

**Onderzoek Reclamebelasting**

*In de Gemeente Ede*

***In opdracht van:***

Marcel de Heus

10-01-2010



## Inhoudsopgave

---

Inleiding .....	3
Tijdspad .....	4
Toelichting tijdspad .....	7
Ontwikkeling reclamebelasting .....	7
Informatievoorziening .....	7
Reclamebelasting .....	8
Definitie reclamebelasting .....	8
Definitie freeriders .....	8
Landelijke richtlijnen .....	9
Totstandkoming reclamebelasting .....	10
Toelichting verzoek SBE .....	11
Bedrag .....	12
Toelichting bedrag en differentiatie .....	13
Gebied .....	14
Toelichting gebied .....	15
Situatie voor de invoering van de reclamebelasting .....	15
Situatie na invoering van de reclamebelasting .....	15
Evaluatie .....	16
Overige afspraken met betrekking tot de reclamebelasting .....	17
Advies verschillende instanties .....	18
Erasmus Studiecentrum voor Belasting van Lagere Overheden (ESBL) .....	18
Kamer van koophandel (KvK) .....	18
Stemming .....	19
Toelichting stemming reclamebelasting .....	20
Toelichting communicatie .....	22
Conclusie .....	23
Adviezen .....	25
Differentiatie .....	25
Bijlagen .....	26

## Inleiding

---

Voor u ligt het rapport met betrekking tot de reclamebelasting in de gemeente Ede. In dit rapport is kritisch gekeken naar de feitelijke gang van zaken. Door dit rapport hopen we een duidelijk beeld te scheppen van de situatie omtrent reclamebelasting in de gemeente Ede.

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van een ondernemersgroep onder leiding van Marcel de Heus. Deze groep is tegen de reclamebelasting omdat ze grote vraagtekens zetten bij de gang van zaken omtrent de invoering van de reclamebelasting, daarnaast vinden ze geen rechtvaardige lastenverdeling terug in de huidige situatie in Ede centrum. Onze opdracht was om objectief naar de situatie te kijken en op basis van ons onderzoek een advies te geven.

In dit onderzoek is er sprake van drie partijen. De gemeente Ede (verder genoemd als 'de gemeente'), de Stichting Binnenstadsmanagement Ede (verder genoemd als 'de SBE') en de ondernemersgroep onder leiding van Marcel de Heus (verder genoemd als 'de actiegroep').

Tijdens dit onderzoek hadden wij graag met alle partijen contact gehad. Helaas liet de SBE, in de persoon van Angelique Jonker, al in vroeg stadium weten niet mee te willen werken aan dit onderzoek. Hierdoor hebben wij hun kant van het verhaal niet gehoord en behandeld. Hierdoor zijn bepaalde onderwerpen minder uitvoerig behandeld om informatiefouten te voorkomen. Met de gemeente en de actiegroep hebben we goed contact gehad.

Wij hopen dat naar aanleiding van dit rapport er weer een begin kan worden gemaakt met een hernieuwde samenwerking. Het is voor iedereen binnen het centrum van belang dat er collectief samengewerkt wordt om de consument in Ede centrum te krijgen.

Als er na het lezen van dit rapport vragen of opmerkingen zijn ontstaan kunt u altijd contact met ons opnemen.

Namens het Projectteam CHE,

Bram Runhaar  
*acrunhaar@student.che.nl*

## Tijdspad

---

In dit hoofdstuk wordt kort ingegaan op belangrijke activiteiten die hebben plaatsgevonden met betrekking tot de reclamebelasting. Dit schept een duidelijk beeld van de activiteiten die hebben plaatsgevonden en in welke context ze staan. In dit tijdspad is een zo volledig mogelijk beeld geschetst van de situatie. Na 11-11-2009 zijn er ook nog ontwikkelingen geweest met betrekking tot de reclamebelasting. Deze ontwikkelingen zijn echter niet mee genomen in ons onderzoek.

- 25 – 09 – 2007* De ledenvergadering van de Edese ondernemersvereniging waar het ging over het afwegen van verschillende alternatieven voor fondsverwerving. Hieruit kwam de reclamebelasting als enig geschikt, juridisch, haalbaar en direct toepasbaar instrument naar voren.
- 03 – 04 – 2008* Brief van de SBE naar de gemeente met het verzoek om invoering van de reclamebelasting.
- 04 – 04 – 2008* Krantenartikel in de Gelderlander: Interview met Roel Kremers en kort ingegaan op Angelique Jonkers en haar nieuwe functie als voorzitter van de SBE. Hierin staat dat Roel Kremers per 1 januari de reclamebelasting wil invoeren om zo het probleem van niet betalende bedrijven op te lossen.
- 05 – 04 – 2008* Krantenartikel in de Ede Stad "Angelique Jonker nieuwe voorzitter SBE": Interview met Angelique Jonker n.a.v. haar nieuwe functie, ze geeft hier aan te gaan voor één Ede Centrum. "We moeten blijven communiceren, analyseren en samen voor één Ede Centrum gaan."
- 08 – 04 – 2008* Krantenartikel in de Ede Stad: "Meer geld voor evenementen". Hierin staat dat het bestuur van de SBE de gemeente heeft gevraagd om in het centrum reclamebelasting in te voeren.
- 08 – 04 – 2008* B&W vergadering met als doel: Intentionele bereidheid om op verzoek reclameheffing in te voeren als instrument voor collectieve fondsvorming ten bate van Ede Centrum.
- 20 – 05 – 2008* Avondbijeenkomst ondernemers van de SBE.
- 29 – 05 – 2008* Intentionele bereidheid uitgesproken door de gemeenteraad Ede.
- 02 – 06 – 2008* Artikel in de Ede stad: "Reclamebelasting een feit". Interview met Ties Meeuwisen, hij geeft hier aan dat hij ervan overtuigd is dat de reclamebelasting er zal komen. Een aantal personen geeft aan dat hij wel heel voorbarig reageert.
- 31 – 08 – 2008* Ingezonden brief: 'Reclamebelasting is diefstal' in de Ede Stad.
- 01 – 09 – 2008* Informatieavond over de Reclamebelasting

- 02 – 09 – 2008 Krantenartikel in de Ede stad: “Reclamebelasting ondernemers "eerlijk verdeelt". Hierin staat dat Ties Meeuwissen en Bert van Isselmuden voor invoering van de belasting staat. Ook staat er dat ze vinden dat ondernemers in de buitenste ring, die iets minder profiteren, minder hoeven te betalen.
- 09 – 09 – 2008 Informatieavond over de Reclamebelasting
- 12 – 09 – 2008 Inventarisatie zoals geadviseerd door de ESBL (Zie hoofdstuk advies verschillende instanties).
- 17 – 09 – 2008 Informatieavond over de Reclamebelasting
- 17 – 09 – 2008 Sluiting stemming over de invoering van Reclamebelasting.
- 21 – 09 – 2008 Artikel in de Ede Stad: “Nipte meerderheid ondernemers wil invoering reclameheffing”. Hierin wordt vermeld wat de uitkomst van de stemming is en wat de eisen waren waaraan de stemming moest voldoen. Ook wordt hier kort ingegaan op de verdere eisen m.b.t. de invoering van de reclamebelasting.
- 18 – 10 – 2008 Artikel in de Ede Stad: “Wie het goed doet, moet worden beloond”
- 04 – 11 – 2008 Besluit van B&W betreffende reclamebelasting Ede Centrum.
- 05 – 11 – 2008 Artikel in de Ede Stad: " Reclamebelasting ondernemers in centrum goed voor twee ton”. Hierin wordt behoorlijk specifiek en kort ingegaan op hoe de belasting tot stand is gekomen, waarom en waarvoor die gebruikt gaat worden.
- 06 – 11 – 2008 Besluit vast te stellen verordening op de heffing en de invordering van reclamebelasting 2009
- 08 – 11 – 2008 Ingezonden brief: 'Oneerlijke lastenverdeling'. Hierin wordt onvrede geuit door de periferie. Ze vinden dat er een oneerlijke activiteitenverdeling is, maar ze wel vol moeten betalen.
- 24 – 11 – 2008 Vergadering commissie algemene zaken en middelen.
- 25 – 11 – 2008 Artikel in de Ede stad: “Lunteren en EBC willen ook reclamebelasting”. Hierin wordt ingegaan op differentiatie van het te betalen bedrag voor de periferie. De wens om ook belasting in te voeren in het gebied van de EBC en Lunteren. Wethouder Kremers wil eerst kijken hoe het gaat in Ede Centrum alvorens de reclamebelasting in meerdere gebieden in te voeren.
- 11 – 12 – 2008 Gemeenteraad stemt in met de financiering van een ondernemingsfonds d.m.v. reclameheffing.
- 11 – 12 – 2008 Besluit gezien het voorstel van B&W d.d. 6 november 2008.
- 01 – 01 – 2009 Officiële invoering reclamebelasting in Ede Centrum.
- 20 – 01 – 2009 Convenant Ondernemersfonds Ede 2009 ondertekent.

27 – 01 – 2009 Artikel in Ede stad: “Convenant reclamebelasting ondertekent”. Hierin staat dat de gemeente maandag het convenant heeft getekend.

10 – 04 – 2009 Ondernemersavond

30 – 06 – 2009 Aanslag reclamebelasting 2009 ontvangen door de ondernemers.

07 – 07 – 2009 Artikel in de Ede Stad: “Bospoort ondernemers tegen reclamebelasting”. Hierin staat de ondernemers van de Bospoort bijeen komen aangezien de reclamebelasting bij veel ondernemers in dit gebied niet in goede aarde valt.

13 – 07 – 2009 Afspraak tussen M. de Heus, gemeente en de SBE.

07 – 08 – 2009 Bezwaarschrift opgestuurd door de heer de Heus.

01 – 11 – 2009 Deadline: Begroting en activiteitenplan 2010 ingediend bij het college van B&W.

11 – 11 – 2009 Artikel in de Ede stad: “Onrust over reclamebelasting”. Hierin staat dat de fracties Gemeente Belangen, D66 en GroenLinks/PE aan het gemeentebestuur vragen zullen stellen over de reclamebelasting.

## **Toelichting tijdspad**

---

Uit dit tijdspad zijn er twee duidelijke lijnen te onderscheiden:

### *Ontwikkeling reclamebelasting*

De eerste gebeurtenis is de ledenvergadering van de EOv, hier hebben de leden een keuze gemaakt uit verschillende mogelijkheden voor collectieve fondsenwerving. Hierbij kwam de reclamebelasting als meest logische en haalbare oplossing naar boven. Vervolgens zijn er stappen genomen om toestemming te krijgen voor invoering van de reclamebelasting en is er een begin gemaakt met de ontwikkeling ervan.

In dit proces was het niet mogelijk om alle ondernemers inspraak te laten hebben, dit is te verklaren doordat het niet praktisch is om ieders mening te horen en mee te nemen in de ontwikkeling van een idee, in dit geval de reclamebelasting. Wel is er de mogelijkheid geweest om via een stemming je mening te laten horen over de reclamebelasting.

De gemeente heeft besloten om na het eerste jaar een evaluatie te plannen om te kijken of de reclamebelasting functioneert zoals gewenst. Op dit moment is er ook de mogelijkheid voor eventuele aanpassingen.

### *Informatievoorziening*

Ook is er in het tijdspad te zien dat er aandacht is besteed aan de informatievoorziening richting de ondernemers.

Zo is er tweemaal een ondernemersavond georganiseerd om de ondernemers in te lichten en daarnaast was dat voor de SBE ook een mogelijkheid om de meningen te peilen van de ondernemers. In hoeverre de SBE de meningen heeft meegenomen blijft onbeantwoord omdat de SBE niet mee wilde werken met ons onderzoek.

De tweede ondernemersavond is niet doorgegaan omdat vrijwel niemand zich had aangemeld. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de mogelijkheid is geboden voor informatievoorziening maar dat de ondernemers er geen gebruik van hebben gemaakt. Een reden dat de ondernemers er geen gebruik van hebben gemaakt is dat zij het idee hadden dat men bij aanmelding gelijk akkoord zou zijn met de reclamebelasting.

Daarnaast zijn er ook drie informatieavonden georganiseerd waar iemand aanwezig was van de kamer van koophandel. Er was de mogelijkheid om vragen te stellen. Daarna was de mogelijkheid voor ondernemers om hun stem uit te brengen. Zo is er aan iedereen de mogelijkheid gegeven om goed geïnformeerd hun stem uit te brengen.

## Reclamebelasting

---

### *Definitie reclamebelasting*

De reclamebelasting wordt geheven over ondernemingen in een bepaald gebied doormiddel van een verordening ter zake openbare aankondigingen zichtbaar vanaf de openbare weg. Dit is een van de eerste belastingen die geheven kan worden door gemeentes over een bepaald gebied, zoals het centrum, in plaats van over de hele stad.

In vrijwel alle gemeentes wordt de reclamebelasting geïnd en meteen, na aftrek van de kosten, overgeheveld naar een ondernemersorganisatie die een fonds beheert. Vervolgens gebruikt die organisatie dat geld om verschillende activiteiten te organiseren die voordelig zijn voor de ondernemingen binnen het vastgestelde gebied. Hierbij kan gedacht worden aan veiligheid, beheer en commerciële activiteiten.

Een van de belangrijkste redenen voor de invoering van de reclamebelasting is het tegengaan van freeriders. Bij een vrijwillige bijdrage voor activiteiten zijn er altijd ondernemingen die weigeren te betalen maar door de collectiviteit van de activiteiten wel profiteren. Deze freeriders zijn voornamelijk grote landelijke ketens. Als oplossing kan een gemeente gebruik maken van de reclamebelasting. Hierdoor wordt iedereen binnen het vastgestelde gebied verplicht bij te dragen.

### *Definitie freeriders*

“Het freerider probleem is in essentie een economisch probleem waarbij, in dit geval, een onderneming een product of dienst consumeert zonder daarvoor (genoeg) te betalen of anderszins een bijdrage te leveren. Het is een fenomeen dat optreedt wanneer het aanbieden van publieke goederen wordt overgelaten aan de private markt.”(Onderzoek Decisio BV<sup>1</sup>)

---

<sup>1</sup> Bron: [http://www.ondernemersfonds.nl/media/vk\\_1002/Website/files/Freeriders.pdf](http://www.ondernemersfonds.nl/media/vk_1002/Website/files/Freeriders.pdf)

## Landelijke richtlijnen

---

Vanuit de landelijke regelgeving zijn er verscheidende regels en wetten waar een gemeente zich aan moet houden. De twee belangrijkste landelijke wetten met betrekking tot de reclamebelasting zijn:

Artikel 227 Gemeentewet<sup>2</sup>:

*“Ter zake van openbare aankondigingen zichtbaar vanaf de openbare weg kan een reclamebelasting worden geheven.”*

Artikel 219 lid 2 Gemeentewet<sup>3</sup>:

*“Behoudens het bepaalde in andere wetten dan deze en in de tweede en derde paragraaf van dit hoofdstuk kunnen de gemeentelijk belastingen worden geheven naar in de belastingverordening te bepalen heffingsmaatstaven, met dien verstande dat het bedrag van een gemeentelijke belasting niet afhankelijk mag worden gesteld van het inkomen, de winst of het vermogen.”*

Hieruit kunnen drie punten gehaald worden:

- Gemeentelijke belastingen kunnen worden geheven naar in de belastingverordening te bepalen heffingsmaatstaven.
- Dit mag niet afhankelijk gesteld worden van het inkomen, de winst of het vermogen.
- De gemeente is verplicht om bij een belasting een verordening op te stellen.

Over een belastingverordening zegt het wetboek, in Artikel 217 Gemeentewet<sup>4</sup>, het volgende:

*“Een belastingverordening vermeldt, in de daartoe leidende gevallen, de belastingplichtige, het voorwerp van de belasting, het belastbare feit, de heffingsmaatstaf, het tarief, het tijdstip van ingang van de heffing, het tijdstip van beëindiging van de heffing en hetgeen overigens voor de heffing en de invordering van belang is.”*

Hieruit blijkt dat vanuit de landelijke regelgeving weinig tot geen richtlijnen worden aangedragen. Een gemeente wordt in grote mate vrijgelaten in het opstellen van de verordening voor reclamebelasting. Er komt wel steeds meer jurisprudentie op dit gebied.

---

<sup>2</sup> Bron: [http://wetten.overheid.nl/BWBR0005416/TitelIV/HoofdstukXV/3/Artikel227/geldigheidsdatum\\_17-12-2009](http://wetten.overheid.nl/BWBR0005416/TitelIV/HoofdstukXV/3/Artikel227/geldigheidsdatum_17-12-2009)

<sup>3</sup> Bron: [http://wetten.overheid.nl/BWBR0005416/TitelIV/HoofdstukXV/1/Artikel219/geldigheidsdatum\\_17-12-2009](http://wetten.overheid.nl/BWBR0005416/TitelIV/HoofdstukXV/1/Artikel219/geldigheidsdatum_17-12-2009)

<sup>4</sup> Bron: [http://wetten.overheid.nl/BWBR0005416/TitelIV/HoofdstukXV/1/Artikel217/geldigheidsdatum\\_17-12-2009](http://wetten.overheid.nl/BWBR0005416/TitelIV/HoofdstukXV/1/Artikel217/geldigheidsdatum_17-12-2009)

## Totstandkoming reclamebelasting

---

Voor de invoering van de reclamebelasting werd er gebruikt gemaakt van vrijwillige fondsenwerving bij verschillende organisaties. Met dat geld werd de binnenstad verbeterd op verschillende terreinen. Het probleem was dat een aantal, vooral landelijke, ondernemingen niet mee wilde betalen. Door de collectieve uitgaven profiteerden zij echter wel van de activiteiten die georganiseerd werden.

De SBE wilde daarom doormiddel van de reclamebelasting het probleem van de freeriders uitbannen. Door een verplichte bijdrage van alle ondernemers binnen het gebied voorkom je de 'freeriders- problematiek' en krijgt de SBE een groter bedrag ter beschikking voor hun activiteiten.

De SBE heeft, na overleg met de gemeente, een formeel verzoek gedaan aan de gemeente Ede voor invoering van de reclamebelasting. De gemeente heeft dit overlegd met de gemeenteraad en zij zijn akkoord gegaan onder bepaalde voorwaarden<sup>5</sup>.

*Deze voorwaarden zijn:*

- Een stemming waarbij een meerderheid van stemmen voor invoering van de reclamebelasting moet zijn. Dit moet gebeuren bij een opkomst van minimaal 30% en een meerderheid (50%+1) moet 'voor' stemmen.
- Er moet een deugdelijke structuur van het ondernemersfonds worden uitgewerkt.

*Activiteiten gefinancierd door reclamebelasting*

Zoals eerder genoemd wilde de SBE de reclamebelasting invoeren om daarmee de freerider problematiek uit te bannen. Met het geld wat vrij komt uit de reclamebelasting wil de SBE de volgende activiteiten ontwikkelen:

- Sfeerverlichting;
- het organiseren van evenementen;
- projecten in het kader van het Keurmerk Veilig Ondernemen;
- graffitibestrijding;
- het opzetten, uitvoeren en publiceren van de Binnenstadsmonitor;
- het aanstellen van een binnenstadsmanager.

---

<sup>5</sup> Zie bijlage 3, 5 en 6

## Toelichting verzoek SBE

---

Er is namens het bestuur van Stichting Binnenstadsmanagement Ede een verzoek gedaan aan de gemeente om de reclamebelasting in te voeren om freeriders tegen te gaan<sup>6</sup>. In het eerste verzoek richting de gemeente vraagt de SBE de gemeente hun bereidheid uit te spreken voor invoering van de reclamebelasting wanneer een meerderheid van de ondernemers het hier mee eens is.

Dit wilde de SBE om de freeriders tegen te gaan. Met freeriders worden de (meestal grote en landelijke) ondernemingen bedoeld die niet mee doen aan lokale ondernemersverenigingen. Eerder in het rapport is de definitie freeriders benoemd en in het hoofdstuk 'Verschil gebieden voor en tijdens reclamebelasting' wordt het freeriderschap in Ede uitgebreider beschreven.

Nadat het B&W college hun intentionele bereidheid had uitgesproken heeft de SBE hetzelfde verzoek aan de gemeenteraad gedaan.

Hieruit blijkt dat de SBE pas de reclamebelasting in wilde voeren als er een meerderheid van de ondernemers voor was, om die reden konden ze in het verzoek namens de ondernemers spreken.

---

<sup>6</sup> Zie bijlage 1 en 2

## Bedrag

---

Het bedrag dat de ondernemers moeten betalen voor de reclamebelasting is, in 2009 en 2010, € 649,80.

Na invoering van de reclamebelasting is het budget van de SBE toegenomen. Volgens de begroting heeft de SBE in het eerste jaar € 195.000, - te besteden.

De gemeente zal in 2009 tot maximaal € 15.000, - van de kosten voor zijn rekening nemen omdat het jaar 2009 een overgangsjaar is. De gemeente wil hiermee bijdragen aan een optimale invoering van de reclamebelasting.

Naast de inkomsten uit de reclamebelasting heeft de SBE ook verschillende bijdragen van andere partijen die een belang hebben binnen Ede Centrum.

*Deze partijen zijn onder andere:*

- Hof van Gelderland
- Ondernemingsvereniging Achterdoelen
- Vereniging Ambulante handel
- EVEC (Eigenaren Vereniging Ede Centrum)
- OVEC (Ondernemers Vereniging Ede Centrum)
- Overige vastgoedeigenaren
- Q park

Voor de ondernemers in de Achterdoelen en het Hof van Gelderland is de afdracht van 'promotiegeld' al geregeld via de huurovereenkomst. Dit bedrag komt overeen met het bedrag van de reclamebelasting. De ondernemers in de Achterdoelen en het Hof van Gelderland hoeven om die reden geen reclamebelasting te betalen. Deze organisaties dragen namens de ondernemers bij met een bedrag dat minimaal gelijk is aan het aantal ondernemers maal het bedrag voor de reclamebelasting<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Zie bijlage 3, 5 en 6

## Toelichting bedrag en differentiatie

---

In het eerste jaar (2009) betalen alle ondernemers in Ede Centrum hetzelfde bedrag.

Bij invoering van de reclamebelasting heeft de gemeente aangegeven, op advies van de Kamer van Koophandel, om in eerste instantie een gelijk tarief te hanteren. Hierbij gaf de gemeente aan na een jaar te evalueren en te kijken naar eventuele aanpassingen in de reclamebelasting. Als zou blijken dat het beter is om te differentiëren zou hier naar gekeken worden.

Na enig onderzoek en navraag bij omliggende gemeentes is gebleken dat er op verschillende manieren gedifferentieerd kan worden<sup>8</sup>.

In de gemeente Wageningen is sprake van een “hoofdwinkelstraat” en diverse andere winkelstraten. Hierop wordt gedifferentieerd, in de “hoofdwinkelstraat” betalen de ondernemers € 600,00 en in de andere straten € 450,00. Hier wordt gedifferentieerd op basis van gebied.

Ook kan er gedifferentieerd worden op de grootte van de reclame-uiting of bijvoorbeeld de WOZ waarde.

Om te kunnen differentiëren op basis van reclame-uiting is het alleen wel nodig om openbare aankondigen te registeren in een bestand wat up-to-date blijft. Hieraan zijn extra kosten verbonden. Deze manier van differentiëren leidt tot een dusdanige kostenverhoging dat het geen goede mogelijkheid is.

Differentiëren op basis van de WOZ waarde is echter relatief eenvoudig. Aan de hand van de grote van de WOZ- waarde wordt het bedrag wat een onderneming moet betalen bepaald.

---

<sup>8</sup> Bron: [http://www.kvk.nl/download/Naar%20een%20Ondernemersfonds\\_tcm73-191611.doc](http://www.kvk.nl/download/Naar%20een%20Ondernemersfonds_tcm73-191611.doc)

## Gebied

---

Met de invoering van de reclamebelasting is er afgeweken van het centrum wat gehanteerd werd door de OVEC. Doordat de belasting een gemeentelijke aangelegenheid is wordt het centrum, gehanteerd door de gemeente Ede, ook aangehouden in deze situatie. Het verschil hier tussen wordt later in het rapport behandeld.

Dit centrum is gebaseerd op een conglomeraat van commerciële functies. Dit houdt in dat er een aansluitend gebied van commerciële functies wordt aangehouden.

Door deze verandering is er geen sprake meer van het 'kernwinkelgebied' en de 'periferie' maar van één centrum.

## Toelichting gebied

---

Hoe zit het nu precies met de verschillen tussen de oude en de nieuwe situatie betreffende het gebied?<sup>9</sup> In dit hoofdstuk wordt de term freeriders gekoppeld aan de oude en de nieuwe situatie. Wie waren nu de freeriders en wanneer kan nu nog bestempeld worden als freerider?

### *Situatie voor de invoering van de reclamebelasting*

Voordat de reclamebelasting werd ingevoerd werden de activiteiten grotendeels gefinancierd door de ondernemers in het “Oude Centrum” die aangesloten waren bij een winkeliersvereniging zoals de OVEC. De ondernemers die daar gevestigd waren maar niet aangesloten waren bij een winkeliersvereniging, en daarmee ook niet bijdroegen aan de versterking van Ede Centrum, konden dus bestempeld worden als freeriders.

Alle winkeliers die buiten het “Oude Centrum” vielen konden de keuze maken om zich vrijwillig aan te sluiten bij de winkeliersverenigingen tegen een gedifferentieerd bedrag. Sloot men zich, als ondernemer buiten het “Oude Centrum”, niet aan bij een winkeliersvereniging was men dus geen freerider.

### *Situatie na invoering van de reclamebelasting*

Doordat de gemeente Ede het voor de gemeente gebruikelijke gebied hanteert, dat gebaseerd is op een conglomeraat van commerciële functies, is het gebied waar reclamebelasting geheven wordt fors uitgebreid in vergelijking met het centrum die de OVEC hanteerde.

De ondernemers in het “Oude Centrum” en de ondernemers hierbuiten zijn nu allen verplicht de reclamebelasting te betalen. Ook de ondernemers die buiten het “Oude Centrum” vallen en ook niet mee willen doen zijn nu ook verplicht reclamebelasting te betalen en zodoende een bijdrage te leveren.

In de oude situatie sprak men over freeriders. In de nieuwe situatie is het zogenaamde freeriden niet meer mogelijk. Dit doordat iedere ondernemer, in het gehanteerde gebied, verplicht is de reclamebelasting te betalen.

---

<sup>9</sup> Zie bijlage 8

## Evaluatie

---

Voor de evaluatie van de voortgang en eventuele wijzigingen binnen de reclamebelasting heeft de SBE in het convenant een evaluatiemoment in 2012 opgenomen<sup>10</sup>. De gemeente heeft hierbij aangegeven jaarlijks te willen evalueren. Ook zal dan gekeken worden naar het aanwezige draagvlak onder de ondernemers.

Eind januari 2010 zal wethouder Kremers een rapport met evaluatiepunten voor het volgende jaar en eventuele aanpassingen presenteren aan de gemeenteraad. Doordat de zaak onder de rechter is kan er, volgens de gemeente, inhoudelijk niets veranderd worden aan de reclamebelasting. Hierdoor zal het bedrag voor 2010 ongewijzigd blijven.

*Op dit moment komen de volgende punten in ieder geval aan de orde tijdens de evaluatie:*

- De wijze van financiering van het fonds.
- De uit het fonds verrichte bestedingen.
- De in het (de) werkgebied(en) behaalde resultaten met de uit het fonds verrichte bestedingen.
- De resultaten van de, in het convenant, genoemde afspraken. Deze afspraken worden in het volgende hoofdstuk beschreven.

---

<sup>10</sup> Zie bijlage 6

## Overige afspraken met betrekking tot de reclamebelasting

---

De gemeente heeft bij invoering van de reclamebelasting een aantal afspraken met de SBE gemaakt waar ze bij de evaluatie op gecontroleerd zullen worden.

*De volgende afspraken zijn gemaakt<sup>11</sup>:*

- De collectieve belangenbehartiging van ondernemers in het afgebakende gebied in het centrum van Ede;
- Het bevorderen van een kwalitatief hoogwaardig verblijfsklimaat in het betrokken gebied met inbegrip van ten eerste de fysieke structuur en inrichting, ten tweede promotionele en publieksgerichte activiteiten en ten derde optimalisering van de functionele invulling;
- Het verwerven van gelden via andere instrumenten waardoor zij tevens zorg draagt voor additionele financieringsbronnen voor de realisatie van de beoogde activiteiten.
- Het stimuleren van een goede afstemming van activiteiten en evenementen die door diverse partijen in het aangewezen gebied worden georganiseerd.

Daarnaast zal de gemeente erop toezien dat de bestedingen vanuit het ondernemersfonds van de SBE niet ten koste gaan van reguliere bestedingen en activiteiten door de gemeente Ede. Dit houdt in dat:

- Zij het Binnenstadsmanagement Ede in staat stelt om dit te kunnen verifiëren door het beschikbaar stellen van de daartoe noodzakelijke gegevens;
- Toekomstige kostenstijgingen van reguliere gemeentelijke taken (exclusief jaarlijkse indexering) niet wordt afgewenteld op het ondernemersfonds;
- Wanneer beide partijen consensus hebben over de overdracht van publieke taken op het gebied van “schoon, heel en veilig” naar het private domein van het ondernemersfonds, eveneens de daarbij behorende financiële middelen wordt verstrekt.

Al de punten die hierboven genoemd zijn worden vooraf getoetst aan het activiteitenplan en de begroting van de SBE. En achteraf zal in de evaluatie gekeken worden in hoeverre de bovengenoemde punten gerealiseerd zijn.

---

<sup>11</sup> Zie bijlage 6

## Advies verschillende instanties

---

### *Erasmus Studiecentrum voor Belasting van Lagere Overheden (ESBL)*

De ESBL is een afdeling van de rechtenfaculteit van de Erasmus universiteit van Rotterdam. De ESBL doet onderzoek naar belastingen bij lagere overheden.

De ESBL oordeelde positief over het concept van de gemeente Ede<sup>12</sup>. Wel zag de ESBL risico's in de toetsing aan het gelijkheidsbeginsel. Zij adviseerden nadrukkelijk om hier onderzoek naar te doen. Met dit onderzoek moest duidelijk worden welke ondernemers zullen profiteren van de uitgaven van het ondernemersfonds maar die geen reclamebelasting hoeven te betalen. Dit is geïnventariseerd en het bleek dat er geen ondernemingen zijn die onterecht zullen profiteren aangezien er geen ondernemingen waren die vrijstelling kregen voor reclamebelasting door geen of een te kleine reclame-uiting.

### *Kamer van koophandel (KvK)*

De SBE heeft bij de invoering van de reclamebelasting hulp gekregen van de Kamer van Koophandel. Binnen de KvK zijn er mensen die gespecialiseerd zijn in de reclamebelasting dat ze daadwerkelijk iets bij kunnen dragen aan een optimale invoering. De KvK heeft ondermeer advies gegeven bij het opstellen van het convenant. Zo is er op hun advies niet gedifferentieerd in het bedrag. Dit omdat bij differentiatie de kosten aanzienlijk zullen stijgen en de kans groot is op langdurige juridische procedures.

Daarnaast heeft de KvK de informatieavonden voor gezeten. De ondernemers konden hun vragen aan de vertegenwoordigde van de KvK stellen. Dit alles zorgde ervoor dat de KvK een belangrijke rol heeft gehad in de totstandkoming van de reclamebelasting in Ede centrum.

---

<sup>12</sup> Zie bijlage 3

## Stemming

---

Een van de eisen van de gemeenteraad voor de invoering van de reclamebelasting was een stemming onder de betrokken ondernemers. Deze stemming is door de SBE georganiseerd en door notaris E.A.P. Boerkamp van Van Putten Van Apeldoorn officieel goedgekeurd<sup>13</sup>.

Voor ondernemers was het mogelijk hun stem in te leveren tijdens één van de drie informatie avonden die de SBE heeft overlegd. Daarnaast was het ook mogelijk om de stem in te leveren bij de notaris in een verzegelde stembus.

In het proces verbaal van de notaris is te lezen dat op uitdrukkelijk verzoek van de stichting SBE geen controle is toegepast op de bevoegdheid van het uitbrengen van de stemmen door de respectievelijke ondernemers en is de taak van de notaris beperkt gebleven tot het toezien op het uitbrengen en tellen van de stemmen.

Bij deze stemming zijn er totaal 322 stemkaarten uitgereikt. In totaal zijn er 123 stemmen uitgebracht waarvan er één ongeldig of blanco was. Hierdoor kwam het totaal aantal stemmen op 122. Van de totaal uitgebrachte stemmen hebben 65 voor de reclamebelasting gestemd en de overige 57 tegen de reclamebelasting.

Van de totaal uitgereikte stemkaarten heeft 38% zijn stem uitgebracht. Hiervan heeft 53% voor de invoering van de reclamebelasting gestemd.

De eis vanuit de gemeente was een opkomst van minimaal 30% en de meerderheid (50% +1) moest voor invoering van de reclamebelasting zijn.

### *Achterdoelen en Hof van Gelderland*

Ook de Achterdoelen en het Hof van Gelderland hebben zich via een schriftelijke verklaring ook positief uitgesproken voor de invoering van de reclamebelasting. Deze stemmen zijn niet meegenomen in de stemming.

---

<sup>13</sup> Zie bijlage 4

## Toelichting stemming reclamebelasting

---

### *Vertrouwen notaris*

De stemming uitgevoerd door de SBE, in opdracht van de gemeente, is gecontroleerd door een notaris. Een notaris werkt onder ede. Er kan aangenomen worden dat alles wat onder de verantwoordelijkheid van de notaris valt, juist is verlopen.

### *Verzoek SBE aan notaris*

In het proces verbaal van de notaris is het volgende opgenomen:

‘Op uitdrukkelijk verzoek van de stichting is geen controle toegepast op bevoegdheid van het uitbrengen van de stemmen door de respectievelijke ondernemers en is de taak van de notaris beperkt gebleven tot het toezien op het uitbrengen en tellen van de stemmen.’

In dit stuk staat dat de SBE een verzoek heeft ingediend aan de notaris om tot een zekere hoogte toezicht uit te oefenen.

Dit kan gezien worden als een mogelijkheid van de SBE om bij bepaalde onderwerpen geen toezicht van de notaris te hebben.

Kort gezegd zorgt deze zin voor minder administratieve handelingen. Daarnaast zou het ook een stuk moeilijker worden voor landelijke ondernemers om te stemmen. Er zou dan namelijk iemand van het hoofdkantoor moeten komen om te stemmen. Door de controle op de bevoegdheid buiten de verantwoordelijkheid van de notaris te laten voorkom je deze problemen.<sup>14</sup>

### *Differentiatie stemming*

Bij de invoering van de reclamebelasting is het centrum bepaald zoals het centrum wat de gemeente altijd aanhoudt als centrum. Het oude centrum zoals aangehouden door de OVEC is daarbij komen te vervallen. Er is ook geen sprake meer van een periferie.

Je zou kunnen zeggen dat hierdoor het niet meer nodig is om twee stemmingen te organiseren aan de hand van de oude indeling. Maar aan de andere kant zijn er altijd twee gebieden gehanteerd. Verder is het zo dat door de reclamebelasting de ‘periferie’ verplicht wordt bij te dragen. Daarvoor konden ze vrijwillig bijdragen en in beperkte mate profiteren van de activiteiten maar dat is nu niet meer mogelijk en moeten ze het volle pond mee betalen. Door een gedifferentieerde stemming zou de mening van de ‘periferie’ beter naar voren gekomen zijn.

---

<sup>14</sup> Zie bijlage 4

### *Vershil stemming en eerste aanslag*

Tijdens de stemming is er aan 322 ondernemers de mogelijkheid gegeven om te stemmen. Deze ondernemers hebben allemaal te maken met de reclamebelasting en daarom is aan hen het recht gegeven om hun stem te laten horen.

In juni is voor de eerste keer de aanslag voor de reclamebelasting de deur uit gegaan. Dit is verstuurd naar 330 ondernemers. Er zit hier een verschil van acht ondernemers tussen.

Een detail hierbij is dat bij de stemming in september 2008, 65 ondernemers voor invoering waren en 57 ondernemers tegen. Het verschil hiertussen is acht. Het is bekend dat er na september 2008 nieuwe ondernemingen bij zijn gekomen maar mogelijk zijn er ook ondernemingen weggegaan. In dit onderzoek is hier geen duidelijkheid over gekomen.

### *Draagvlak*

Allereerst is het goed dat de stemming werd georganiseerd. Het was een essentieel punt voor invoering van de reclamebelasting. De mening van alle ondernemers was doorslaggevend voor de voortgang van de reclamebelasting.

De eis van de gemeente, minimaal 30% opkomst en meer dan de helft voor, is een vastgesteld punt. De stemming had een opkomst van 38% waarvan 53% zich voor invoering van de heffing verklaarden. Hier kan uit geconcludeerd worden dat er voldoende draagvlak is.

Maar er kan ook afgevraagd worden in hoeverre dit iets zegt over het draagvlak. Een zeer lage opkomst en een minimaal verschil van voor en tegen. In hoeverre is er dan ook echt sprake van draagvlak? Was het niet beter geweest om vanuit die stemming te concluderen dat er verder gekeken moest worden naar een oplossing en dat er meer gepraat moest worden voor de definitieve invoering. Want alle ondernemers moeten toch met elkaar verder voor een goed en aantrekkelijk centrum.

Aan de andere kant moet er ook gezegd worden dat alle ondernemers de kans hebben gehad om hun stem te laten horen. Als daar, ook door de tegenstanders, niet volledig gehoor aan wordt gegeven hebben ze het ook aan zichzelf te wijten.

## Toelichting communicatie

---

In voorgaande hoofdstukken is er uitvoerig ingegaan op de reclamebelasting. Hierbij ging het voornamelijk om de feiten. Hierbij is de communicatie niet behandeld ondanks het algemeen bekend is dat een goede communicatie essentieel is in zulke processen.

Uit de verschillende gesprekken die gevoerd zijn en de documenten die behandeld zijn is de conclusie dat er maar weinig sprake is van:

1. Communicatie
2. Wederzijds begrip

### *Communicatie*

Uit onderzoek blijkt dat er naast de reclamebelasting meer speelt, onder andere uit het verleden, tussen de verschillende partijen zodat men erg argwanend tegenover elkaar staat. Dit droeg ook bij aan een niet optimale communicatie. Zo zijn er naast de informatieavonden weinig goede gesprekken gevoerd tussen de actiegroep en de SBE. Dit is erg jammer omdat iedereen met elkaar verder moet in de toekomst.

Gedurende het proces is de houding van de actiegroep verhard en in het laatste stadium zijn er hierdoor enkele momenten, om over de reclamebelasting te praten, niet van de grond gekomen. De actiegroep gaf aan liever niet naar de avonden te gaan aangezien dat het vermoeden zou kunnen wekken dat ze akkoord gingen met de reclamebelasting.

De vraag is of de SBE misschien extra stappen had kunnen ondernemen om eventuele bezwaren weg te nemen en door de tegenstanders meer duidelijkheid te geven over het doel van de avonden en/of de reclamebelasting.

### *Wederzijds onbegrip*

Een gebrek aan communicatie zorgt vaak voor wederzijds onbegrip, dit is ook sterk terug te zien in de gemeente Ede. Door onvoldoende communicatie zijn de partijen onvoldoende op de hoogte van de meningen van de andere partijen. Je ziet in de gemeente Ede dan ook dat er een neerwaartse spiraal is ontstaan. Door onvoldoende communicatie ontstond er wederzijds onbegrip. Door dat onbegrip verslechterde de communicatie nog meer en dit leidde tot steeds meer wrijving.

Tijdens dit onderzoek is gebleken dat door de escalerende gesprekken en discussies men al zover is dat de rechter zich hierover zal moeten buigen. Het zal nooit bekend worden, maar indien de communicatie niet vast was gelopen was deze stap misschien overbodig geweest.

## Conclusie

---

Kijkend naar de onderwerpen die behandeld zijn in dit onderzoek kunnen we concluderen dat de invoering van de reclamebelasting niet geruisloos is verlopen.

Tijdens het eerste gesprek met de opdrachtgever kregen we sterk de indruk dat er heel veel mankeerde aan de totstandkoming en de invoering van de reclamebelasting. Gedurende het onderzoek is duidelijk geworden dat er feitelijk niets mis is met de reclamebelasting. Wel kunnen er grote vraagtekens gezet worden bij het overleg tussen de betrokken partijen en de stappen die genomen zijn om draagvlak te creëren onder de ondernemers. Ook het besluit om niet te differentiëren binnen de reclamebelasting is een punt wat voor veel problemen heeft gezorgd en waar de nodige vraagtekens bij gezet kunnen worden

### *Houding partijen*

Tijdens het onderzoek is gebleken dat alle betrokkenen niet expliciet tegen de invoering van de reclamebelasting zijn. Iedereen ziet het nut van een collectieve fondsenwerving waardoor het probleem van freeriders uitgebannen wordt. Wel is er bezwaar op de manier hoe de reclamebelasting tot stand is gekomen en de vormgeving van de reclamebelasting in de huidige vorm.

Zo werden er vraagtekens gezet bij het eerste verzoek, overleg, differentiatie, gebied en de stemming. Op veel punten hebben wij na het onderzoek kunnen concluderen dat er juist is gehandeld door de partijen. Er zijn echter twee punten waar vraagtekens bij gezet kunnen worden; communicatie en het besluit om niet te differentiëren.

### *Communicatie*

De voorzitter van de SBE, Angelique Jonker, gaf in een interview voor de Ede Stad aan dat haar belangrijkste doel is om de verschillende groepjes, die in het centrum zijn, bij elkaar te brengen. Tijdens het onderzoek is de conclusie te trekken dat de communicatie tussen de diverse partijen, die betrokken zijn bij de reclamebelasting, alles behalve optimaal is.

Wel is hierbij toe te voegen dat communicatie op dit moment simpelweg moeilijk is doordat de verhouding tussen de diverse partijen verhard is. Deze is zo verhard dat de normale communicatie gestaakt is en de rechter ingeschakeld zal worden. Dit zorgt op dit moment voor een communicatiestop tussen de desbetreffende partijen.

Ook in het proces van invoering van de reclamebelasting heeft de communicatie te wensen over gelaten. Door slecht communiceren ontstond er onduidelijkheid en argwaan bij bepaalde ondernemers. Door een betere communicatie had dat voorkomen kunnen worden en was het goed mogelijk geweest dat de situatie op dit moment niet zo was geëscaleerd.

Daarnaast is ook te concluderen dat vanuit de actiegroep veel overlegmogelijkheden niet zijn benut door hun argwaan richting de SBE en de gemeente. Het was niet nodig geweest om elk overleg te boycotten maar door de slechte communicatie in het begin is dit wel weer een logisch gevolg.

## Evaluatie

---

Uit de gesprekken met gemeente Ede, de periferie en de diverse documenten komt naar voren dat het evaluatiemoment het moment is om dingen aan te passen binnen de reclamebelasting. Op dat moment zullen de plannen van de SBE en de houding van de ondernemers geëvalueerd worden. Ook zal waar nodig aanpassingen doorgevoerd worden in de reclamebelasting. Dit jaar zal er ook geëvalueerd worden maar aanpassingen zijn niet mogelijk, omdat de zaak onder de rechter is, volgens de gemeente Ede.

### *Niet mee werken SBE*

De SBE wenste niet mee te werken met het onderzoek. Wel is er op verzoek een document toegezonden. Er zijn, door het projectteam, herhaaldelijke pogingen gedaan om in contact te komen met de SBE om zo een objectief beeld te kunnen vormen. Dit is helaas niet gelukt, dit is te betreuren en desondanks is er geprobeerd om de kant van de SBE zoveel mogelijk te benoemen. Het gevolg hiervan is er over bepaalde onderwerpen geen zekerheid was en daardoor ook niet of maar gedeeltelijk in het rapport opgenomen zijn.

## Adviezen

---

Gedurende het onderzoek was te merken dat er naast de reclamebelasting meer speelt uit het verleden en heden. Wel zijn er een aantal speerpunten die van belang zijn om de reclamebelasting en de verhoudingen tussen de diverse partijen te verbeteren.

Onze adviezen richten zich op een langdurige relatie en een oplossing waarbij aan de wensen van alle partijen tegemoet gekomen wordt. Dit aangezien alle partijen, ook in de toekomst, met elkaar de reclamebelasting zo moeten proberen te benutten om Ede centrum dat centrum te maken waarvoor de reclamebelasting bedoeld is.

### *Communicatie*

Eén van de belangrijkste punten is de communicatie. Op dit moment is de communicatie behoorlijk vastgelopen, hier is niemand bij gebaat. In een situatie als deze kan er heel veel gebeuren, zolang de communicatie maar op gang blijft. Ons advies hierbij is dan ook om het eerstkomende evaluatiemoment te benutten om in ieder geval weer in gesprek te raken met elkaar.

Hierbij is het advies om bijvoorbeeld een onafhankelijke partij in te schakelen om in gesprek te gaan met de tegenstanders, voorstanders, SBE en de gemeente Ede. Dit zal moeten resulteren in dat de gesprekken weer op gang komen en het zal helpen de communicatie te verbeteren.

### *Evaluatie*

Zoals ook al genoemd is bij het punt 'communicatie' is te zien dat het evaluatiemoment het moment om dingen aan te passen en dingen te bespreken. Het is zeer belangrijk om alle partijen hierbij te betrekken, hier kan niet vroeg en snel genoeg mee gestart worden. Het is duidelijk dat op de huidige manier de relatie tussen de diverse partijen alleen maar zal verslechteren. Zoek samen naar een oplossing.

### *Differentiatie*

Het belangrijkste struikelblok van de actiegroep is het feit dat iedereen hetzelfde bedrag moet betalen. Ons advies is om te differentiëren op gebied, dit is naar onze mening eerlijker en zal draagvlak creëren.

Voor het te differentiëren gebied raden we twee gebieden aan. Het "Oude Centrum" kan gezien worden als het kerngebied, dit is ook het gebied wat de OVEC hanteerde als kerngebied. Het gebied hieromheen, wat nu het volle bedrag moet betalen, zou naar onze mening een gedifferentieerd bedrag moeten betalen. Dit aangezien uit de praktijk blijkt dat dit gebied niet volledig profijt heeft van alle activiteiten. Omdat dit ook door veel betrokkenen in bijvoorbeeld de media is genoemd zijn wij ervan overtuigd dat er voldoende draagvlak zal zijn onder de ondernemers.

Als de differentiatie doorgevoerd wordt in het centrum en er een hernieuwde start gemaakt wordt met de communicatie en de gesprekken, dan zal een groot deel van de problemen opgelost zijn.

## **Bijlagen**

---

- Bijlage 1* Aanvraagbrief van de SBE richting de gemeenteraad.
- Bijlage 2* Voorstel aan de B&W over de intentionele bereidheid voor invoering van de reclamebelasting.
- Bijlage 3* Voorstel van de B&W aan de gemeenteraad over invoering van de reclamebelasting en het akkoord van de gemeenteraad.
- Bijlage 4* Het proces-verbaal van de notaris van de stemming over de reclamebelasting en de verduidelijking van de notaris.
- Bijlage 5* De verordening op de heffing en de invordering van reclamebelasting 2009.
- Bijlage 6* Het convenant ondernemersfonds Ede centrum 2009.
- Bijlage 7* Persbericht over de stemming, uitgegeven door de SBE
- Bijlage 8* De kaart die wordt aangehouden bij de heffing van de reclamebelasting waarin het centrum dat aangehouden werd door de OVEC ingekleurd is.