

Ondernemers en gemeente willen binnenstad aantrekkelijk houden

Invoering reclamebelasting houdt Zutphen bezig

Steeds meer gemeenten ontdekken de reclamebelasting. Als instrument om af te rekenen met de problematiek van de free-riders én als interessante inkomstenbron van een ondernemersfonds. In Zutphen deed Legitiem onlangs een haalbaarheidsonderzoek. De betrokkenen vertellen..



Remco Feith en Matthijs Spits in het Zutphense centrum

De ergernis onder een selecte groep Zutphense binnenstadondernemers was groot. Altijd zijn het dezelfde ondernemers die opdraaien voor het organiseren van activiteiten én het betalen ervan. Het gemeentebestuur en de Kamer van Koophandel werden benaderd met de vraag hoe dit probleem op te lossen.



Matthijs Spits, beleidsmedewerker Economische Zaken en Toerisme bij de gemeente Zutphen, had niet veel uitleg nodig. "Het probleem was bij ons bekend en het stoorde ons ook. Vooral omdat een aantrekkelijke binnenstad voor iedere gemeente een goed visitekaartje is. We hebben de koppen bij elkaar gestoken en de mogelijkheden bekeken."

Leids model

De eerste optie die voorbijkwam was het zogenaamde Leids model. Het verhogen van de

OZB-belasting 'niet-woningen' en de meeropbrengst ten goede laten komen aan de ondernemers. Een mogelijkheid die werd verworpen omdat er op deze manier geen sprake is van een evenredige lastenverzwaring. Vervolgens kwam de invoering van reclamebelasting ter sprake.

'Een project bekeken'

In elke nieuwsbrief wordt een project centraal gezet en komen de betrokkenen aan het woord. Deze keer verhalen wij over de invoering van de reclamebelasting van de heffingen in de gemeente Zutphen.



vervolg van pagina 1

Een (verplichte) belasting die geldt voor alle ondernemers in een bepaald gebied, zodat de free-riders-problematiek tot het verleden behoort. Positieve ervaringen met de invoering van reclamebelasting in andere gemeenten van vergelijkbare omvang (onder meer Helmond, Doetinchem en Veenendaal), leidden tot het besluit een haalbaarheidsonderzoek te laten uitvoeren.

Uit het offertetraject met drie aanbieders, kwam Legitiem als meest geschikte partij naar voren.

Matthijs Spits: "Ze waren niet de goedkoopste, maar wel het bureau met verreweg de meeste expertise en ervaring. Dat hebben we zwaar laten wegen."

Gerrie Lenting, financieel/juridisch beleidsmedewerker Belastingen voegt toe: "Legitiem voert de controle op de hondenbelasting in Zutphen uit. Die ervaringen zijn uitstekend. Een professioneel en betrouwbaar bedrijf."

Steekproefsgewijs

De noodzakelijke informatie over de binnenstad en het bedrijventerrein werd Legitiem medio maart aangereikt. Afgesproken is dat in de hele gemeente onderzoek wordt gedaan, maar dat de nadruk ligt op de binnenstad en, in mindere mate, bedrijventerrein De Mars. Het onderzoek wordt steekproefsgewijs gehouden. Als de reclame-uitingen in kaart zijn gebracht, kan een schatting worden gemaakt van de mogelijke opbrengst van reclamebelasting en de (perceptie)kosten die ermee zijn gemoeid.

Gerrie Lenting: "Met de module die Legitiem gebruikt kunnen ze snel werken. Medio april verwachten we het eindrapport en daarmee kunnen we verder. Direct na de zomer hoop ik dan het advies aan het college klaar te hebben en een voorstel voor de raad. Als die positief beslist, en daar gaan we op dit moment wel vanuit, kunnen we een verordening opstellen en kan de reclamebelasting met ingang van 1 januari volgend jaar worden ingevoerd. Dat is waar we op mikken."

Het optimisme van Gerrie Lenting en zijn collega Matthijs Spits is mede gebaseerd op positieve geluiden vanuit ondernemerskringen.

Matthijs: "Ze hebben zelf om reclamebelasting gevraagd en tijdens een informatiebijeenkomst voor bestuurders van onder-



Wethouder De Lange: 'Er is draagvlak in ondernemerskringen'

Het haalbaarheidsonderzoek naar de invoering van reclamebelasting in Zutphen wordt uitgevoerd onder verantwoordelijkheid van Rik de Lange, wethouder van onder meer Economische Zaken. PvdA-man De Lange is een groot voorstander van invoering.

"Zutphen heeft een attractieve binnenstad en dat willen we graag zo houden. Maar daar is geld voor nodig en helaas blijken niet alle ondernemers daar op basis van vrijwilligheid aan mee te willen betalen. Wij denken dat het heffen van reclamebelasting een goede manier is om de lasten evenredig over alle schouders te verdelen."

Het voorlopige resultaat van het onderzoek wijst uit dat invoering loont en geeft tevens een indicatie van hoe de lasten het best verdeeld kunnen worden. Rik de Lange: "We hebben gekozen voor een deskundige partij die de wetgeving kent en op de hoogte is van de jurisprudentie op dit gebied. Zij laten ons zien wat de beste vorm is. Bijvoorbeeld een basistarief met daar bovenop een bedrag dat afhankelijk is van de omvang van de reclame. En de vraag is dan natuurlijk ook welke bedragen je daaraan moet koppelen."

Om invoering op 1 januari 2009 mogelijk te maken moet nog veel werk worden verzet, beaamt de wethouder. "Maar het belangrijkste is dat er in ondernemerskringen draagvlak is voor invoering. In principe kan de gemeenteraad gewoon besluiten reclamebelasting in te voeren. Wij doen het echter liever in overleg met de ondernemers. Zoals we straks ook de besteding van de gelden het liefst aan de ondernemers zelf overlaten. Binnen nader af te spreken kaders uiteraard, ook wat betreft de verantwoording. In dat licht is het belangrijk dat het nieuw opgerichte MKB-platform een actieve rol gaat spelen en als aanspreekpunt gaat fungeren."

KvK: 'Vliegende start MKB Zutphen'

De Kamer van Koophandel (KvK) is in de regel geen voorstander van lastenverzwaringen voor ondernemers. Maar in het geval van invoering van reclamebelasting in Zutphen, maakt de KvK bij monde van regioadviseur Remco Feith graag een uitzondering.

"Wij zien reclamebelasting als een goede manier om de free-ridersproblematiek aan te pakken. In Zutphen ligt het helemaal duidelijk, omdat de gemeente heeft aangegeven de baten volledig ten goede te willen laten komen aan de ondernemers. Hooguit met aftrek wat perceptiekosten. Dat er geen geld weggesluisd gaat worden voor andere zaken, vinden wij heel positief."

Namens de Kamer van Koophandel is Remco Feith van het begin af aan betrokken bij de besluitvorming rond de reclamebelasting in Zutphen. *"Wij zijn er voor het bedrijfsleven. Dat is de reden dat we meehelpen het probleem voor ondernemers inzichtelijk te maken en dat we ook meebetalen aan het onderzoek dat wordt uitgevoerd."*

Waar mogelijk ondersteunt Remco Feith ook de pogingen om te komen tot één groot ondernemersplatform in plaats van de huidige versnipperde vorm. *"Door samen op te trekken vergroot je altijd de efficiency. Met Matthijs Spits van de gemeente denk ik ook na over de inrichting van het platform. Als het lukt de reclamebelasting per 1 januari volgend jaar in te voeren en er op die datum ook een goede ondernemersorganisatie te hebben staan met een structureel financieel plaatje als onderlegger, maakt MKB Zutphen straks een vliegende start."*



nemersverenigingen in februari, bleek een groot deel van de aanwezigen enthousiast voorstander te zijn van invoering. Edwin Borghols van Van den Bosch & Partners, een bureau waar Legitiem nauw mee samenwerkt, heeft daar ook een verhelderende uiteenzetting gegeven. Het is niet zo dat we geen hobbels meer verwachten, maar alle seinen staan vooral snog op groen."

MKB-ondernemersplatform

Een prettige bijkomstigheid voor alle partijen is dat er tegelijkertijd met het uitwerken van de plannen voor de invoering van reclamebelasting, initiatieven worden genomen voor het laten samensmelten van de veertien (!!) verschillende ondernemersverenigingen in één MKB-ondernemersplatform Zutphen. Een ontwikkeling die door de gemeente van harte wordt toegejuicht.

Matthijs Spits: "We hopen dat de gesprekken daarover tot resultaat leiden. Als er één gesprekspartner is namens het bedrijfsleven kan er veel efficiënter worden overlegd."

Bijvoorbeeld over de te belasten reclame-uitingen en de inrichting van de verordening.

Matthijs: "Wat dat betreft willen we ons huiswerk goed doen. We hebben het over belastinggeld en het is onze taak dat publiek te verantwoorden. Dat betekent dat er goede afspraken over moeten worden gemaakt. Bijvoorbeeld in de vorm van een convenant met daaraan gekoppeld een uitvoeringsprogramma. Iedereen die dat wil moet zicht hebben op waar de inkomsten uit de reclamebelasting aan worden besteed."



'We hebben er weinig omkijken naar gehad'



336 'nieuwe' viervoeters leverde de controle van de hondenbelasting op in de gemeenten Bennebroek, Heemstede, Zandvoort en Bloemendaal. "Een mooi resultaat", vindt Jenny Dijk, senior Heffingen van Gemeentebelastingen Kennemerland Zuid in Overveen. Samen met collega Joke Sewalt (medewerker belastingen) is ze het aanspreekpunt voor Legitiem, dat de controles uitvoert.

Joke Sewalt (links) en Jenny Dijk

Gemeentebelastingen Kennemerland Zuid is de instantie die sinds 1 januari 2007 namens de gemeenten Bloemendaal, Zandvoort, Bennebroek, Heemstede en Haarlemmerliede en Spaarnwoude de lokale belastingen heft. Een samenwerking die een betere dienstverlening, efficiencyvoordelen en kostenbesparingen moet opleveren.

Van de samenwerkende gemeenten had Zandvoort contacten met Legitiem. Dus was het niet zo vreemd dat het Velpse bedrijf werd uitgenodigd mee te doen in het offertetraject ter zake de controle van de hondenbelasting. "Op basis van deskundigheid en ervaring, de manier van controleren met handcomputers en de prijs, hebben we voor dit bedrijf gekozen", legt Jenny Dijk desgevraagd uit.

Bennebroek werd in z'n geheel gecontroleerd, terwijl in Heemstede, Zandvoort en Bloemendaal bij eenderde van het woningbestand werd aangebeld. Voor Haarlemmerliede en Spaarnwoude wordt de controle hondenbelasting eind 2008 uitgevoerd.

Jenny Dijk: "Alle gemeenten waar we voor werken hadden de controles voorheen verschillend georganiseerd. Omdat in Bennebroek de laatste jaren geen controle was gehouden hebben we besloten die hele gemeente te laten doen. Eind dit jaar gaat Legitiem in alle gemeenten opnieuw aan de slag."

Soepel

De controle werd in november en december van 2007 gehouden. Voorafgaand werd de actie in een lokale huis-aan-huis-krant aangekondigd en dat leverde al een flink aantal nieuwe aangiften op.

Joke Sewalt: "De controle zelf is soepel verlopen. Het is leuk om via de website van Legitiem te kunnen zien waar de controleurs zich bevinden, al heb ik dat niet dagelijks gevolgd. Daarvoor zijn we hier veel te druk. We hadden vertrouwen in de aanpak en daarin zijn we niet teleurgesteld. De samenwerking met projectleider Michiel van der Heijden was uitstekend. Als er al eens iets was, was één telefoontje voldoende om duidelijkheid te krijgen."

Er kwamen een aantal telefoontjes bij GBKZ met opmerkingen en/of vragen over de uitgevoerde controle.

Joke Sewalt: "De meeste mensen die bellen hebben een hond die al is aangemeld en dan vinden ze het vervelend als ze toch worden gecontroleerd. Op zich kan ik me daar iets bij voorstellen, maar mijn uitleg is altijd dat het nu eenmaal een huis-aan-huis-controle betreft. De mensen begrijpen deze uitleg. De controleurs hebben een rustige benadering. Het zijn over het algemeen mannen op leeftijd. Mensen met de nodige levenservaring."

Deskundigheid

Als de nieuwe aangiften zijn verwerkt volgt mogelijk nog een nacontrole, waarna het onderzoek voorlopig wordt afgesloten. Eind van het jaar volgen andere wijken in de verschillende gemeenten.

Jenny Dijk: "In veel gemeenten werden dit soort controles vroeger in eigen beheer gedaan. Die tijd is voorbij. Aan de deskundigheid en professionaliteit van een gespecialiseerd bedrijf als Legitiem kunnen wij niet tippen. Daarom hebben we een contract met hen afgesloten. Zij hebben het werk naar volle tevredenheid uitgevoerd. We hebben er heel weinig omkijken naar gehad. Precies zoals de bedoeling was."



Enno Soeren is
Sectormanager
Publiekszaken bij de
gemeente Maastricht.
Een 37-jarige
Maastrichtenaar die zeer
begaan is met de ontwik-
kelingen binnen het
belastingvak en daar op
deze pagina over vertelt.

€ 11,20

Wat doet u met € 11,20? Ik koop er bijvoorbeeld 2 flessen wijn voor, of 5 ons ham. Twee stukken kaas of een DVD kan ook. Een pak luiers of 8 liter benzine.

Stel je moet per jaar € 11,20 meer aan contributie voor de sportvereniging betalen. Of het lesgeld van je kinderen gaat met € 11,20 omhoog. Schrijf je dan een brief naar de krant? Ik ook niet!

€ 11,20. Dat is het bedrag dat de gemiddelde burger dit jaar méér moet betalen aan gemeentebelasting. Volgens de Woonlastenmonitor stijgen de zogenaamde "bijkomende woonlasten" dit jaar met € 80. Bijkomende woonlasten bestaan uit gemeentebelastingen, hypotheeklasten, belastingen op water en energie, het eigenwoningforfait en de overdrachtsbelasting, en bijvoorbeeld de opstalverzekering. Volgens het COELO maken de gemeentebelastingen 14% uit van deze € 80,-. Volgens mij is dat € 11,20. Daar hebben we het over.

tinggeld gebeurt. We taxeren jaarlijks, we benchmarken, we maken basisregistraties en geven iedere burger een "service"nummer. En toch dat gedoe over € 11,20.

Het VNG belastingcongres had als thema: "de burger centraal". Een van de sprekers vertelde dat de burger gewoon behoorlijk wil worden behandeld. Dat vindt hij zelfs belangrijker dan de uiteindelijke uitspraak op zijn bezwaarschrift bijvoorbeeld. Hij wil gewoon op tijd een duidelijk antwoord en daarbij wil hij het gevoel krijgen dat er naar hem wordt geluisterd. De gemeente moet hem met respect behandelen. Simpel eigenlijk. Dat wil ik ook wel.

Die € 11,20 is dus niet waar het feitelijk om gaat. Het had ook 5 of 25 euro kunnen zijn. De gemeente doet het als dienstverlener blijkbaar nog niet goed genoeg. Burgers voelen zich niet gerespecteerd. En als je daar dan ook nog € 11,20 voor moet betalen dan ben je daar niet blij mee.

En hoe kan het dan dat u en ik steeds weer worden geconfronteerd met berichten dat de gemeentebelasting wéér is gestegen? Waarom is er niet een gelijksoortige media-aanval op de overdrachtsbelasting of de opstalverzekering?

Misschien zijn we met z'n allen fout bezig. We zoeken het in nog betere communicatie rondom de aanslag. Betere bijsluiters, WOZ-kranten, lokale reclamecampagnes. Wethouders die uitleggen op de lokale tv dat de ozb-opbrengst toch echt maar met het inflatiepercentage is gestegen. En dat die waardestijging van het onroerend goed heeft geleid tot een lager tarief. We vertellen de burger wat er met zijn belas-

De poging van de woonlastenmonitor om te laten zien dat het met die stijging van de gemeentelijke belastingen wel mee valt, schiet dus toch het doel voorbij. Feitelijk is het wel juist, maar de burger interesseert het niet. Het gaat hwwem namelijk niet over die paar euro's, maar over de manier waarop de gemeente hem behandelt.

Het VNG-congres had de afgelopen jaren vaak inhoudelijke thema's. Ik heb het gevoel dat het vakgebied van de gemeentelijke belastingen inmiddels volwassen is. Wij doen al meer dan 10 jaar de WOZ. Nieuwe instrumenten zoals reclamebelasting groeien ook snel op. Verordeningen worden niet vaak meer onverbindend verklaard. Grote blunders zie je nog maar zelden. De winst die we nog kunnen halen zit niet meer in de inhoudelijke uitvoering van ons vak, maar in het aspect dienstverlening.

Reageren? Enno.Soeren@Maastricht.nl



'Betrek de sector erbij en overleg!'



Recreatie en toerisme zijn belangrijke pijlers van de economie voor de gemeente Schouwen-Duiveland. Bijna eenderde deel van de beroepsbevolking is werkzaam in deze sector. Niet zo vreemd dat toeristenbelasting in Schouwen-Duiveland een flinke inkomstenbron is. Bij de uitvoering van de controle zorgt Legitiem al jaren voor ondersteuning. Wethouder Ad Verseput en coördinator Belastingen Danny de Jonge over belastingen en de samenwerking met ondernemers.

Danny de Jonge en Ad Verseput over recreatie

Waar het over gaat in Schouwen-Duiveland? Over meer dan 4 miljoen overnachtingen per jaar. Bij een tarief van 92 cent (2008) levert dat een bedrag op van ongeveer 4 miljoen euro. Een opbrengst die bij de meeste lokale overheden volledig in de 'algemene middelen' gaat. Niet bij deze Zeeuwse gemeente.

Ad Verseput: "Vanuit de algemene middelen kunnen natuurlijk recreatieve of toeristische voorzieningen worden gecreëerd, maar wij kiezen ervoor een deel van het bedrag, voor 2008 10,3 cent van iedere overnachting, rechtstreeks in de sector te investeren. Het recreatietransferium in Renesse bijvoorbeeld is deels met die gelden gefinancierd. Daarmee willen we ondernemers en bezoekers laten zien dat ons aan het recreatieproduct veel is gelegen, en dat de toeristenbelasting niet alleen wordt geheven om de begroting sluitend te krijgen."

Het is het stokpaardje van Ad Verseput: de samenwerking met ondernemers. "Ik ben hier in de gemeente zelf jarenlang ondernemer geweest en heb in allerlei besturen gezeten. Ik heb affiniteit met het bedrijfsleven, ook dat in de toeristische sector. Als wethouder maak ik gebruik van mijn contacten en waar mogelijk betrek ik de sector erbij. Zoals dat hoort. De lijnen zijn kort en de verstandhouding is goed. Uiteindelijk is het de gemeenteraad die bepaalt, maar we leggen de ondernemers geen dictaat op."

Verordening aangepast

De toeristenbelastingverordening van Schouwen-Duiveland is toegesneden op de specifieke situatie ter plekke. Zo zijn er meerdere, vaste forfaitaire bedragen opgenomen voor bepaalde groepen toeristen. De verordening is in de loop der jaren op details aangepast, mede op advies van Legitiem.

Danny de Jonge: "Legitiem verzorgt voor ons controles. Tot 2007 betroffen dat preventieve controles, die zijn bedoeld om een beter beeld van een bedrijf te krijgen. Hoe werken ze en hoe betrouwbaar schatten wij in dat de aangifte is? Daarnaast doet Legitiem al jaren de administratieve controles. Dat zijn puur boekhoudkundige onderzoeken. In 2006 is bovendien onderzocht of het interessant zou kunnen zijn forfaits in te voeren voor langdurende arrangementen. De behoefte daaraan bleek uit de controles en in overleg met de ondernemers zijn we daar vorig jaar ook toe overgegaan."

Danny de Jonge werkt graag met Legitiem, maar op basis daarvan worden geen opdrachten verstrekt. Het inkoopbeleid van de gemeente Schouwen-Duiveland schrijft voor dat aan de hand van een

programma van eisen meerdere offertes worden aangevraagd. De keuze wordt vervolgens gemaakt op basis van prijs, kwaliteit en planning.

De Jonge: "De toewijzing gebeurt volkomen objectief op basis van die drie elementen. Ik moet wel zeggen dat onze ervaringen met Legitiem uitsluitend positief zijn. Ze komen hun afspraken na en zowel richting ons als richting de klant, de belastingplichtige, is de benadering professioneel. Vanuit de sector hebben we ook nog nooit een negatieve opmerking gekregen. Wel positieve. Legitiem scoort goed als het gaat om kennis van de toeristische branche en kennis van de inrichting van een administratie."

Belastingambtenaar Danny de Jonge benadrukt dat het de gemeente Schouwen-Duiveland met de controle gaat om een juiste gang van zaken en niet alleen om het verhogen van de inkomsten. "Enkele keren hebben we ondernemers zelfs geld terugbetaald, omdat uit de controle bleek dat ze te veel hadden afgedragen."

Druk vanuit raad

Ondertussen bekijkt Schouwen-Duiveland of de huidige regelgeving gehandhaafd moet blijven. Vanuit de gemeenteraad wordt door sommige politieke partijen steeds meer druk uitgeoefend om de volledige opbrengst van de toeristenbelasting in de toekomst toch te stoppen in de algemene middelen. Wethouder Ad Verseput wil daar vooralsnog niet aan. Wel heeft hij zijn ambtenaren en Legitiem verzocht onderzoek te doen naar de voors en tegens van een meer gedifferentieerde heffing of van een ander heffingssysteem.

Verseput: "We hebben jaren met succes geïnvesteerd in draagvlak voor de heffing en daarom wil ik nu

Maatwerk werkt.

Veruit de meeste gemeenten die toeristenbelasting heffen doen dat al jaren zonder gebruik te maken van differentiaties naar bijvoorbeeld de aard van de verblijfsaccommodatie of met op de sector toegespitste forfaitaire heffingsmaatstaven.



Tariefsdifferentiatie kan. Tenminste als daarvoor objectieve selectiecriteria worden gebruikt.

Een hotel is immers totaal iets anders dan een bungalowpark of camping. Goede forfaitaire heffingsmaatstaven sluiten aan bij de lokale werkelijkheid en passen bij het gevoel van de ondernemer. Een goed forfait wordt alleen daar toe gepast waar het noodzakelijk is en voorkomt het creëren van een schijnwerkelijkheid. Tellingen verrichten op kampeerterrinen als basis voor een forfait is totaal overbodig als uit de registraties van de exploitant met één druk op de knop het werkelijk aantal overnachtingen kan worden getoond.

De recreatiebranche wil graag vereenvoudiging van de heffingsmaatstaven en wil toeristenbelasting als een vast bedrag per bedrijf, op basis van het aantal bungalows, standplaatsen, kamers of bedden, afdragen. Op dit moment ontbreekt daarvoor (nog) de ruimte binnen het wettelijk kader. Maar, door met de verordening goed aan te sluiten bij de registraties van de belastingplichtigen, in combinatie met forfaitaire regelingen die houtsnijden en eventuele differentiaties in het tarief, kan men de verblijfsbieders tegemoet komen. Dat betekent dan wel dat de verordening toeristenbelasting een stukje maatwerk moet zijn.

Toine van Ierland, directeur Legitiem.

ook zorgvuldig te werk gaan. Temeer daar we als gemeente in een concurrentiepositie zitten. Als verhogen van de toeristenbelasting betekent dat toeristen wegblijven, schieten we ons doel voorbij. Ik wacht het voorstel af en dan zullen we zien hoe het verder gaat."



Reclamebelasting op verzoek

Peter van den Bosch beschouwt

Veel (ondernemers)verenigingen zijn actief om hun winkelgebied zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor het winkelend publiek, bijvoorbeeld door activiteiten en evenementen te organiseren. Ondernemers op bedrijventerreinen investeren gezamenlijk in veiligheid en beveiliging. Deze activiteiten worden veelal gefinancierd uit de contributiebijdragen aan de ondernemersverenigingen.



In toenemende mate doet zich echter het probleem voor dat ondernemers hun lidmaatschap van de ondernemersvereniging beëindigen, waardoor de financiële draagkracht afneemt. Steeds minder ondernemers draaien dan op voor de kosten van promotie en activiteiten. Ondernemersverenigingen zijn daarom op zoek naar een instrument om gelden bijeen te brengen om de kosten van promotie, evenementen, activiteiten, beveiliging, etc. te financieren. Dit wordt een "Ondernemersfonds" genoemd.

Belangrijk daarbij is, dat alle ondernemers verplicht worden om mee te betalen. Het kabinet heeft een

wetsontwerp "Experimentenwet Bedrijfsgerichte Gebiedsverbetering" aan de Tweede Kamer aangeboden. Dit wetsontwerp maakt het mogelijk dat ondernemers in een bepaald gebied gezamenlijk investeren in de aantrekkelijkheid en veiligheid in hun gebied. De kosten worden door de gemeente verhaald op de ondernemers in het betreffende gebied.

Wanneer deze wet formeel in werking treedt, is op dit moment nog niet bekend. Veel ondernemersverenigingen hebben hier niet op willen wachten en hebben contact gezocht met hun gemeentebeheer om te zoeken naar mogelijkheden om het "Ondernemersfonds" te voeden. Lokale belastingen zoals de OZB en de reclamebelasting blijken daarvoor prima geschikt.

Wanneer de wensen van ondernemersverenigingen per deelgebied in de gemeente verschillen, is de reclamebelasting een prima voedingsbodem voor het "Ondernemersfonds", omdat het mogelijk is de reclamebelasting in te voeren in een deel van de gemeente (Rechtbank Middelburg, 30 januari 2008, AWB 07/443). De opbrengst van de reclamebelasting wordt gestort in het "Ondernemersfonds", de besteding van de gelden van het ondernemersfonds is aan de ondernemers.

De ondernemers bepalen welke investeringen zij willen doen en daarmee dus ook de hoogte van de tarieven van de reclamebelasting. Omdat alle ondernemers moeten meebetalen, wordt voorkomen dat de kosten slechts door een beperkt aantal ondernemers moeten worden opgebracht. Inmiddels is ervaring opgedaan bij tientallen gemeenten en zowel ondernemers als gemeenten zijn erg tevreden met dit financieringsinstrument.

Reclamebelasting op verzoek, leuk!

Voor meer informatie:
www.vandenbosch-partners.nl

COLOFON

Teksten
Daan Appels

Foto's
Jan van IJken

Cartoon
Erna Westrup

Vormgeving / druk
Océ / OBS Arnhem
Vormgeving en Drukwerk



LEGITIEM BV
Florijnweg 11c
Postbus 11
6880 AA Velp
Telefoon: 026 38 40 566
Fax: 026 38 40 569
info@legitiem.nl
www.legitiem.nl

LEGITIEM
CONTROLE EN INVENTARISATIE

