

Technische vragen agendapunt 6 van 7 oktober 2014 over kaderstelling invoering reclamebelasting

Vragen gesteld door: mevrouw M. Wille (Groen Links)

1. Wat zijn de resultaten van de definitieve draagvlakmeting van 16-9-2014?

Antwoord:

De eis voor de definitieve draagvlakmeting was: 50% opkomst waarvan 60% vóór reclamebelasting.

Op 16 september hebben 78 van de 153 ondernemers hun stem uitgebracht (51%), waarvan 68 ondernemers (87%) vóór reclamebelasting.

2. Op de kaart van het heffingsgebied staat een groot blauwgekleurd gebied. Is dit het kerngebied? Ook is er een heel klein roze gebiedje te onderscheiden aan de Grote Molenstraat. Is dit het aanloopgebied?

Antwoord:

Het groot blauwgekleurd gebied is het kerngebied en het roze kleine gebied is het aanloopgebied.

3. Op deze kaart zijn de meeste panden met rode lijntjes aangegeven. Sommige panden zijn echter met roze lijntjes getekend. Heeft dit een betekenis en zo ja welke?

Antwoord:

De panden getekend in roze lijntjes hebben geen betekenis in het kader van de reclamebelasting.

4. Op de kaart zijn een aantal panden met een maatschappelijke functie aangegeven. Ook zij zouden reclamebelasting moeten gaan betalen. Voorbeelden de bibliotheek aan het Europaplein of het voormalig pand van Vivare aan het Europaplein. Wat is de reden dat ook deze 'niet-ondernemers' in het heffingsgebied zijn opgenomen?

Antwoord:

Uitgangspunt is dat ondernemers baat hebben bij de invoering van centrummanagement. Binnen centrummanagement worden jaarlijkse activiteiten georganiseerd, die bekostigd worden met de opbrengsten van reclamebelasting. De activiteiten hebben betrekking op de volgende thema's: branchering/leegstand, bereikbaarheid en parkeren, veiligheid, kwaliteitsverbetering, evenementen, communicatie en promotie.

Ook een bibliotheek, wereldwinkel en andere "maatschappelijke ondernemers" hebben baat bij bijvoorbeeld bereikbaarheid/parkeren, veiligheid, kwaliteitsverbetering etc. Daarom zijn "maatschappelijke ondernemers" in beginsel niet uitgesloten.

5. Artikel 4 luidt: "De basis voor het tarief is het aantal m2 oppervlakte geregistreerd in de WOZadministratie van de vestiging zijnde een niet-woning met reclame-uiting zichtbaar in de openbare ruimte. De belastingaanslag wordt opgelegd aan de gebruiker van een vestiging waarop, waaraan, waarin of waarbij één of meer reclameobjecten zijn aangebracht dan wel zijn geplaatst;" Wat wordt verstaan onder een reclameobject? Is een beeldmerk van de organisatie ook een reclameobject? Wat betekent dat voor vestigingen zijnde een niet-woning, maar bv een vestiging van een maatschappelijke instelling? Als zij buiten een bord plaatsen met bv woningen die te huur zijn, of om een themaweek in de bieb aan te kondigen, is dat dan ook een reclameuiting?

Antwoord:

Reclamebelasting wordt geheven aan de gebruiker van een vestiging waarop, waaraan, waarin of waarbij één of meer reclameobjecten zijn aangebracht dan wel zijn geplaatst, zichtbaar vanaf de openbare weg, zijnde een openbare aankondiging in letters, cijfers, tekens, symbolen, kleuren of een reclamevoorwerp, of een combinatie daarvan.

Een beeldmerk wordt dus ook aangemerkt als een reclameobject en geldt in beginsel ook voor vestigingen van een maatschappelijke instelling.

In de reclameverordening, die eind november aan u wordt voorgelegd ter vaststelling, zullen een aantal uitzonderingen opgenomen worden. Voorbeelden van uitzonderingen zijn: kerken, ziekenhuizen, maar ook openbare aankondigingen, die korter dan 13 weken staan/hangen.

Elst, 1 oktober 2014.

Teammanager Publiekszaken
G.W.E.M. Burgers