

SCHRIFTELIJKE VRAGEN AAN HET COLLEGE ZOALS BEDOELD IN ART. 36 RVO

Registratienummer:

(in te vullen door de raadsgriffie)

Datum: 11 november 2019

Aan de voorzitter van de raad

Steller van de vragen: Pascal Ooms (SGP), Dick Veldkamp (GroenLinks)

Onderwerp: Invoering opt-in systeem voor reclamefolders

Ieder huishouden in Nederland ontvangt ongeveer 32 kg ongeadresseerd reclamedrukwerk per jaar. Naar schatting wordt in 30% van de huishoudens dit drukwerk ongelezen weggegooid. In Houten zou het gaan om ca. 200-250 ton papier per jaar.

Om deze verspilling tegen te gaan kan een opt-in-systeem worden ingevoerd, waarin huishoudens *actief* aangeven prijs te stellen op reclamedrukwerk middels een JA/JA-sticker. Geen sticker op de brievenbus wordt geacht gelijk te staan aan een NEE/NEE-sticker (geen ongeadresseerde post), waarbij een uitzondering geldt voor huis-aan-huisbladen en politieke pamfletten. Men kan dus nog steeds alle folders ontvangen die men wil.

Dit systeem is al ingevoerd in Amsterdam (1 januari 2018), Utrecht wil het invoeren per 1 januari 2020, en diverse andere gemeenten zijn ermee bezig (Haarlem, Rotterdam, Tilburg). Door de rechter is inmiddels in hoger beroep vastgesteld dat gemeenten bevoegd zijn het opt-in systeem in te voeren. De VNG staat ook achter invoering.

Naar aanleiding hiervan de volgende vragen (meer achtergrond-informatie is toegevoegd als bijlagen).

1. Kan het college inzicht geven in de consequenties van het invoeren van het opt-in-systeem in Houten?
2. Hoeveel besparing van papier kan bereikt worden?
3. Wat zijn de financiële gevolgen voor kosten van ophalen, en voor de opbrengsten voor maatschappelijke organisaties (d.w.z. de ophalers) ?
4. Kan het college in gesprek gaan met betrokkenen over punt 3?
5. Wat zijn eventuele kosten van de invoering van het opt-in-systeem?

Bijlagen:

1. Invoering opt-in-systeem in andere gemeenten
2. Art. 17 van de Afvalstoffenverordening 2009, gemeente Amsterdam
3. Raadsbrief Utrecht d.d. 6 september 2018 Opt-in systeem voor ongeadresseerd drukwerk (PDF)

Ondertekening en naam indiener(s):

Pascal Ooms SGP

Dick Veldkamp GroenLinks

Bijlage 1 Invoering Opt-In-systeem in andere gemeenten

Ieder huishouden in Nederland ontvangt ongeveer 32 kg reclaimedrukwerk per jaar (MilieuCentraal, <https://www.milieucentraal.nl/minder-afval/voorkom-afval/reclamedrukwerk/>). Naar schatting wordt in 30% van de huishoudens dit drukwerk ongelezen weggegooid.

Om deze verspilling tegen te gaan kan een opt-in-systeem worden ingevoerd, waarin huishoudens actief aangeven prijs te stellen op reclaimedrukwerk middels een JA/JA-sticker. Geen sticker op de brievenbus wordt geacht gelijk te staan aan een NEE/NEE-sticker (geen ongeadresseerde post), waarbij een uitzondering geldt voor huis-aan-huisbladen en politieke pamfletten.

In Amsterdam is op 1 januari 2018 het opt-in-systeem ingevoerd voor reclaimedrukwerk. Dit houdt concreet het volgende in:

- Voor brievenbussen met keuzestickers (JA/NEE, NEE/JA, NEE/NEE) verandert er niets;
- In brievenbussen zonder sticker mag voortaan geen ongeadresseerd reclaimedrukwerk meer worden bezorgd, maar wel huis-aan-huisbladen en politieke pamfletten.
- Mensen kiezen actief voor ontvangen van al het ongeadresseerd drukwerk met een JA/JA-sticker.
- Overtredingen kunnen worden gemeld en worden beboet.

Over de maatregel is geprocedeerd tot aan het Hof, en inmiddels is duidelijk dat er geen juridische beletsels zijn om de maatregel in te voeren, zie uitspraak van het Gerechtshof Amsterdam van 24-09-2019:

<https://uitspraken.rechtspraak.nl/inziendocument?id=ECLI:NL:GHAMS:2019:3423&showbutton=true&keyword=reclamefolders&keyword=opt-in>

Naar aanleiding van de uitspraak is/wordt het nieuwe systeem ingevoerd in de volgende gemeenten (o.a.):

Gemeente	Datum	Opmerkingen
Amsterdam	1-1-2018	https://www.amsterdam.nl/veelgevraagd/?caseid=%7B811E5F0F-84E1-4022-BFAF-F673DD0A8B11%7D https://www.amsterdam.nl/bestuur-organisatie/college/wethouder/marieke-doorninck/persberichten/amsterdam-start/
Utrecht	1-1-2020	39% van folders wordt ongelezen weggegooid. Zie raadsbrief (aparte PDF)
Haarlem	1-1-2019	Heeft de Folderkiezer*
Rotterdam	1-7-2019	Verwachte besparing 3 miljoen kg papier (ca. 300.000 huishoudens)
Tilburg	1-1-2020	Heeft de Folderkiezer*

*Folderkiezer: https://folderkiezer.nl/?gclid=EAlaIqobChMI_9HCp_CY5QIVfdRCh1qLw-yEAYAiAAEgIKrPD_BwE en <https://kiesjefolders.nl/>

De VNG staat ook achter het opt-in-systeem, zie <https://vng.nl/landelijke-richtlijnen-voor-het-invoeren-van-een-ja-jasticker>

Bijlage 2: Afvalstoffenverordening 2009, gemeente Amsterdam

Artikel 17 Ongeadresseerd reclamedrukwerk

Artikel 17 heeft als doel om de verspreiding van ongewenst drukwerk te voorkomen. Daarmee wordt uitvoering gegeven aan een van de doelen in het uitvoeringsplan afval 2016-2020: afvalpreventie. Deze regeling maakt daarmee onderdeel uit van de doelstelling in 2020 65% van het huishoudelijk afval te scheiden.

Amsterdammers hebben met de komst van de nieuwe Ja/Ja sticker de volgende mogelijkheden om hun voorkeur ten aanzien van de ontvangst van commercieel reclamedrukwerk en/of de huis-aan-huisbladen kenbaar te maken:

Tabel1: Overzicht wanneer bezorging gewenst is en dus mag geschieden

Overzicht stickers	Ongeadresseerd reclamedrukwerk gewenst	Ongeadresseerde Huis-aan-huisbladen gewenst
Ja/Ja sticker	Ja	Ja
Geen sticker of Nee/Ja sticker	Nee	Ja
Nee/Nee sticker	Nee	Nee

Toelichting artikel 17

In het eerste lid zijn de definities opgenomen met het onderscheid tussen ongeadresseerd reclamedrukwerk voor commerciële doeleinden en drukwerk van vrijwilligers- en overige niet commerciële organisaties, waaronder ook politieke partijen en huis-aan-huisbladen.

Met ongeadresseerd reclamedrukwerk wordt in deze verordening bedoeld al het reclamedrukwerk dat zonder adres wordt aangeboden. Onder deze definitie vallen alle aanduidingen zonder toevoeging van een feitelijk adres, zoals bijvoorbeeld “aan de bewoners van dit pand of gebouw”.

Drukwerk van vrijwilligers- en niet commerciële organisaties, waaronder ook politieke partijen, valt niet onder de definitie ‘ongeadresseerd drukwerk’. De gemeente kiest voor dit onderscheid omdat de huis-aan-huisbladen en pamfletten een belangrijke functie voor onder meer de nieuwsverspreiding op lokaal niveau en de sociale cohesie in de buurt hebben. Daarbij hebben deze bladen een lage frequentie.

In de definitie van de ‘huis-aan-huisblad’ is een norm gehanteerd van 10% aan inhoudelijk buurtgericht nieuws. Hiermee sluit de Afvalstoffenverordening aan op de norm die landelijk door de Stichting Reclamecode gehanteerd wordt.

In het tweede lid is bepaald dat de gemeente bezorging van ongeadresseerd reclamedrukwerk uitsluitend toestaat als de ontvanger onmiskenbaar met een JA/JA- sticker duidelijk heeft gemaakt hij het ongeadresseerde reclamedrukwerk wil ontvangen. Daarbij gaat het niet alleen om de bezorging maar ook om het laten bezorgen. De adverteerders dienen zich ook aan het opt-in systeem te houden.

In het derde lid is bepaald dat huis-aan-huisbladen bezorgd mogen worden, tenzij de ontvanger onmiskenbaar duidelijk heeft gemaakt deze bladen niet te willen ontvangen.

Bijlage 3 Raadsbrief Utrecht d.d. 6 september 2018

Zie aparte bijlage (PDF).