evaluatie nodig?

In de raadsvergadering van 25 november 2014 wordt aan u de verordening reclamebelasting voorgelegd ter vaststelling, waarin de kaders zijn verwerkt. Zodra u een positief besluit neemt, gaat de reclamebelasting op 1 januari 2015 in. In het 5^e kalenderjaar vindt de evaluatie van reclamebelasting plaats.

6. Communicatie

Vanaf het voorjaar 2014 worden de betreffende ondernemers regelmatig op de hoogte gehouden van de stand van zaken door informatiebijeenkomsten (23 april, 18 en 19 augustus en 16 september), nieuwsbrieven en de website van de gemeente en EO.V.

7. Kosten, baten en dekking

Er zijn geen kosten verbonden aan de vaststelling van kaders voor reclamebelasting.

HET COLLEGE VAN BURGEMEESTER EN WETHOUDERS,
de gemeentesecretaris,

de burgemeester,

Th. Hoex MMO

drs A.S.F. van Asseldonk

8. Relevante stukken

1. Kaart heffingsgebied

Portefeuillehouder: drs. A.S.F. van Asseldonk

Behandelend teammanager voor technische vragen: G.W.E.M. Burgers, tel.: (0481) 362 300, email: info@overbetuwe.nl

