

Werkgroep verkenning 'Ondernemersfondsen'

Klundert



Agenda:

- Opening
- Korte inleiding namens de huidige ondernemersvereniging
- Proces tot nu toe
- Essentie van een ondernemersfonds
- Belangrijke keuzes
- Samenvatting
- Vervolgbijeenkomst
- Rondvraag



Essentie van een ondernemersfonds

- Samen bereik je meer; investeren in collectieve activiteiten
- Gezamenlijk financieren; iedereen betaalt mee!
- Gericht op versterken economie/leefomgeving/samenwerking
- Op gebiedsniveau
- Voor en door ondernemers (zeggenschap)
- Beroep op (onderlinge) solidariteit
- Gemeentelijke faciliteert, ondernemers aan zet!



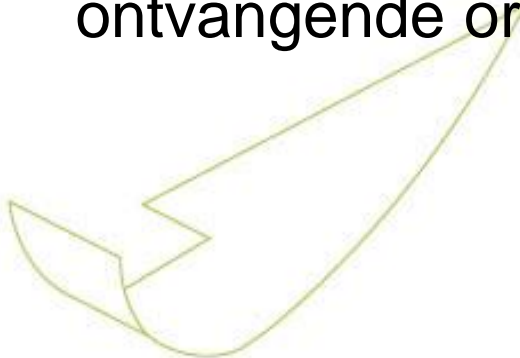
Waarom komen tot een ondernemersfonds?

- Lokale behoefte ondernemersfonds
- Verzilveren specifieke economische kansen
- Basis voor structurele financiering collectieve zaken
- Lokale organisatiegraad kwetsbaar; versterken organisatiegraad, samenwerking
- Versterkte concurrentie tussen gemeenten en gebieden
- Aantoonbaar meer investeren in een gebied



Wat gaan we ontwikkelen?

- Het te bepalen tarief/tarieven
- Een begroting
- Een gebiedsafbakening (kaart)
- Voldoende draagvlak bij leden/niet-leden
- Verordening reclamebelasting
- Uitvoeringsovereenkomst tussen gemeente en subsidie ontvangende organisatie

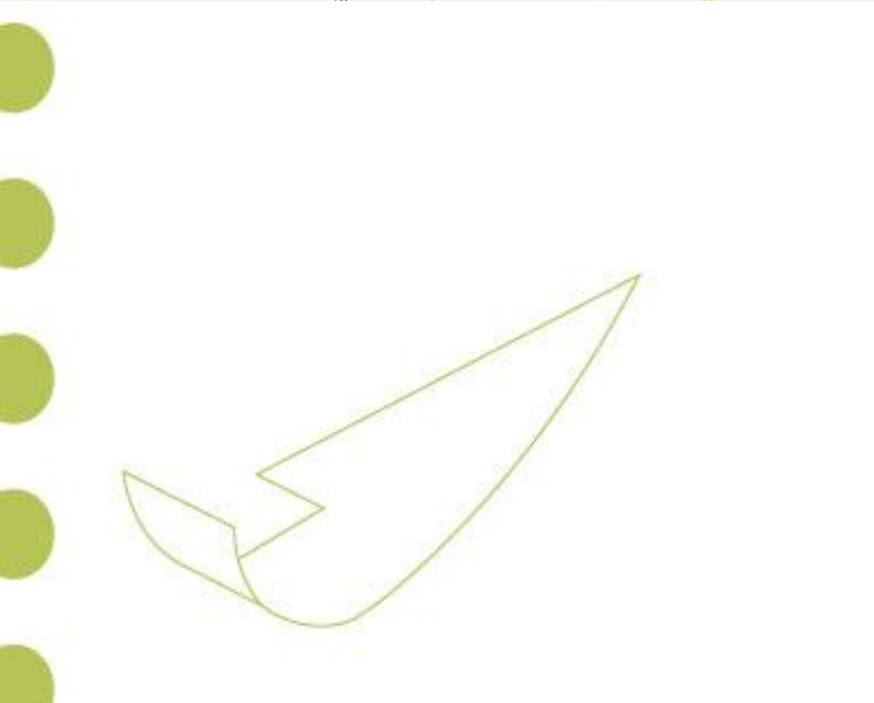
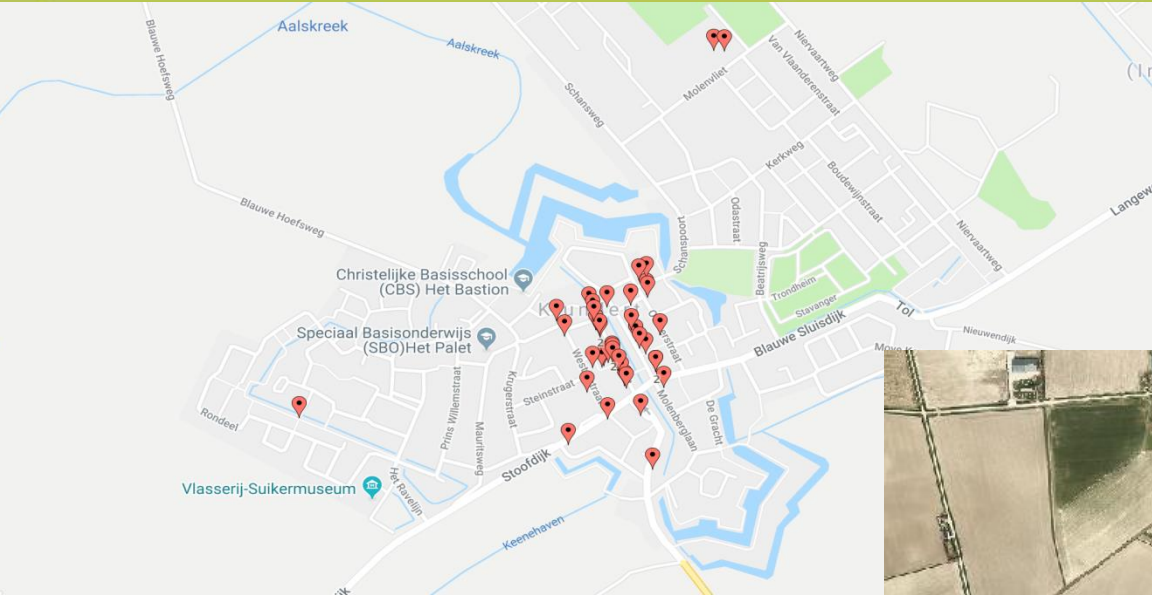


Acht belangrijke keuzes vandaag!

- Inhoudelijk programma/ambitieniveau/begroting
- Omvang heffingsgebied
- Belastingtarief(ven)
- Maatstaf van heffing
- Voeding van het fonds
- Trekkingsrecht
- Vrijstellingen
- Proces van draagvlak



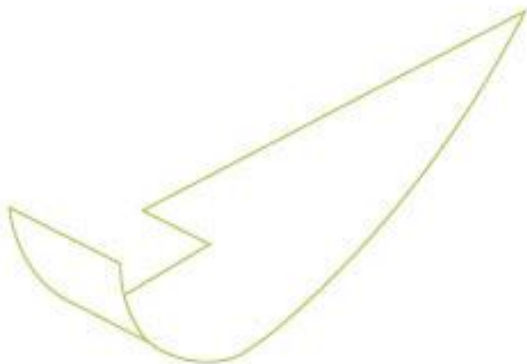
Keuze 2: omvang heffingsgebied



Keuze 3: belastingtarief(ven)



- **Huidige contributie aanhouden: 225 euro ex BTW**
- **Hoger 'vast' tarief hanteren**
- **Differentiatie aanbrengen in het tarief**



Keuze 4: Maatstaf van heffing

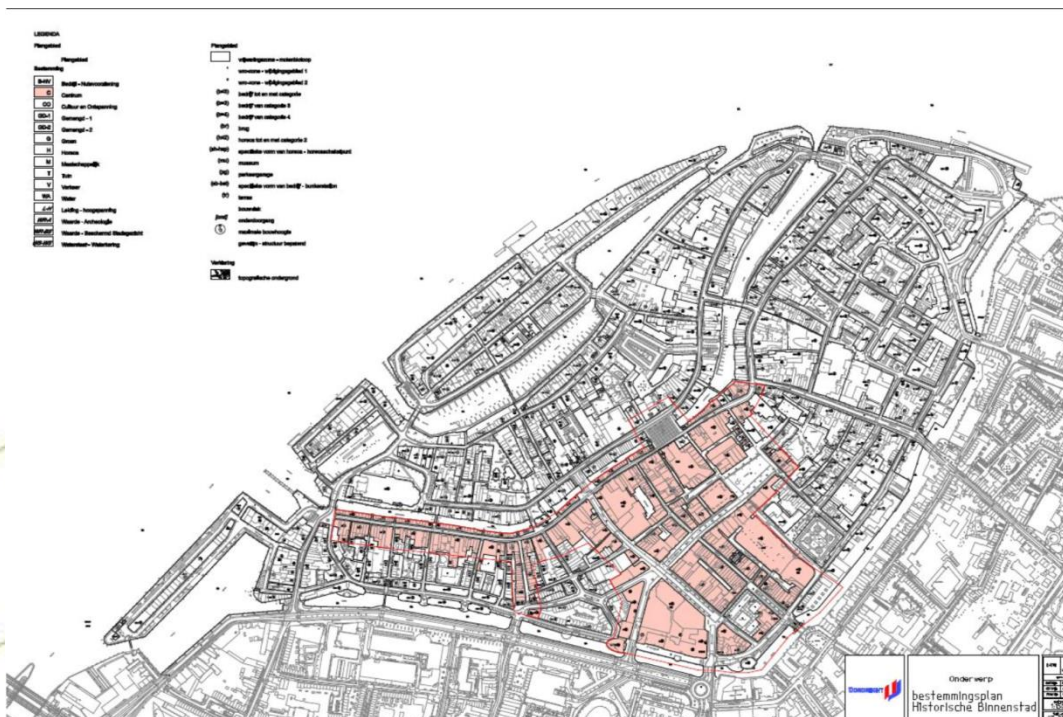
Bij differentiatie drie mogelijkheden

- **Model Amersfoort Binnenstad: metragestelsel**
- **Differentiatie naar oppervlakten**
- **Differentiatie op basis van WOZ Waarde**

	Tijdvak	Maand
indien de oppervlakte van de reclameobjecten minder is dan 0,1 m ² :	€ 0,00	€ 0,00
indien de oppervlakte van de reclameobjecten 0,1 m ² of meer bedraagt, maar minder dan 0,5 m ²	€ 224,40	€ 18,70
indien de oppervlakte van de reclameobjecten 0,5 m ² of meer bedraagt, maar minder dan 2,5 m ²	€ 448,80	€ 37,40
indien de oppervlakte van de reclameobjecten 2,5 m ² of meer bedraagt, maar minder dan 5 m ²	€ 561,00	€ 46,75
indien de oppervlakte van de reclameobjecten 5 m ² of meer bedraagt, maar minder dan 10 m ²	€ 897,60	€ 74,80
indien de oppervlakte van de reclameobjecten 10 m ² of meer bedraagt, maar minder dan 20 m ²	€ 1122,00	€ 93,50
indien de oppervlakte van de reclameobjecten 20 m ² of meer bedraagt	€ 1346,40	€ 112,20

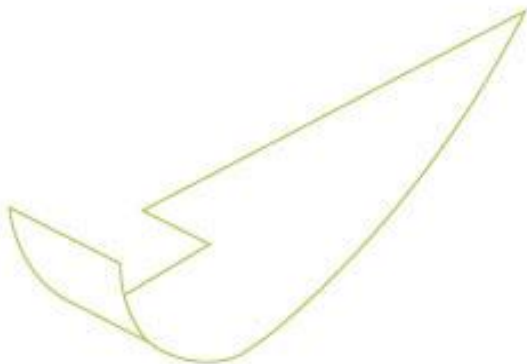
Mogelijkheid 3: Veldhovense model – Reclamefonds: Dordrecht

- Veldhovense model – WOZ waarde
 - € 250,- per jaar voor een pand t/m € 300.000,-
 - € 365,- per jaar voor een pand vanaf € 300.000,- t/m € 800.000,-
 - € 500,- per jaar voor een pand vanaf € 800.000,-



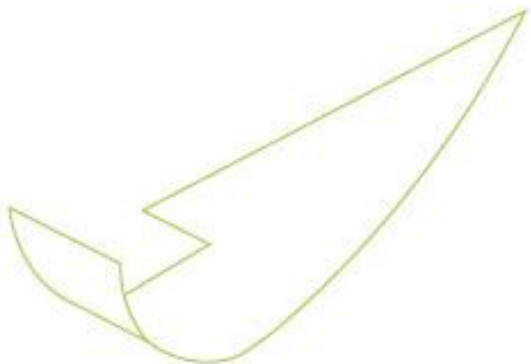
Keuze 5: Voeding van het fonds

- Reclamebelasting is gebruikersbelasting
- Indien **er** geen gebruiker voor het WOZ-object niet-woning is en waarop en waarbij één of meer reclameobjecten **zich bevinden**, wordt de verschuldigde belasting geheven van de eigenaar van het WOZ-object niet-woning.
- Bijdrage van de gemeente



Keuze 6: Trekkingsrecht

- Trekkingsrecht volledig voor centrum
- Gedeeltelijk recht voor bedrijventerrein



Keuze 7: Vrijstellingen (1)

Artikel 9 Vrijstellingen

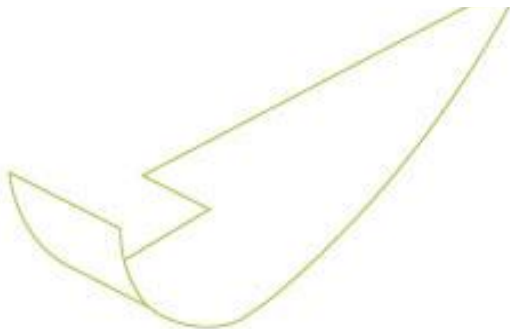
De reclamebelasting wordt niet geheven ter zake van openbare aankondigingen:

- a. die korter dan 13 weken aanwezig zijn, tenzij deze openbare aankondigingen zijn geplaatst in een voorziening waarin, waaraan of waarop wisselende openbare aankondigingen worden geplaatst, die individueel korter dan 13 weken aanwezig zijn, maar waarbij de verschillende openbare aankondigingen gezamenlijk 13 weken of meer aanwezig zijn;
- b. die als algemene bewegwijzering waarmee een algemeen belang wordt gediend kunnen worden aangemerkt;
- c. die door de gemeente of in opdracht van de gemeente zijn geplaatst of aangebracht, indien en voor zover de openbare aankondiging geschiedt ter uitvoering van de publieke taak;
- d. die door (semi) overheden of cultureel-maatschappelijke instellingen zijn aangebracht en die uitsluitend een cultureel, maatschappelijk, charitatief of ideëel belang dienen;
- e. die zijn aangebracht op TNT-post of KPN geplaatste brievenbussen;

Keuze 7: Vrijstellingen (2)

- f. aangebracht door of namens winkeliersverenigingen of wijkorganen, waarbij het reclameobject uitsluitend bestaat uit een afbeelding met naam van de winkeliersvereniging of het wijkorgaan;
- g. die uitsluitend een landen-, provincie-, gemeente- of streekvlag inhouden;
- h. voorzien van opschriften aangebracht op bouwterreinen, voor zover deze opschriften rechtstreeks betrekking hebben op de op dat terrein in uitvoering zijnde bouwwerkzaamheden;
- i. die zijn aangebracht op scholen, ziekenhuizen, verpleeg- en verzorgingshuizen, kerken en moskeeën en die betrekking hebben op de functie van het gebouw;
- j. die zijn bestemd voor de verkoop of verhuur van onroerende zaken, indien deze aanwezig zijn in de onmiddellijke nabijheid van de te verkopen zaak;
- k. waarvan de (gezamenlijke) oppervlakte per vestiging minder dan 0,1 m² (vierkante meter) bedraagt.
- l. die zijn aangebracht aan de voor- of zijkant van een museum voor zover het reclame betreft het bewaren en tentoonstellen van waardevolle dingen, dan wel waar kunst tentoongesteld wordt.

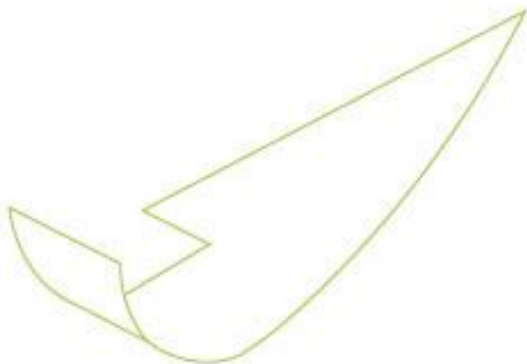
- Sportterreinen/zwembaden/clubhuizen
- Onderwijs & Kinderopvang
- Aula's
- Zorginstellingen
- Wijk- en buurtcentra
- Musea



Keuze 8: Proces van draagvlak



Hoe en in welke vorm gaan we de opbrengst van de werkgroep terugleggen bij 'alle belastingbetalers' en welke randvoorwaarden verbinden we hier aan (bijvoorbeeld op het gebied van draagvlak)?



Resume en vervolg

- Samenvatting
- Vervolgacties
- Volgende bijeenkomst met de werkgroep
- Rondvraag



Werkgroep verkenning 'Ondernemersfondsen' *Klundert*

