


Onderwerp Beantwoording vragen ex art. 36 RvO D66, Student & Stad, VVD,
Stadspartij 100% voor Groningen, CDA, PVV, PvhN inzake warrig
binnenstadsbeleid en reclamebelasting
ter informatie
Steller Christian Kuperus

De leden van de raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

Telefoon (050) 367 4770 Bijlage(n) 1

Ons kenmerk 187996-2023

Datum 16 juni 2023 Uw brief van

Uw kenmerk 

Geachte heer, mevrouw,

Hierbij ontvangt u ons antwoord op de door de fracties D66, Student & Stad, VVD, Stadspartij 100% voor Groningen, CDA, PVV en PvhN gestelde vragen ex art. 36 RvO over warrig binnenstadsbeleid en reclamebelasting. De brief van de vragenstellers treft u als bijlage aan.

- 1. Is het college het met de indienende fracties eens dat dit een bijzonder ongelukkig moment is om een nieuwe belasting voor ondernemers in te voeren?*
Nee, de beoogde invoeringsdatum voor reclamebelasting van 1 januari 2024 is naar onze mening niet ongelukkig gekozen. De invoering van reclamebelasting was oorspronkelijk voorzien voor 1 januari 2021 maar is tot twee keer toe uitgesteld in verband met de coronacrisis. Als gemeente werken we aan het herwinnen van de openbare ruimte in brede zin en zetten daartoe verschillende middelen in. Reclamebelasting is een middel om uitingen die zichtbaar zijn vanaf de openbare weg terug te dringen. De term reclamebelasting dekt daarmee eigenlijk de lading niet want het gaat ook om uitingen van bijvoorbeeld semi publieke organisaties. We voeren nu eerst een nulmeting uit, zodat we inzicht krijgen in hoeveel en om welke uitingen het gaat. Die informatie gebruiken we als input voor het vormgeven van deze belasting. Bij dat proces betrekken we de verschillende partijen die het aangaat, waaronder ondernemers.
- 2. Het college laat in haar brief aan de ondernemers niet weten waarom het deze belasting wil heffen. Ook is het volgens ondernemersverenigingen niet op tafel gekomen tijdens de vele overleggen. Hoe komt dit?*

Wij laten de nulmeting uitvoeren door Legitiem. De aangehaalde brief is een brief die de mensen van dit bedrijf ter plaatse kunnen uitdelen bij vragen over hun activiteiten. De brief is dus niet verzonden aan ondernemers/inwoners.

In de brief verwijzen we voor informatie over de reclamebelasting naar de gemeentelijke website. Op onze website hebben we aangegeven waarom we de reclamebelasting willen invoeren.

Achteraf moeten we constateren dat we de ondernemersverenigingen in een eerder stadium hadden moeten informeren over onze plannen. In hun brief van 8 mei jl. gaven de ondernemersverenigingen aan met ons in overleg te willen over de reclamebelasting. Aan deze uitnodiging hebben wij inmiddels gehoor gegeven. Het was een goed en constructief gesprek waarbij is uitgesproken dat het herwinnen van de openbare ruimte een gezamenlijk belang is. We wachten de resultaten van de nulmeting eerst af, daarna praten we hier met elkaar over door.

3. *Hoe beoordeelt het college de samenhang tussen het mkb-noodpakket en de reclamebelasting? Als het college om financiële redenen een belasting invoert, was het dan niet logischer geweest de beoogde opbrengsten hiervan te verrekenen met het noodpakket?*

De reclamebelasting zetten we in met het doel het terugdringen van de druk die door de aanwezigheid van (reclame-)uitingen op de openbare ruimte wordt ervaren. Deze belasting en het mkb-noodpakket staan volledig los van elkaar. Een verrekening van de beoogde opbrengst met de kosten van het noodpakket is daarom niet logisch.

4. *Creëert het college met zowel het noodpakket als ook de reclamebelasting niet vooral heel veel werk en uitvoeringskosten voor zichzelf, in plaats van opbrengsten of steun voor ondernemers?*

Elke vorm van belasting gaat gepaard met uitvoeringskosten. Wat betreft de opbrengsten gaat het ons in eerste instantie om de bijdrage die de maatregel kan leveren aan het herwinnen van de openbare ruimte. Dat is voor ons een belangrijke maatschappelijke opbrengst. De definitieve uitvoeringskosten zijn nu nog niet bekend en zullen -uiteraard- in een goede verhouding moeten staan tot de opbrengst en het beoogde effect van de belasting. De uitkomsten van de nulmeting en het gesprek daarover vertalen wij in een raadsvoorstel waarin ook inzicht wordt gegeven in de incidentele en structurele kosten.

5. *Als het college voornemens is te belasten omdat ze reclame storend vinden, is het dan nog wel logisch om de reclameborden die in de gemeente staan aan te besteden? Hoe zou dit overkomen bij ondernemers?*

Het reclamedragend straatmeubilair (bijvoorbeeld two-signborden enabri's) wordt niet uitsluitend voor commerciële doeleinden gebruikt. Het dient ook lokale doelen, zoals bewegwijzering of stadspromotie. De meeste contracten lopen pas in 2027 of later af. Voor het vervolg op de (twee) contracten die dit jaar aflopen zullen we u rond de zomer informeren. We werken daarbij aan een andere inzet op onze aanbesteding. We willen hier zorgvuldig en in samenhang naar kijken.

6. *Is het college voornemens van de reclamebelasting een doelbelasting te maken, waarvan de opbrengsten terugvloeiën naar het aantrekkelijk maken van het winkel- en verblijfsklimaat?*

We zullen de komende periode op basis van de uitkomsten van de nulmeting uitwerken hoe we de reclamebelasting precies gaan vormgeven. Idee is om het in te voeren als algemene belasting. Dat past ook bij de doelstelling herwinnen openbare ruimte, want daar investeren we breed in. Bij die nulmeting brengen we de huidige (reclame-)uitingen in beeld. Daarna hervatten we het gesprek met de ondernemersverenigingen waarin we de mogelijkheden en onmogelijkheden bespreken.

7. *Deze visie staat haaks op de aangenomen motie ‘meer ruimte voor de kleine retailondernemer’ die de coalitiepartijen met steun van het college aangenomen kregen. Hoe kijkt het college hiernaar? Waarom heeft het college deze motie oordeel raad gegeven?*

Wij delen uw standpunt niet. De uitwerking van de visie ‘Ruimte voor Retail’ voorziet in een nieuwe indeling in horeca-categorieën. De term ‘daghoreca’ wordt opgesplitst in horeca 1a (lunchrooms/koffiezaken e.d.) en 1b (snackbars, maaltijdbezorgers e.d.). Door aan deze nieuwe categorieën planologische voorwaarden te hangen, kunnen wij gewenste en ongewenste ontwikkelingen sturen. Horeca-initiatieven die niets of weinig toevoegen aan de verblijfskwaliteit van winkelstraten of pleinen kunnen wij dan weren. Dat biedt op termijn juist weer ruimte voor andere initiatieven die wel bijdragen aan de verblijfskwaliteit, zoals winkels en horeca-categorie 1a.

8. *Hoe beoordeelt het college deze instrumenten uit Amsterdam en Enschede? Als het college dan toch van plan is reclamebelasting in te voeren, zouden de opbrengsten dan niet geschikt kunnen zijn voor een dergelijk fonds?*

U geeft een tweetal voorbeelden van overheden die actief proberen het authentieke karakter van hun binnensteden te beschermen, zoals stadsherstel in Amsterdam en het Stimuleringsfonds Binnenstad Enschede. Een vergelijkbaar instrument is ons uitvoeringsprogramma ‘Bestemming Binnenstad – Ruimte voor Jou’. Daarin is voor een bedrag van totaal circa 68,4 miljoen euro opgenomen voor investeringen die bijdragen aan een aantrekkelijke binnenstad in brede zin.

9. *Is dit aanbod bij het college bekend? Hoe kijkt het college naar dit idee? Als het college dan toch van plan is reclamebelasting in te voeren, zouden de opbrengsten dan niet geschikt kunnen zijn voor een dergelijk fonds?*

In uw brief met schriftelijke vragen ex art.36 RvO geeft u aan dat de GCC samen met andere partijen heeft aangeboden om te gaan werken aan een fonds om de diversiteit van het aanbod te bevorderen. Deze partijen wilden gebiedsgericht winkels en concepten gaan acquireren. Het idee vinden wij interessant en wij denken graag mee. Wij zien op dit moment alleen geen directe aanleiding om een dergelijk fonds financieel te steunen. De Groningse binnenstad behoort immers tot de belangrijkste winkelgebieden van Nederland. Onze binnenstad mag zich verheugen op goede ervaringen en hoge waarderingcijfers van bezoekers. Ook zijn de leegstandcijfers het laagst sinds tien jaar. Desondanks willen we de

Volgvel 3

resultaten van de nulmeting en de gesprekken met de ondernemersverenigingen afwachten. Na de zomer ontvangt u een voorstel hoe we de reclamebelasting precies willen gaan vormgeven.

10. Ziet het college, naast bovenstaande ideeën en de aangenomen motie ‘Meer ruimte voor de kleine retailondernemer’, nog meer kansen om de diversiteit in de binnenstad te vergroten?

We zien niet direct nieuwe kansen, maar wij staan uiteraard open voor nieuwe kansen en initiatieven aangedragen door ondernemers.

11. Erkent het college dat er tussen alle beleidsambities weinig samenhang lijkt te zijn? En als het college die samenhang wel ziet, wat kan het dan doen om ondernemers en raad beter mee te nemen in de richting die het college voorstaat?

Wij erkennen dat de communicatie over de reclamebelasting beter had gekund. Hierover heeft inmiddels een constructief gesprek plaatsgevonden met vertegenwoordigers van bedrijvenverenigingen met de verantwoordelijke wethouders.

Met betrekking tot alle beleidsambities verwijzen wij u graag naar onze collegebrief aan uw raad met als onderwerp ‘Horeca- en retailontwikkelingen binnenstad’ (kenmerk 169006-2023 d.d. 24 mei 2023). Daarin is de samenhang van verschillende thema’s uitgebreid beschreven. In de beeldvormende en meningsvormende sessie van 24 en 31 mei jl. heeft u deze brief op een prettige manier met ons besproken. De voorgestelde richting van de maatregelen kon daarbij op uw instemming rekenen.

Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,

locoburgemeester,
Mirjam Wijnja

secretaris,
Christien Bronda

Deze brief is elektronisch aangemaakt en daarom niet ondertekend.