

Onderwerp Interne evaluatie proces van invoering reclamebelasting
ter informatie

De leden van de raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

Telefoon 14 050

Bijlage(n) 1

Ons kenmerk 170162-2025

Datum 2 juli 2025

Uw brief van

Uw kenmerk



Geachte lezer,

Met deze brief informeren wij u over de uitkomsten van de interne procesevaluatie van het project ‘Invoering reclamebelasting’. Deze brief richt zich daarmee niet op de evaluatie van de effecten, zoals de daadwerkelijke vermindering van reclame-uitingen. Daarvoor is het momenteel nog te vroeg, aangezien de belasting recent is ingevoerd en eerst verder moet worden ingewerkt. Denk hierbij aan het opstellen van eenduidige opname-instructies, zodat de uitvoering consistent is. Het opdoen van voldoende ervaring hiermee vergt tijd. Daarnaast heeft uw raad een amendement aangenomen waarin is vastgelegd dat vanaf 2025 culturele, zorg- en onderwijsinstellingen worden vrijgesteld van deze belasting. Dit maakt de uitvoerbaarheid tijdelijk complexer en vraagt om extra zorgvuldigheid en tijd. Ook is hierdoor een langere periode nodig om de effecten van de invoering goed te kunnen meten en vergelijken. We hebben dit eind mei jl. ook verwoord in de [beantwoording van schriftelijke vragen](#) vanuit uw raad over de invoering en uitvoering van de reclamebelasting.

Het komt niet vaak voor dat we een nieuwe belastingmaatregel invoeren. Daarom vinden we het belangrijk om te leren en aanbevelingen te benutten voor verdere optimalisatie van de reclamebelasting. Deze interne evaluatie is uitgevoerd door de projectgroep die verantwoordelijk was voor de voorbereiding en implementatie van deze belastingmaatregel, zoals opgenomen in het coalitieakkoord. De evaluatie richt zich op het proces van invoering, de knelpunten en de leerpunten, met als doel verdere optimalisatie van de uitvoering van de reclamebelasting. De belangrijkste reden voor de invoering was het tegengaan van de verrommeling van de openbare ruimte. Zoals gezegd is het nu nog te vroeg om die effecten te meten (daadwerkelijke vermindering van reclame-uitingen) gezien het feit dat deze belasting nog te kort geleden is ingevoerd.

1. Doel en opzet van het project

Het project startte op 1 oktober 2022 en had als doel om een verordening op te stellen waarmee de gemeente Groningen per 1 januari 2024 reclamebelasting kon heffen. Uitgangspunt was het opstellen van een objectieve verordening met een progressieve tariefstelling. Inmiddels is de uitvoering van de belasting ondergebracht bij het Noordelijk Belastingkantoor (NBk).

De projectgroep was integraal samengesteld met vertegenwoordiging vanuit diverse gemeentelijke disciplines en externe partners, waaronder het NBk. Deze brede samenstelling heeft bijgedragen aan een zorgvuldige voorbereiding en uitvoering.

2. Resultaten en voortgang

Een belangrijke aanpassing in aanloop naar de invoering was de keuze voor een gefaseerde invoering, mede naar aanleiding van gesprekken die gevoerd zijn met partners van de Koepel Economische Agenda. De verordening is vervolgens conform planning vastgesteld en de belastingheffing is per 1 januari 2024 gestart. De aanvankelijke planning wat betreft uitvoering bleek echter optimistisch. De aanslagoplegging is verschoven van september 2024 naar januari 2025, vanwege de keuze voor zorgvuldigheid boven snelheid, zoals de invoering van een voormeldingstraject. Belastingplichtigen kregen daarmee vooraf inzicht in hun aanslag. Ondanks dat in een beperkt aantal gevallen dit niet meteen vlekkeloos verliep droeg deze stap bij aan transparantie en zorgvuldigheid.

In 2024 werden 5.000 voormeldingen verstuurd, waarop 28,2% van de ontvangers reageerde. Van deze reacties gaf 75,9% aan akkoord te zijn met de voormeldingen. De 5.000 verstuurde voormeldingen is inclusief 3.000 vrijgestelde uitingen en de 0-tarief uitingen tot 2 vierkante meter. Er zijn in totaal 104 bezwaren ontvangen op 1.495 verzonden aanslagen voor de reclamebelasting.

3. Knelpunten en uitdagingen

Het was wat ons betreft van belang om de belasting zo objectief en eerlijk mogelijk in te voeren. Hoewel meer gemeenten reclamebelasting heffen was dit voor de gemeente Groningen nieuw. Het is dan ook niet zo vreemd dat in een proces dat je voor het eerst doorloopt knelpunten of (on)verwachte uitdagingen tegenkomt:

- De invoering van de reclamebelasting stuitte, niet geheel onverwacht, op weerstand bij een deel van de belastingplichtigen. Zo ontving ons college en uw raad brieven van o.a. de partners verenigd in de Koepel Economische Agenda, Rijksuniversiteit Groningen en Buurtcentra Besturen Overleg Groningen/Groninger Dorpen waarin werd opgeroepen af te zien van invoering danwel het instellen van vrijstellingen.
- Omdat opnames handmatig worden uitgevoerd, zijn deze gevoeliger voor interpretatieverschillen. Hoewel digitalisering op termijn voordelen kan bieden, is op dit moment bewust gekozen voor handmatige uitvoering en niet voor digitale alternatieven, vanwege de hoge kosten en beperkte meerwaarde.
- Door uw raad is een amendement aangenomen waarmee vrijstelling van culturele, zorg- en onderwijsinstellingen is opgenomen in de verordening vanaf 2025. Dit maakt de uitvoerbaarheid (tijdelijk) complexer en vraagt extra tijd en zorgvuldigheid. Ook is hierdoor meer tijd nodig om de effecten van de invoering goed te kunnen meten en vergelijken.

4. Samenwerking en communicatie

De invoering van de reclamebelasting was opgenomen in het coalitieakkoord. Juist omdat weerstand werd verwacht is ingezet op open en duidelijke communicatie over de invoering. De communicatie richtte zich onder andere op nieuwsbrieven, het actualiseren van vraag-en-antwoordpagina's en andere informatie op de websites van de gemeente en het NBk. Ondanks een grondige voorbereiding van het Klant Contact Centrum van het NBk op mogelijke vragen, kwamen er tijdens het proces toch vragen binnen die niet direct beantwoord konden worden. Voorafgaand aan en tijdens de invoering zijn er vanuit ons college meerdere gesprekken gevoerd met ondernemers. Achteraf bleek dat het voor hen bijvoorbeeld onvoldoende duidelijk was dat de nulmeting al op korte termijn zou plaatsvinden. Terugkijkend kunnen we constateren dat we hen hierover duidelijker hadden kunnen informeren, met name over wat dit in de praktijk betekende. Ook is de website naar aanleiding van reacties geactualiseerd en verbeterd.

5. Budget

De eenmalige projectkosten bedroegen 182 duizend euro tot en met 2024. Voor 2025 wordt nog 10 duizend euro aan afrondingskosten verwacht. De werkelijke belastingopbrengst 2024 is door het NBk berekend op 650 duizend euro en de uitvoeringskosten op 150 duizend euro. Wij hebben toegezegd u te informeren zodra wij concreter zicht hebben op de definitieve opbrengsten en kosten.

6. Aanbevelingen

De belangrijkste aanbevelingen zijn:

- Structurele inbedding van het voormeldingstraject en duidelijke instructies voor opnemers, gezien het positieve effect op de kwaliteit van de aanslagoplegging en het aantal bezwaren.
- Zorg voor een effectenmonitoring reclame-uitingen: vanwege de gefaseerde invoering en het amendement is een betrouwbare evaluatie van de effecten op zijn vroegst pas in 2028 mogelijk.
- Breng bij wijzigingen in de verordening goed in beeld voor wie dat iets betekent en maak daarop een communicatieplan.

Door deze aanbevelingen toe te passen, kan de efficiëntie en zorgvuldigheid van de reclamebelasting verder worden geoptimaliseerd.

7. Conclusie

De invoering van de reclamebelasting is conform raadsbesluit gerealiseerd. De gekozen aanpak heeft geleid tot een zorgvuldige implementatie en de aanbevelingen uit de evaluatie nemen wij over.

Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,

burgemeester,
Roelien Kamminga

secretaris,
Sander Gerritsen

Deze brief is elektronisch aangemaakt en daarom niet ondertekend.