Notitie

Bedrijfsvoering
Belastingen

Rijswijk

Onderzoeksnotitie reclamebelasting 2027

Aanleiding
In de Kadernota 2025 is opgenomen dat per 2026 reclamebelasting ingevoerd zou worden met een opbrengstraming van € 150.000. De voorbereidingen, implementatie en uitvoeringswerkzaamheden hadden meer voeten in aarde dan voorzien. De invoering is daarom doorgeschoven naar 2027.

Doel, uitgangspunten, inhoud, effecten, gevolgen, varianten, uitvoerbaarheid
In deze notitie wordt nader uiteengezet wat reclamebelasting inhoudt, wat de effecten zijn en voor wie deze effecten het meest voelbaar zijn. Met andere woorden welke gevolgen heeft de invoering van reclamebelasting en voor wie? Wat is er allemaal nodig? Ook de verschillende beleidskeuzes worden in deze notitie kort besproken.

Probleemstelling
Reclamebelasting heeft meerdere beleidskeuzemogelijkheden. Afhankelijk van de reden van invoering, de bekostiging en de uitvoeringsmogelijkheden die de gemeente heeft zal er een keuze gemaakt moeten worden ten aanzien van de te hanteren grondslag/maatstaf, de eventuele gebiedsafbakening waarvoor de belasting gaat gelden en de vrijstellingen. Zaak is om een meest geschikte, proportionele, evenredige en doeltreffende keuze hierin te maken. Omdat het hier gaat om een nieuw in te voeren belasting binnen onze gemeente moet nadrukkelijk rekening worden gehouden met de exceptieve toetsing. Dit betekent onder andere dat de nieuwe regeling niet in strijd mag zijn met het evenredigheidsbeginsel. Is de maatregel doeltreffend, proportioneel, noodzakelijk en evenredig? Is de beleidskeuze voldoende gemotiveerd, zijn de belastingplichtigen voldoende hierin meegenomen en is de gemeenteraad voldoende geïnformeerd over de beleidskeuzes om een afgewogen beslissing over deze besluitvorming te kunnen nemen?

De reden, het uitgangspunt en het doel van invoering van deze belasting is dan ook een van de belangrijkste factoren waarmee bepaald kan worden welke variant voor deze maatregel geschikt is. Welke variant in heffingsmaatstaf in combinatie met het tarief past hierbij het beste?

Hoofdvraag
Wat is het doel van de invoering van de reclamebelasting en welke beleidskeuzes moeten hiervoor gemaakt worden om dit doel binnen de normen te kunnen bereiken?

Doel
In de kadernota 2025 heeft de gemeenteraad besloten om reclamebelasting in te voeren. Het doel van de invoering is hierbij tweeledig vastgesteld.

1. Het genereren van extra opbrengsten en deze te laten vloeien in de algemene middelen.
2. Regulering openbare aankondigingen. De verrommeling van reclame-uitingen binnen de gemeente tegengaan.

Uitgangspunten
De uitgangspunten voor de invoering van reclamebelasting zijn:

- Een financieel gezonde gemeente waarborgen.
- Verrommeling tegengaan.

Inhoud
Hieronder is nader uiteengezet wat reclamebelasting inhoudt, waarover reclamebelasting wordt geheven en van wie reclamebelasting wordt geheven. Hiervoor is als eerste van belang vast te stellen wat het belastbare feit is en wie de belastingplichtige is.

Belastingobjecten, belastbare feiten en belastingplicht

Begripsbepalingen

Belastbaar feit
Onder de naam reclamebelasting wordt *(gekozen variant bij gebiedskeuze van toepassing zijnde deel van de modelverordening hier opnemen: en binnen het gebied zoals nader aangewezen in de bij deze verordening ingevoegde afbeelding figuur 1,)* een directe belasting geheven voor een openbare aankondiging die zichtbaar is vanaf de openbare weg.

Openbare aankondiging
Publiek gerichte mededeling, gericht op het trekken van belangstelling voor de aankondiging.
Tot het publiek gerichte aankondiging van commerciële of ideële aard waarmee de aandacht wordt getrokken.

Openbare weg
Overeenkomstig artikel 4 Wegenwet. wetten.nl - Regeling - Wegenwet - BWBR0001948
Wandelpaden behoren tot de openbare weg.

Belastingplicht
1. De reclamebelasting wordt geheven van *degene van wie*, dan wel *ten behoeve van wie* de openbare aankondiging wordt aangetroffen.
2. In afwijking in zoverre van het bepaalde in het eerste lid wordt de reclamebelasting voor een openbare aankondiging, die met vermelding van de naam van *een tussenpersoon* is gedaan in verband met de verhuur of de verkoop van roerende en onroerende zaken, *geheven van die tussenpersoon.*
3. In afwijking in zoverre van het bepaalde in het eerste en tweede lid wordt de reclamebelasting voor een openbare aankondiging *die is aangebracht door tussenkomst van een natuurlijk persoon of rechtspersoon die zijn beroep of bedrijf maakt van ten behoeve van derden tegen vergoeding* aanbrengen van openbare aankondigingen op daartoe beschikbaar gestelde oppervlakken, *geheven van die natuurlijk persoon of rechtspersoon.*

Juridische kaders

Openbare aankondiging
Er zijn geen wettelijke beperkingen aan een openbare aankondiging. Het kan dus van alles zijn waarop de openbare aankondiging geuit wordt. Zichtbaar vanaf de openbare weg (art 4 Wegenwet).
De gemeente is vrij om vrijstellingen of beperkingen op te nemen in de verordening tot een gedeelte van haar grondgebied mits objectief en naar redelijkheid en rechtvaardigheid bepaald en niet in strijd met enig ander rechtsbeginsel (zoals bijv. gelijkheidsbeginsel).

De gemeente is vrij om die heffingsmaatstaf op te nemen die het best aansluit op het beleid en de praktijksituatie van de gemeente.

Gebiedsafbakening – gehele gemeente
Omdat het uitgangspunt van deze heffing is om belastingopbrengsten te genereren bestemd voor de algemene middelen is het advies de gehele gemeente als heffingsgebied aan te wijzen in plaats van een deel van de gemeente. De opbrengsten zijn bestemd voor de gehele gemeente. Het zou daarom niet evenredig zijn om de op te halen gelden slechts te verdelen over een gedeelte van de gemeente. Wat daarnaast ook nog zou betekenen dat het aanslagbedrag per belastingplichtige hoger zal moeten zijn om de beoogde belastingopbrengsten op te kunnen halen.
Daarnaast is bij de inventarisatie gebleken dat de openbare aankondigingen zeer verspreid zijn over de gehele gemeente.

Risico - ontwijkingsbelasting
Er is gevaar op het intreden van ontwijkende belasting. Dit betekent dat een belastingplichtige een uiting in z'n voordeel wijzigt (verplaatsen of kleiner of groter maken als de heffingsmaatstaf het aantal vierkante meters betreft) gedurende de tijd dat de reclame wordt geuit. Waardoor hij minder reclamebelasting verschuldigd is.

Effect – belastingplichtigen - ondernemers
Gelet op de hiervoor uiteengezette begripsomschrijvingen belastbaar feit (openbare aankondigingen zichtbaar vanaf de openbare weg) en belastingplichtige (degene van wie of ten behoeve van wie) is het aannemelijk dat de invoering van reclamebelasting haar grootste weerslag zal hebben op de groep van ondernemers.

Communicatie betrokkenen
Ondernemers die binnen de gemeente een reclame-uiting voeren die zichtbaar is vanaf de openbare weg (artikel 4 Wegenwet) moeten voldoende geïnformeerd en betrokken worden vooraf aan de besluitvorming. (Economische Zaken). Na overleg met communicatie EZ is besloten om het moment van communicatie met de ondernemers te laten plaatsvinden op het moment dat er meer bekend is over de inhoud/richting ten aanzien van de verordening zoals: heffingsmaatstaf, vrijstellingen, schatting van het belastingbedrag. Dus na bespreking wethouder/ college.

Daarnaast zal ook de gemeenteraad hierin meegenomen worden in de forum en raadsbehandelingen zodat de raad een afgewogen besluit kan nemen hierover. Wat is het doel van de heffing? Is de heffing redelijk, proportioneel en evenredig? Is het raadsvoorstel voldoende gemotiveerd en onderbouwd? In de toelichting van de reclamebelastingverordening zal dit dan ook uiteengezet worden.

Mogelijke communicatiekanalen
- Op de website van belastingen
- Rijswijk Regelrecht
- Ondernemersvereniging
- Rijswijk onderneemt
- Op de socials
- Ondernemersbrief

Gevolgen voor (de grootste groep) belastingplichtigen – de ondernemers
Wat de gevolgen zijn voor deze grootste groep belastingplichtigen is mede afhankelijk van de beleidskeuzes in de verschillende mogelijk toe te passen varianten in heffingsmaatstaf. Een heffingsmaatstaf is de grondslag op basis waarvan in combinatie met het vastgestelde tarief de hoogte van het aanslagbedrag bepaald wordt.

Daarnaast zijn het aantal openbare aankondigingen dan wel grootte van de openbare aankondigingen bepalend voor de hoogte van het tarief dan wel aanslagbedrag rekening houdend met de op te brengen € 150.000 vermeerderd met de kosten voor de invoering, de perceptiekosten, inspectiekosten/controles en kosten voor bezwaar en beroep ad circa € 40.000. Dit betekent een op te halen bedrag van circa € 190.000 in totaal.

Varianten
De mogelijk toe te passen varianten zijn:

Heffingsmaatstaf – gebiedsafbakening – bestemming opbrengst

A. WOZ-waarde – gehele gemeente – algemene middelen
B. WOZ-waarde - gebiedsafbakening – algemene middelen
C. WOZ-waarde – gebiedsafbakening – ondernemersfonds
D. Vierkante meters – gehele gemeente – algemene middelen
E. Vierkante meters – gebiedsafbakening – ondernemersfonds
F. Vast bedrag – gebiedsafbakening – ondernemersfonds
G. Vast bedrag – gebiedsafbakening – algemene middelen

Onderstaand schema laat zien welke variant het beste aansluit op basis van de (beleid)uitgangspunten, de doeltreffendheid, de proportionaliteit en de evenredigheid bij invoering van deze maatregel: te weten de invoering van reclamebelasting.

Figuur 1.

	Variant A	Variant B	Variant C	Variant D	Variant E	Variant F	Variant G
Doel	***compensatie ravijnjaar dus algemene middelen aanvullen / verrommeling tegengaan***	***compensatie ravijnjaar dus algemene middelen aanvullen / verrommeling tegengaan***	***compensatie ravijnjaar dus algemene middelen aanvullen / verrommeling tegengaan***	***compensatie ravijnjaar dus algemene middelen aanvullen / verrommeling tegengaan***	***compensatie ravijnjaar dus algemene middelen aanvullen / verrommeling tegengaan***	***compensatie ravijnjaar dus algemene middelen aanvullen / verrommeling tegengaan***	***compensatie ravijnjaar dus algemene middelen aanvullen / verrommeling tegengaan***
Opties							
aantal belastbare feiten	2.000 niet-woningen	2.000 niet-woningen minus de belastingobjecten die zich niet binnen het afgebakende gebied bestemd voor reclamebelasting bevinden	2.000 niet-woningen minus de belastingobjecten die zich niet binnen het afgebakende gebied bestemd voor reclamebelasting bevinden	2000 niet-woningen	2.000 niet-woningen minus de belastingobjecten die zich niet binnen het afgebakende gebied bestemd voor reclamebelasting bevinden	2.000 niet-woningen minus de belastingobjecten die zich niet binnen het afgebakende gebied bestemd voor reclamebelasting bevinden	2.000 niet-woningen minus de belastingobjecten die zich niet binnen het afgebakende gebied bestemd voor reclamebelasting bevinden
maatstaf	**WOZ-waarde**	**WOZ-waarde**	**WOZ-waarde**	**m2**	**m2**	**vast bedrag**	**vast bedrag**
gebied	***gehele gemeente***	***gebiedsafbakening***	gebiedsafbakening	***gehele gemeente***	***gebiedsafbakening***	gebiedsafbakening	gebiedsafbakening
wijze van betaling	belastinggelden vloeien direct in de algemene middelen	belastinggelden vloeien direct in de algemene middelen	***ondernemersfonds - wordt uitgekeerd als subsidie***	***belastinggelden vloeien direct in de algemene middelen***	***ondernemersfonds - wordt uitgekeerd als subsidie***	***ondernemersfonds - wordt uitgekeerd als subsidie***	***belastinggelden vloeien direct in de algemene middelen***
bekostiging	perceptiekosten, controles op aanwezigheid belastbaar feit. Bepalen m2 hoeft niet. De WOZ-waarde is al beschikbaar	perceptiekosten, controles op belastbaar feit. Meetmateriaal is niet nodig en de WOZ-waarde is al beschikbaar	perceptiekosten, controles op aanwezigheid belastbaar feit. Bepalen m2 hoeft niet. De WOZ-waarde is al beschikbaar	perceptiekosten, controles op m2. discussiegevoelig dus kans op meer bezwaren en meer onzekere opbrengst.	perceptiekosten, controles op m2	perceptiekosten, controles op aanwezigheid belastbaar feit. Bepalen m2 hoeft niet. Is vast bedrag	perceptiekosten, controles op aanwezigheid belastbaar feit. Bepalen m2 hoeft niet. Is vast bedrag
evenredigheid (ABBB)	kan de verrommeling deels tegengaan (woz-waarde heeft geen regulerende werking wat grootte betreft) en levert belastingelden op. Beide doelen worden deels met deze maatregel gediend.	slechts een deel van de gemeente wordt belast en betaalt mee voor zaken waar de gehele gemeente van profiteert. Dit is in strijd met het evenredigheidsbeginsel	De belastinggelden komen niet in de algemene middelen terecht maar bij de betalende ondernemers/ belastingplichtigen. Hierdoor wordt het eerste doel niet bereikt. Het tegengaan van de verrommeling mogelijk wel.	kan de verrommeling tegengaan en levert belastinggelden op. Beide doelen worden met deze maatregel gediend.	alleen de ondernemers betalen en mogen het geld gebruiken. De maatregel is deels niet doeltreffend omdat de algemene middelen niet worden aangevuld.	De belastinggelden komen niet in de algemene middelen terecht maar bij de betalende ondernemers/ belastingplichtigen. Hierdoor wordt het eerste doel niet bereikt. Het tegengaan van de verrommeling mogelijk wel.	slechts een deel van de gemeente wordt belast en betaalt mee voor zaken waar de gehele gemeente van profiteert. Dit is in strijd met het evenredigheidsbeginsel

Onderzoek kosten – baten analyse

Om de gevolgen te kunnen bepalen van elke variant hebben we onder meer gebruik gemaakt van onderstaande middelen.

1. Modelverordening VNG
2. Vergelijking verordeningen met andere gemeenten: Rotterdam, Leidschendam-Voorburg, Delft, Duiven, Groningen
3. Opgehaald advies en ervaringsdeskundigheid van Adviesbureau van den Bosch en Partners
4. Inventarisatie door Legitiem BV: in de periode van 18 februari 2026 – 6 maart 2026 is deze inventarisatie (0-puntmeting) van alle belastbare feiten binnen de gemeente Rijswijk uitgevoerd.
   Een inventarisatie is noodzakelijk gebleken om de omvang van de belastbare feiten te kunnen bepalen. Om een variantkeuze te kunnen maken is een inventarisatie van alle aanwezige openbare aankondigingen binnen de gemeente uitgevoerd door een onafhankelijk bedrijf gespecialiseerd in dergelijke inventarisaties, het bedrijf Legitiem B.V. Op basis van deze resultaten zijn er vervolgens drie mogelijke varianten ten aanzien van de heffingsmaatstaf besproken waarbij de opbrengsten minus de kosten de hoogte van elke variant van de heffingsmaatstaf bepalen.
5. Kortom: hoe hoog moet het tarief zijn bij de gekozen variant heffingsmaatstaf zodat de benodigde € 150.000 opgehaald kan worden. Rekening houdend met de hoogte van de verwachtte kosten (ad. Circa € 40.000,-) van invoering en bezwaar en beroep zal er dus ongeveer € 190.000 opgehaald moeten worden.
6. In figuur 2 hieronder zijn de uitkomsten van de inventarisatie verwerkt op basis van de verschillende mogelijke varianten heffingsmaatstaf op basis van:

Variant 1. Heffingsmaatstaf: **Vierkante meters**
Variant 2. Heffingsmaatstaf: **WOZ-waarde**
Variant 3. Heffingsmaatstaf: **Vast bedrag**

Figuur 2.

	beoogde opbrengstprognose rekening houdend met de kosten	*kostenprognose*	*WOZ-waarde totaal / € 1.000*	*tarief*	*heffingsmaatstaf*	*Voorbeeld m2 / WOZ / aantal*	*aanslagbedrag maatstaf m2*	*aanslagbedrag maatstaf WOZ-waarde bij een WOZ-waarde van € 250.000*	*aanslagbedrag bij aantal belastbare feiten: 6*	*Is de maatregel proportioneel, doeltreffend, doelmatig en evenredig?*
variant 1	€ 190.000	€ 40.000		€ 21,74	per m2	4	€ 86,97			Doelmatig, tarief is proportioneel, doeltreffend, geen andere minder ingrijpende maatregel mogelijk. Hoe groter de aankondiging hoe meer je betaalt.
variant 2	€ 190.000	€ 40.000	€ 1.172.094	€ 0,16	per € 1.000 van de WOZ-waarde	€ 250.000		€ 40,53		Minder doelmatig en doeltreffend. Causaal verband tussen tarief en grootte van de aankondiging ontbreekt. Wel praktisch en tarief is mogelijk gemiddeld lager?
variant 3	€ 190.000	€ 40.000		€ 58,57	per belastbaar feit (dus per openbare aankondiging/reclame-uiting)	6			€ 351,42	Wel praktisch, niet klantvriendelijk, relatief hoog tarief, wel doelmatig en doeltreffend maar disproportioneel. Andere minder ingrijpende maatregel is mogelijk. Namelijk tarief per m2 of tarief op basis van WOZ-waarde

Variant 1. Heffingsmaatstaf: ***Vierkante meters***
Uit bovenstaande uitkomsten blijkt dat als rekening gehouden wordt met alle mogelijke factoren de heffingsmaatstaf op basis van vierkante meters het meest aansluit op zowel de beleidsdoelstellingen als de rechtmatigheidsvereisten.

Doordat er een causaal verband bestaat tussen de hoogte van het tarief en het aantal vierkante meters aan openbare aankondiging is er sprake van een stimulans voor de belastingplichtige om de grootte van de openbare aankondiging niet groter te hoeven te voeren dan noodzakelijk. Wat indirect verrommeling tegengaat. Genoemd causaal verband en daarmee de stimulans ontbreken bij het toepassen van een vast bedrag en de WOZ-waarde als heffingsmaatstaf. De hoogte van het tariefbedrag hangt in die laatste gevallen namelijk niet af van de grootte of de hoeveelheid van de openbare aankondigingen.

Uit een vergelijking met omliggende gemeenten is gebleken dat het invoeren van een staffel het meest efficiënt is en het gewenste effect heeft. Om deze variantkeuze van vierkante meters uitvoerbaar te kunnen houden wordt wel voorgesteld het aantal vierkante meters als heffingsmaatstaf op te delen in staffels. Om de beoogde opbrengst van € 190.000 (rekening houdend met de kosten) te kunnen ophalen en een redelijk tarief te kunnen hanteren wordt onderstaande staffeling aan vierkante meters voorgesteld. Zie figuur 3.

Figuur 3.

m2	tarief	opbrengstprognose
staffel 0,5 tot 1,5 m2	€ 93	€ 24.738
staffel 1,5 tot 3 m2	€ 156	€ 38.688
staffel 3 tot 4 m2	€ 178	€ 19.758
staffel 4 tot 5 m2	€ 250	€ 10.788
staffel 5 tot 10 m2	€ 186	€ 46.618
staffel 10 tot 20 m2	€ 326	€ 25.623
staffel 20 tot 40 m2	€ 373	€ 16.412
staffel 40 tot 70 m2	€ 375	€ 7.125
staffel 70 tot 150 m2	€ 425	€ 6.375
staffel 150 tot 250 m2	€ 550	€ 1.100
staffel 250 tot 350 m2	€ 650	€ 1.300
staffel meer dan 349 m2	€ 800	€ 1.600
	Opbrengstraming	**€ 200.125**

Vrijstellingen
In de verordening reclamebelasting kan er ook voor gekozen worden om vrijstellingen op te nemen. Om de verordening uitvoerbaar te houden is het opnemen van vrijstellingen aan te bevelen. De gemeentewet kent geen verplichte vrijstellingen. De gemeenteraad heeft dan ook een ruime vrijheid ten aanzien van het beleid voor vrijstellingen voor de reclamebelasting. Mits er geen sprake is van strijd met enig rechtsbeginsel zoals het gelijkheidsbeginsel.

Hierna worden een aantal mogelijkheden ten aanzien van mogelijk wenselijke vrijstellingen besproken.

Etalages – vrijstelling mogelijk
Aankondigingen in etalages van winkels zijn in beginsel wel belastbaar. Als dit niet wenselijk is, kan ervoor worden gekozen om een vrijstellingsbepaling hiervoor op te nemen in de verordening. Zie de toelichting op artikel 4 (Vrijstellingen) van de Modelverordening Reclamebelasting.

Alleen instellingen en ondernemers betrekken in de heffing - mogelijk
Zo is het ook mogelijk om een impliciete vrijstelling in de verordening op te nemen door alleen instellingen en ondernemers in de heffing te betrekken. Hierdoor blijven natuurlijke personen die geen ondernemer zijn en daardoor geen commercieel belang hebben bij een openbare aankondiging, buiten de heffing.[1]

Precariobelasting van toepassing dan vrijstelling voor reclamebelasting - mogelijk
Ook is het mogelijk om een vrijstelling op te nemen voor openbare aankondigingen die al betrokken zijn in de heffing van de precariobelasting ingevolge artikel 228 van de Gemeentewet. Dit is echter geen verplichting. Anders dan bij precariobelasting wordt bij de reclamebelasting niet het voorwerp, maar de openbare aankondiging in de heffing betrokken.

Hieronder zijn een aantal veelvoorkomende vrijstellingen op een rijtje gezet. De voorbeelden zijn verzameld door de VNG en opgenomen in de Modelverordening reclamebelasting. Vervolgens zijn een aantal opmerkingen toegevoegd die wat extra aandacht vereisen alvorens ze worden opgenomen als vrijstelling in de verordening op de heffing en invordering van reclamebelasting.

In de praktijk voorkomende vrijstellingen:

"De reclamebelasting wordt niet geheven voor:
a. een openbare aankondiging door publiekrechtelijke rechtspersonen gedaan in de uitoefening van hun publiekrechtelijke taak;
b. een openbare aankondiging die uitsluitend dient ten behoeve van de regulering van het verkeer over openbare land- en waterwegen;
c. openbare aankondigingen die uitsluitend het openbaar belang dienen;
d. openbare aankondigingen van politieke partijen;
e. openbare aankondigingen die korter aanwezig zijn dan […] en binnen het belastingtijdvak niet worden vervangen, opgevolgd of gecontinueerd door andere openbare aankondigingen;
f. openbare aankondigingen die zonder commercieel oogmerk aanwezig zijn in het kader van en voor de duur van
   - activiteiten van culturele, sociale of soortgelijke aard;
   - braderieën;
g. openbare aankondigingen die zich bevinden binnen in een woning of bedrijf, met uitzondering van openbare aankondigingen die zijn aangebracht direct op, aan of tegen de binnenzijde van een glazen scheidingsconstructie;
h. openbare aankondigingen op bouwterreinen voor zover deze rechtstreeks betrekking hebben op de op dat terrein in uitvoering zijnde bouwwerkzaamheden (optie: waaronder niet begrepen openbare aankondigingen met een verkoop- of verhuur bevorderend karakter);
i. openbare aankondigingen aangebracht op een voertuig of (lucht)vaartuig, tenzij deze kennelijk in hoofdzaak (70% of meer) zijn bestemd voor openbare aankondigingen met een verkoop- of verhuur bevorderend karakter;

[1] Artikel 4 Vrijstellingen, Modelverordening Reclamebelasting, Kennisbank Decentrale Regelgeving.

j. openbare aankondigingen die met vermelding van een tussenpersoon zijn gedaan in verband met de verhuur of de verkoop van roerende woonruimten, roerende bedrijfsruimten of onroerende zaken;
k. openbare aankondigingen op sportvelden, met uitzondering van openbare aankondigingen die uitdrukkelijk zijn gericht op de openbare weg;
l. openbare aankondigingen aangebracht door of namens winkeliersverenigingen of wijkorganen, waarbij de openbare aankondiging uitsluitend bevat een aanduiding van de winkeliersvereniging of het wijkorgaan;
m. openbare aankondigingen aangebracht op terrasafscheidingen die zijn geplaatst op een terras of een terrasboot bij een horecaonderneming (optie: voor zover deze een oppervlak van 0,50 m2 per terrasschot niet te boven gaan);
n. openbare aankondigingen aangebracht op parasols die zijn geplaatst op een terras of een terrasboot bij een horecaonderneming;
o. openbare aankondigingen waarvoor op grond van een privaatrechtelijke overeenkomst betaling aan de gemeente moet geschieden, dan wel onderscheidenlijk een vergoeding aan de gemeente verschuldigd is;
p. openbare aankondigingen alleen bestaande uit de Nederlandse -, provinciale - of gemeentelijke vlag."[2]

NB: De onder c genoemde vrijstelling is ruimer dan de onder a van artikel 4 opgenomen vrijstelling in de modelverordening. Als de onder j genoemde vrijstelling wordt overgenomen, moet het tweede lid van artikel 3 in de modelverordening worden geschrapt:

"Artikel 3 lid 2 In afwijking in zoverre van het bepaalde in het eerste lid wordt de reclamebelasting voor een openbare aankondiging, die met vermelding van de naam van een tussenpersoon is gedaan in verband met de verhuur of de verkoop van roerende en onroerende zaken, geheven van die tussenpersoon."

"De vrijstelling onder e is bedoeld voor openbare aankondigingen die relatief korte tijd aanwezig zijn (bijvoorbeeld 13 weken). De toevoeging voorkomt dat elkaar opvolgende reclame-uitingen (bijvoorbeeld wisselende sandwichborden of wisselende posters, etc.) om de twaalf weken worden gewisseld zodat deze – onbedoeld – altijd onder de vrijstelling vallen (zie in dat verband Rechtbank Zutphen, 20 april 2011, 10/962, Zutphen, ECLI:NL:RBZUT:2011:BQ9157)."[3]

Vrijstellingen bepalen
Aan te bevelen is om na te gaan wat de gewenste vrijstellingen zijn die opgenomen moeten worden in de verordening reclamebelasting. Dit is een beleidskeuze die tegelijkertijd een positief effect zal hebben op de uitvoerbaarheid van deze belastingverordening. Vrijstellingen onder a t/m c zoals hierboven genoemd zijn evident. De overige vrijstellingen zullen per geval nauwkeurig geformuleerd moeten worden om een discussie ten aanzien van bijvoorbeeld het gelijkheidsbeginsel of het toepassingsbereik te voorkomen.

[2] Artikel 4 Vrijstellingen, Modelverordening Reclamebelasting, Kennisbank Decentrale Regelgeving.
[3] Artikel 4 Vrijstellingen, Modelverordening Reclamebelasting, Kennisbank Decentrale Regelgeving.

Samenvatting en conclusie
In de kadernota 2025 is opgenomen dat er reclamebelasting ingevoerd zou worden. Het doel was om meer inkomsten te genereren te weten € 150.000, en de verrommeling van reclame-uitingen binnen de gemeente tegen te gaan. De kosten van invoering (inventarisatie-, applicatiekosten, perceptiekosten) en bezwaar en beroep zijn geraamd op € 40.000. Dit betekent dat de opbrengsten € 190.000 moeten bedragen. Aan te bevelen is om de gehele gemeente als toepassingsgebied aan te wijzen. De opbrengsten reclamebelasting zijn namelijk bestemd voor de algemene middelen. Dit is vastgesteld in de kadernota 2025 om meer inkomsten te genereren. Een ondernemersfonds oprichten en de opbrengst via een subsidie uit te keren aan dit ondernemersfonds zal daarom niet wenselijk zijn en onevenredig.
Aanbevolen wordt dan ook variant D: Vierkante meters – gehele gemeente – algemene middelen. Zie ook Figuur 1. van dit document.

Als heffingsmaatstaf is het aantal vierkante meters via een staffel aan te bevelen. Deze maatregel is doeltreffend, gaat niet verder dan noodzakelijk, is proportioneel en evenredig. Hij is uitvoerbaar en gaat verrommeling tegen. De inventarisatie laat zien dat de te hanteren staffel zoals is opgenomen in Figuur 3 naar verwachting een opbrengst zou genereren van € 200.000.

De Gemeentewet geeft geen verplichtingen ten aanzien van vrijstellingen. De gemeenteraad geniet hier dus een grote vrijheid in. Wel is het van belang dat de opgenomen vrijstellingen niet in strijd zijn met enig rechtsbeginsel zoals het gelijkheidsbeginsel. Het is daarom aan te bevelen kritisch de mogelijkheden van vrijstellingen door te nemen en aan te geven welke vrijstellingen wenselijk zijn. Deze beleidskeuzes omtrent de vrijstellingen helpen ook de verordening uitvoerbaarder te maken.

Daarnaast is het noodzakelijk om alle betrokkenen in dit proces van de reclamebelasting mee te nemen. Zodra meer bekend is over de richting, heffingsmaatstaf en de verdere inhoud van de verordening zo ook de vrijstellingen zullen de ondernemers en de raad hierin meegenomen worden.