



**Gemeente Renkum**

Voorstel aan de raad

Verantwoordelijk team  
Ruimtelijke Ontwikkeling & Milieu

Nummer  
9

Kenmerk  
62462

Raad d.d.  
20 december 2017

Paragraaf begroting  
6A

Portefeuillehouder  
mr. J. (Jasper) Verstand

Steller  
R. (Ruth) Eikenaar

Datum  
30 oktober 2017

Onderwerp  
**reclamebelasting**

### Geadviseerd besluit

1. In het kernwinkelgebied Renkum per 1 januari 2018 reclamebelasting in te voeren onder de volgende voorwaarden:
  - a) de belasting wordt geheven van huurders/gebruikers van de panden aan de Dorpsstraat nummer 1 t/m 129, Wilgenpas 15, De Beyerstraat nummer 1 t/m 4 en de Kerkstraat nummer 1 t/m 4, waarop de openbare aankondiging is aangebracht;
  - b) belastingplichtigen zijn degenen die in het beschreven gebied een activiteit ontplooiën in of vanuit een pand, die is gevestigd op de begane grond van een bouwwerk of gedeelte daarvan, met een in de openbare ruimte zichtbare reclame-uiting;
  - c) de netto-opbrengst van de reclamebelasting wordt in de vorm van een subsidie uitgekeerd aan de ondernemersvereniging Renkum Centrum (hierna ORC);
  - d) de gemeente neemt in het jaar van invoering (2018) de eenmalige kosten die gemoeid zijn met de invoering van de reclamebelasting voor haar rekening;
  - e) De jaarlijkse kosten die direct te maken hebben met het opleggen van de reclamebelasting (perceptiekosten) worden vanaf 2018 in mindering gebracht op het uit te keren bedrag tot een maximum van vijf procent van de jaarlijkse inkomsten;
  - f) in 2021 wordt de reclamebelasting geëvalueerd;
2. De verordening reclamebelasting 2018 vast te stellen.

## Toelichting op beslispunten

1.

Ad a: de belasting wordt geheven van huurders/gebruikers van panden;

De reclamebelasting mag alleen aan de huurders/gebruikers worden opgelegd; het is aan hen om daarover desgewenst met de pandeigenaren nadere afspraken te maken. In geval van leegstand ontvangt de pandeigenaar de aanslag. Ook die heeft er nl. belang bij dat de leegstand van korte duur is en zijn pand waarde behoudt; het ondernemersfonds draagt daaraan bij.

Ad b: belastingplichtigen zijn degenen die in het afgebakende gebied een activiteit ontplooiën in of vanuit een pand met een in de openbare ruimte zichtbare reclame-uiting; de omstandigheid dat een openbare aankondiging op eigen terrein is geplaatst, staat de belastingheffing niet in de weg.

Omdat de netto-opbrengst ten goede komt aan het gebied waar de belastingplichtigen gevestigd zijn (het winkelgebied) is een geografische duiding gewenst. Degenen die buiten het gebied een winkel o.i.d. hebben betalen niet mee en kunnen ook geen aanspraak maken op voorzieningen die ten laste van reclamebudget worden gefinancierd.

Ad c: de netto-opbrengst van de reclamebelasting wordt in de vorm van een subsidie uitgekeerd aan de ORC;

Uitkering in de vorm van een subsidie heeft de voorkeur omdat dat aansluit bij de staande praktijk van toekenning, verantwoording en afrekening. Dankzij de subsidierelatie houden wij grip op de besteding van het budget en kunnen wij daarop dus controle uitoefenen. Daarover bestaat bij ORC overigens geen enkele twijfel: ORC heeft geen intenties om het budget anders te besteden dan waarvoor het is bedoeld: het behoud en het vergroten van de aantrekkelijkheid van het kernwinkelgebied.

Ad d: de gemeente neemt in het jaar van invoering (2018) de kosten die gemoeid zijn met de invoering van de reclamebelasting voor haar rekening. Onder deze kosten worden ook verstaan de kosten die gemaakt moeten worden m.b.t. het behandelen van bezwaar- en beroepschriften. Wij vinden het redelijk de beperkte invoeringskosten, net als bij de invoering van reclamebelasting in Oosterbeek, voor onze rekening te nemen. Het afdoen van bezwaar- en beroepschriften wordt intern opgepakt door de heffingsambtenaar binnen de gemeente. Deze kosten zijn op voorhand niet in te schatten; de verwachting is wel dat - als bezwaar en beroep wordt ingesteld - dat vooral meteen bij het jaar van invoering zal zijn.

Overigens is alleen bezwaar-en beroep mogelijk tegen de (individuele) aanslag, niet tegen het besluit waarbij de reclamebelasting is geïntroduceerd.

Ad e: de jaarlijkse kosten die direct te maken hebben met het opleggen van de reclamebelasting (perceptiekosten) worden ingaande 2018 in mindering gebracht op het uit te keren bedrag.

Afgezien van de eenmalige kosten bij invoering van de reclamebelasting, komen de kosten die moeten worden gemaakt om de belasting te innen jaarlijks terug (perceptiekosten). Wij vinden het redelijk deze kosten in mindering te brengen op de opbrengst van de reclamebelasting. Deze kosten worden ook in mindering gebracht op de opbrengst van de reclamebelasting in Oosterbeek.

Dat deze kosten in mindering worden gebracht op het uit te keren bedrag tot een maximum

*Onderwerp*  
reclamebelasting

*Datum*  
30 oktober 2017

*Kenmerk*  
62462

*Pagina*  
2 van 9

van vijf procent van de jaarlijkse inkomsten, verschaft ORC (rechts)zekerheid omtrent het netto inzetbaar budget.

Ad f: in het tarief (het bedrag van de belastingaanslag) wordt niet gedifferentieerd; Door af te zien van differentiatie wordt het opleggen van aanslagen relatief eenvoudig: de constatering van een uiting en daarmee een belastbaar feit geeft de grondslag voor een heffing. In Oosterbeek is hier ook voor gekozen. Wij blijven dan buiten discussies over afmetingen, wijzigingen daarin etc. etc.

Ad g: in 2021 is drie jaar ervaring opgedaan met reclamebelasting. Die periode is lang genoeg om aan de hand van een evaluatie te bezien of continuering gewenst is.

2.

Zonder onderliggende verordening kan reclamebelasting niet worden geheven. De verordening roept het belastbare feit in het leven. Dat betekent ook dat de belasting niet kan worden opgelegd voor dat deel van het (voorgaande) jaar dat de verordening nog niet gold.

## Beoogd effect

Door het heffen van reclamebelasting in het beschreven gebied wordt jaarlijks een structureel budget gevormd, dat na aftrek van perceptiekosten in de vorm van een subsidie wordt uitgekeerd en waarover jaarlijks rekening en verantwoording wordt afgelegd. Het budget komt, na aftrek van gemeentelijke kosten, volledig ten goede aan het winkelgebied in Renkum, zowel in de sfeer van aankleding als in activiteiten. Tussen ORC en gemeente wordt een convenant gesloten waarin afspraken komen over de wijze waarop het budget wordt ingezet en hoe daarover verantwoording wordt afgelegd. Het is een budget van de ondernemers voor de ondernemers en om die reden wordt gesproken van een ondernemersfonds.

## Kader

Het invoeren van reclamebelasting, een belasting gebaseerd op art. 277 van de Gemeentewet, behoort tot uw bevoegdheden.

Bij reclamebelasting draait het om het begrip 'openbare aankondiging', zichtbaar vanaf de openbare weg. Dit is een ruim begrip: volgens jurisprudentie omvat de term niet alleen reclame in engere zin, maar meer in het algemeen elke tot het publiek gerichte mededeling van commerciële dan wel ideële aard, waarmee de aandacht wordt getrokken voor een dienst of een product.

## Argumenten

1. Wens van ORC om reclamebelasting te heffen;  
Ondernemersvereniging Renkum Centrum heeft in een brief die wij op 25 september ontvingen de wens geuit tot invoering van reclamebelasting in Renkum (bijlage 1).

ORC wil de onderlinge samenwerking vergroten tussen allen die zich willen inzetten voor de

*Onderwerp*  
reclamebelasting

*Datum*  
30 oktober 2017

*Kenmerk*  
62462

*Pagina*  
3 van 9

promotie van het centrum van Renkum, dus niet alleen ondernemers /winkeliers, en die samenwerking zowel in organisatorisch als financieel opzicht verankeren.

Voorgaande pogingen, allemaal gebaseerd op het principe van vrijwilligheid (nu betaalt slechts de helft van de ondernemers vrijwillig mee) zijn op niets uitgelopen en daarom wil ORC het nu anders aanpakken. ORC wil de 'freeriders', winkeliers die geen contributie betalen maar wel profiteren van de inzet van de winkeliersvereniging, de pas afsnijden. Dat is de reden waarom ORC ons heeft gevraagd u voor te stellen reclamebelasting in te voeren. De inkomsten uit reclamebelasting vormen het fundament voor een stabiele samenwerking, gericht op het verder promoten en uitdragen van het 'merk' Renkum.

## 2. Het bieden van organisatorisch en financieel perspectief aan ORC;

Met reclamebelasting kan structureel worden opgebouwd (programming, investeringen) omdat er een organisatorisch en financieel perspectief ontstaat. Met het invoeren van reclamebelasting pakt de gemeente een faciliterende rol. Het zijn uiteindelijk de ondernemers zelf die moeten zorgen voor een levendig centrum.

Reclamebelasting leidt tot een jaarlijkse, structurele bron van inkomsten voor de ORC. Voor activiteiten, initiatieven in het kernwinkelgebied komt jaarlijks een budget beschikbaar van ongeveer € 24.500,-. Uitblijven van reclamebelasting zou betekenen dat de goodwill die het huidige dagelijkse bestuur van ORC met veel inzet heeft gekweekt, zal afbrokkelen.

## 3. Winkelgebieden staan onder druk;

Winkelgebieden staan onder druk, ook in onze gemeente. Het winkellandschap verandert als gevolg van veranderend consumentengedrag. Enerzijds geven consumenten vaker de voorkeur aan het bestellen van goederen via Internet, anderzijds is 'winkelen' in toenemende mate onderdeel van de vrijetijdsbesteding. Om consumenten naar de winkels te (blijven) trekken is het zaak te zorgen voor winkelgebieden die uitnodigen om er wat langer te verblijven. Winkelgebieden met een uitstraling die ervoor zorgt dat kopers en passanten zich er prettig voelen en er langer willen verblijven.

## 4. Coalitieakkoord Veranderend Renkum;

In het coalitieakkoord Veranderend Renkum is gewezen op het belang van aantrekkelijke centra, wat de gezamenlijke verantwoordelijkheid onderstreept van ondernemers en gemeente, die samen de voorwaarden scheppen voor een aanzuigende werking van de winkelgebieden.

## 5. Ervaringen andere gemeenten;

In omliggende gemeenten als Arnhem, Wageningen, Overbetuwe, Ede, Veenendaal en Barneveld zijn ondernemersfondsen opgericht, gevoed door inkomsten uit lokaal geheven belastingen (reclamebelasting of anderszins). Landelijke cijfers wijzen inmiddels uit dat het aantal ondernemersfondsen stijgt. Reclamebelasting wordt dan ook inmiddels algemeen erkend een probaat instrument dat ondernemers in het kernwinkelgebied voldoende armslag geeft om initiatieven te ontplooiën die alle ondernemers in het centrum ten goede komen.

De positieve gevolgen van reclamebelasting zijn ook in onze eigen gemeente te zien. In Oosterbeek, waar sinds maart 2017 reclamebelasting wordt geheven, zijn vanuit de geïnde reclamebelasting meerdere hanging baskets in het centrum geplaatst.

*Onderwerp*  
reclamebelasting

*Datum*  
30 oktober 2017

*Kenmerk*  
62462

*Pagina*  
4 van 9

Daarnaast is een professionele website opgericht voor Oosterbeek en wordt de activiteitenkalender steeds verder gevuld.

## 6. Toename van de kwaliteit van het winkel- en woongebied;

Een sterk winkelcentrum is niet alleen in het belang van de gevestigde ondernemers maar is van belang voor alle inwoners van een dorp. Een aantrekkelijk centrum met veel voorzieningen verhoogt de woonkwaliteit. Bovendien zullen nieuwe inwoners zich sneller vestigen in een dorp met een aantrekkelijk en levendig centrum.

## 7. Mogelijkheden samenwerking Ondernemend Oosterbeek en Ondernemersvereniging Renkum Centrum;

Op dit moment worden er al gesprekken gevoerd tussen de twee ondernemersverenigingen om mogelijk een deels gezamenlijke besteding te doen. Er wordt onder andere gesproken over het aanstellen van een centrummanager. De invoering van reclamebelasting in Renkum draagt bij aan de voortgang van deze gesprekken en daarmee de samenwerking tussen beide verenigingen.

## **Geschiedenis**

Al jaren probeert ORC reclamebelasting ingevoerd te krijgen. De in februari dit jaar door ORC uitgezette enquête heeft uitgewezen dat een meerderheid van de winkeliers in het kernwinkelgebied voor de invoering van reclamebelasting is. In de voorjaarsvergadering van ORC afgelopen april zijn de resultaten van de enquête gepresenteerd en is er door de leden op aan gedrongen reclamebelasting per 1 januari 2018 ingevoerd te krijgen.

Op dit moment zijn er al ontwikkelingen in het centrum, al is het door geringe inzet van een aantal mensen. Zo organiseert ORC in samenwerking met o.a. Renkum Leeft al verschillende activiteiten. In de enquête stemde een grote hoeveelheid van de ondernemers (87%) voor een hogere aantrekkingskracht en 82% procent voor meer commerciële activiteiten. Daarvoor is meer (structureel) budget vereist om de activiteiten kalender verder aan te vullen en het gehele jaar door Renkum Centrum voor de consument aantrekkelijk te maken en te houden. Alleen dan is het mogelijk jaarlijks uitvoering te geven aan een aantrekkelijk en gevarieerd programma, waarvan het hoofddoel is de lokale economie te versterken.

Ondernemersvereniging Renkum Centrum heeft een aantal pijlers waar ze het (structurele) budget voor willen inzetten:

- Het versterken van de beleving in het winkelgebied;
- Het versterken van de aantrekkingskracht van het dorp;
- Het organiseren van (meer) niet-commerciële activiteiten;
- Marketingdoeleinden stellen en realiseren;
- Meer activiteiten organiseren in samenwerking met andere (lokale) partijen;
- Het professionaliseren van de lopende activiteiten.

## **Kanttekeningen**

### 1. Aanpak;

Aan het einde van de vorige raadsperiode stelde u in uw vergadering van 29 januari 2014 de kaders vast voor het invoeren van reclamebelasting in de kern Renkum.

*Onderwerp*  
reclamebelasting

*Datum*  
30 oktober 2017

*Kenmerk*  
62462

*Pagina*  
5 van 9

Toen is besloten de stemverhouding te koppelen aan de systematiek die ook bij besluiten over invoeren van een BIZ (bedrijven investeringszone) wordt gehanteerd. Kortweg: opkomst tenminste 51 procent en van die opkomst 65 procent voorstander. Uiteindelijk heeft dit niet geleid tot de invoering van reclamebelasting; de stemming wees uit dat er onvoldoende voorstanders waren. Bovendien kan een opkomstdrempel strategisch stemgedrag in de hand werken.

De noodzaak om winkelgebieden te versterken wordt echter steeds groter. Niet alleen voor de ondernemers maar ook voor inwoners om zo een aantrekkelijk centrumgebied en voldoende voorzieningen te houden. ORC heeft zelf een draagvlakmeting gedaan. Hieruit kwam naar voren dat 67 procent voorstander is van de invoering van de reclamebelasting.

Voor het invoeren van reclamebelasting is koppeling aan de BIZ bovendien niet noodzakelijk.

Ten opzichte van het raadvoorstel in 2014 is de voorgestelde aanpak dus vereenvoudigd. Dit vergroot de kans op invoering van reclamebelasting en dus op versterking van het winkelgebied. Dit is dezelfde procedure zoals u die in Oosterbeek heeft gehanteerd.

## 2. Belastinggebied;

Over een ander belastinggebied is discussie mogelijk. Het winkelgebied van Renkum is langgerekt. Wij zijn in ons voorstel afgeweken van de wens van ORC. Zij zien het belastbare gebied graag uitgebreider, door het meenemen van de Europalaan. Zou overwogen worden het belastinggebied te vergroten, dan zal het vooral gaan om de vraag of dit aansluit bij De Ruimtelijke Visie 2025 die het kerncentrumgebied vaststelt op de Dorpsstraat met de zijstraten de Kerkstraat en De Beyerstraat. Daarnaast hebben 11 van de 12 gevestigde ondernemers op de Europalaan tegen de invoering van Reclamebelasting gestemd, wat het percentage voorstemmers aanzienlijk laat dalen. Wel krijgen ondernemers en winkeliers buiten dit gebied de mogelijkheid om vrijwillig lid te worden van de vereniging en zich zo alsnog te conformeren aan de belastingplicht van €350,- .

## Draagvlak

Het invoeren van reclamebelasting gebeurt op uitdrukkelijk verzoek van de ondernemers uit Renkum zelf. ORC heeft in februari een enquête uitgezet onder alle winkeliers in het centrum van Renkum. Dit is op een zorgvuldige wijze gebeurd. Na het versturen van een reminder hebben in totaal 48 winkeliers binnen het voorgestelde belastinggebied de enquête ingevuld.

In deze enquête werd onder andere de vraag gesteld of de respondent voor of tegen de invoering van reclamebelasting is. Van de 48 winkeliers hebben er 32 voor, 14 tegen en 2 neutraal ingevuld. Wanneer, in het meest ongunstige geval, deze 2 neutrale worden meegeteld bij de tegenstemmers, is het aantal voorstanders van de invoering van reclamebelasting te bepalen op 67%. De voorkeur van de ondernemers is vastgelegd in een overzicht (dat i.v.m. privacy-gevoeligheden ter inzage ligt bij de griffie). Wij hebben vertrouwen in de initiatiefnemers en daarmee in de uitkomst van hun peiling. Er zijn in de lokale pers berichten verschenen over reclamebelasting in Renkum en die hebben niet geleid tot reacties van bezwaarde ondernemers. Dat is een signaal dat ORC de draagvlakpeiling correct heeft uitgevoerd en de uitkomst dus representatief is.

De ervaring in gemeenten die met reclamebelasting zijn voorgegaan leert dat na invoering van reclamebelasting, ook bij degenen die daarvan in eerste instantie tegenstander waren het enthousiasme groeit.

*Onderwerp*  
reclamebelasting

*Datum*  
30 oktober 2017

*Kenmerk*  
62462

*Pagina*  
6 van 9

Kennelijk werkt het zo dat (tegen de zin) betalen toch leidt tot de wens dan ook maar over de besteding van het budget mee te praten en te beslissen. Als het niet lukt een ondernemersfonds te vormen en het dus toch weer op vrijblijvende en beperkte samenwerking neerkomt, zal dat een zware wissel trekken op de animo van het dagelijks bestuur om verder te gaan. De goodwill die dit bestuur in een jaar tijd bij de achterban heeft opgebouwd raakt verloren en afgewacht moet worden of anderen klaarstaan om er weer de schouders onder te zetten.

De rechtvaardiging van het opleggen van de reclamebelasting ligt in het feit dat zij wordt geheven van en uitgekeerd aan degenen die profijt kunnen hebben van het ondernemersfonds.

## Aanpak/Uitvoering

De reclamebelasting wordt alleen geheven als het belastbare feit zich aandient. Het belastbare feit in deze context is het voeren van reclame in enigerlei vorm in of aan een pand in het aangewezen gebied. Die panden moeten letterlijk in beeld worden gebracht. De geadresseerde van de aanslag is de huurder/gebruiker van het pand.

De reclamebelastingverordening wordt na vaststelling gepubliceerd en treedt vervolgens in werking. Daarnaast moet nog een convenant worden gesloten met de vereniging. Daarin worden meerjarige afspraken vastgelegd over de aard van de bestedingen. Jaarlijks worden in het traject van subsidieverlening concrete plannen en voorstellen aan het college voorgelegd en geaccordeerd.

Als iemand niet betaalt wordt het subsidiebedrag lager vastgesteld.

Om een ondernemersfonds te kunnen vullen met de opbrengst van reclamebelasting moet in de bestaande verordening het belastinggebied in Renkum worden toegevoegd. Het belastingjaar loopt van 1 januari tot en met 31 december. De belastingschuld ontstaat evenwel pas nadat de reclamebelastingverordening is vastgesteld én gepubliceerd (per 1 januari 2018). Dat betekent dat de hoogte van de aanslag in 2019 moet worden herzien.

Uit de peiling van ORC komt naar voren dat er een ruime meerderheid (67 procent) van de ondernemers in het kernwinkelgebied vóór invoering van reclamebelasting is. Er worden bij de invoering van reclamebelasting geen formele eisen gesteld over draagvlak of stemverhoudingen. U kunt als gemeenteraad op basis van de gemeentewet eigenstandig besluiten tot de invoering van reclamebelasting, net zoals dat het geval is bij andere belastingen.

## Communicatie

ORC heeft al uitgebreid gecommuniceerd met alle betrokken ondernemers. Tijdens een georganiseerde avond, een enquête en door middel van persoonlijke benadering. De belastingplichtigen krijgen een brief met uitleg. Verder zal dit voorstel worden toegelicht tijdens het wekelijkse persgesprek.

## Financiële consequenties

Voor de gemeente zijn er nauwelijks financiële consequenties. ORC stelt een tarief voor van € 350,- een bedrag dat overeenkomt met het tarief dat de Oosterbeekse ondernemers betalen aan reclamebelasting. Dat leidt bij 70 aanslagen tot een jaarlijkse bruto opbrengst van €24.500,00.

Om de reclamebelasting te kunnen heffen moeten kosten worden gemaakt, zoals kosten voor het aanmaken en versturen aanslagen, het afdoen van bezwaar- en beroepschriften en het aanpassen van software (belastingpakket). Omdat het om een beperkt aantal aanslagen gaat voeren wij de administratieve handelingen in eigen beheer uit.

Voorafgaande aan elk nieuw belastingjaar moet de lijst met 'belastbare' panden worden geactualiseerd. De werkzaamheden in het kader van de subsidieverlening worden in de bestaande processen geïntegreerd. Dat geldt ook voor de behandeling van bezwaar- en beroepschriften.

De kosten die gemaakt worden voor de jaarlijkse inning worden in mindering gebracht op het uit te keren bedrag tot een maximum van vijf procent van de jaarlijkse inkomsten. Bij 70 aanslagen gaat het dan om een bedrag van €1225,00.

De opbrengsten komen in de algemene middelen; de uitgave wordt verantwoord in programma 8.

## Juridische consequenties

Het besluit tot vaststelling van de aangepaste reclamebelastingverordening is niet vatbaar voor bezwaar of beroep. Tegen de belastingaanslag kan later wél bezwaar worden gemaakt.

## WMO-aspecten

n.v.t.

## Gezondheid

n.v.t.

## Duurzaamheid

n.v.t.

## Effect op vermindering regeldruk

Het invoeren van reclamebelasting geeft een lichte verhoging van de regeldruk.

## Alternatieven

- Geen reclamebelasting invoeren;
- Een ander belastinggebied aanwijzen;

*Onderwerp*  
reclamebelasting

*Datum*  
30 oktober 2017

*Kenmerk*  
62462

*Pagina*  
8 van 9



- Reclamebelasting invoeren door middel van aansluiting bij de BIZ regeling waarbij een officiële stemming moet worden gehouden, de helft van de ondernemers op moet komen dagen en twee derde voorstander moet zijn van invoering van reclamebelasting.

Als geen reclamebelasting wordt ingevoerd dan wordt het winkelgebied van Renkum niet versterkt. Bovendien zal dit een groot negatief effect hebben op het enthousiasme van de Ondernemersvereniging Renkum Centrum.

Over een ander belastinggebied is discussie mogelijk. Het winkelgebied van Renkum is langgerekt. Wij zijn in ons voorstel afgeweken van de wens van ORC. Zij zien het belastbare gebied graag uitgebreider, door het meenemen van de Europalaan. Doordat de tegenstemmers veelal in deze straten te vinden zijn, zorgt een toevoeging van deze straten aan het belastinggebied voor een daling in het aantal voorstemmers, van 67% naar 55%. Daarnaast sluit een toevoeging van bovenstaande straten niet goed aan bij de De Ruimtelijke Visie 2025 waarin het kernwinkelgebied wordt bestempeld als zijnde de Dorpsstraat met de zijstraten Kerkstraat en De Beyerstraat.

Wij vinden het toepassen van de BIZ systematiek in dit voorstel onnodig en overbodig. De draagvlakmeting van OR wijst uit dat er een duidelijke meerderheid voor reclamebelasting is. Kiezen voor de BIZ-aanpak betekent tijdverlies en extra kosten. De voorstanders moeten opnieuw in de weer komen om (vóór) te gaan stemmen. De tegenstanders hoeven alleen maar thuis te blijven. Zij hebben er baat bij dat dat het opkomstpercentage niet wordt gehaald. Het opwerpen van een hogere drempel is dus zeker niet in het belang van de voorstanders. Daar waar reclamebelasting is ingevoerd heeft de ervaring geleerd dat veel (aanvankelijke) tegenstanders van reclamebelasting na invoering toch de voordelen daarvan inzagen. Kennelijk werkt het zo dat de onvermijdelijkheid van de betalingsplicht omslaat in de behoefte dan ook invloed uit te oefenen op de besteding van de middelen. Zie verder de paragraaf Kantekeningen en Draagvlak.

Bijlagen bij de voorstel:

1. Brief Ondernemersvereniging Renkum Centrum met verzoek invoering reclamebelasting;
2. Kaart belastinggebied;
3. Overzicht voor- en tegenstemmers reclamebelasting Renkum Centrum – liggen ter inzage bij de griffie.

*Onderwerp*  
reclamebelasting

*Datum*  
30 oktober 2017

*Kenmerk*  
62462

*Pagina*  
9 van 9