

**Initiatiefvoorstel**

**GEEN STICKER = GEEN RECLAME**

**GROENLINKS**

**DRONTEN**

## Invoering JA-JA-sticker in Dronten

**In Dronten wordt al het huishoudelijk afval zo goed mogelijk gescheiden ingezameld; een goede zaak want afval is in de circulaire economie eigenlijk een grondstof. Maar, voorkomen is beter dan genezen. Dus stelt GroenLinks met dit initiatiefvoorstel een maatregel voor om afvalstoffen te *vermindere*n. We richten onze blik op het oud papier, op dit moment jaarlijks ruim 53 kilo per inwoner. Wat GroenLinks betreft draait Dronten bij de bezorging van huis-aan-huis folders het huidige systeem om: alleen met een JA-JA-sticker mag er reclame worden bezorgd.**

Met het afvalbeleidsplan richt de gemeente Dronten zich op de landelijke doelstellingen op het gebied van afval scheiden. Daarin lezen we: *'Er is een verschil tussen de bereidheid om te recyclen (hoog) en de bereidheid om de hoeveelheid afval te minimaliseren (laag). Dit is te verklaren doordat recyclen wordt gezien als normatief. Men is hier aan gewend en de recycling vindt regelmatig plaats op een gespecificeerde dag; het is de norm geworden. Dat is nog niet het geval bij afval minimalisatie.'* Door het huidige systeem voor drukwerk om te draaien slaat de gemeente op het gebied van duurzaamheid een grotere slag, omdat het de 'norm' wordt om geen reclame te ontvangen. Geen sticker = geen reclame, wel huis-aan-huis bladen. Wie wél reclame wil ontvangen plakt de JA-JA-sticker. Voor het alleen ontvangen van huis-aan-huis bladen blijft ook de JA-NEE-sticker gelden. De NEE-NEE-sticker geeft aan dat mensen geen reclame én geen huis-aan-huis bladen willen ontvangen.

Géén sticker / NEE-JA-sticker	Geen reclame, wel huis-aan-huis bladen
JA-JA-sticker	Reclamedrukwerk en huis-aan-huis bladen
NEE-NEE sticker	Geen reclame, geen huis-aan-huis bladen

### Opt-in Systeem voor drukwerk

In de digitale wereld is het zo dat de ontvanger van commerciële mailings via een actieve handeling toestemming moet geven voor het ontvangen van deze mails. Het zogenaamde opt-in systeem. Zonder die toestemming mag een bedrijf niets versturen. Tegelijkertijd kent de 'offline' reclamewereld nog steeds de ouderwetse gewoonte die wordt gekenmerkt door verspilling en milieubelasting, namelijk de verspreiding van ongevraagd en ongeadresseerd huis-aan-huisdrukwerk. In het huidige systeem is het ontvangen van ongeadresseerd drukwerk de status quo, oftewel de norm waarover in het afvalbeleidsplan al werd geschreven. Met een opt-in systeem voor ongeadresseerd reclamedrukwerk zal de hoeveelheid drukwerk dat wordt verspreid afnemen. Volgens MilieuCentraal ontvangen huishoudens zonder brievenbusstickers gemiddeld 33 ongevraagde folders per week in hun brievenbus. Dat staat gelijk aan 34 kilo reclamedrukwerk per huishouden per jaar. Daarbij gaat in drie op de tien huishoudens ook nog eens alles ongelezen bij het afval.

### Alternatieven

In plaats van een papieren folder in de brievenbus kan men de meeste reclamefolders ook op internet of in apps vinden. Ook is het op internet mogelijk om zelf te bepalen welke folders je wel of niet in een bundel thuis wil ontvangen.

## Uitvoering

Voor de uitvoering van dit voorstel ziet GroenLinks mogelijkheden in de Algemene Plaatselijke Verordening 'Artikel 2:6 Beperking aanbieden e.d. van geschreven of gedrukte stukken of afbeeldingen.' De verantwoordelijkheid voor de implementatie van het systeem wordt bij het bedrijfsleven gelaten, net als bij de huidige afspraken voor ongeadresseerd reclamedrukwerk. Wel zal er vanuit de gemeente communicatie komen over de omkering van het systeem.

## Argumenten

- Het opt-in systeem past binnen de ambitie van het collegeprogramma: *'We hebben op het gebied van duurzaamheid en milieu immers een voorbeeldfunctie én een voortrekkersrol'*;
- Het Afvalbeleidsplan 2016 – 2020 geeft aan dat *'lidstaten verplicht zijn passende maatregelen te nemen voor preventie of vermindering van afvalstoffen'* volgens de Europese wetgeving die van belang is voor gemeenten;
- In datzelfde afvalbeleidsplan staat dat gedragsverandering niet eenvoudig is en dat *'het heel menselijk is om te blijven hangen in de comfortabele status quo'*, die status quo wordt met dit voorstel aangepakt;
- In de digitale wereld zijn mensen al gewend aan een opt-in systeem;
- Met een opt-in systeem voor ongeadresseerd reclamedrukwerk zal de hoeveelheid drukwerk dat wordt verspreid afnemen;
- Er zijn voldoende (digitale) alternatieven voor de retail om aanbiedingen onder de aandacht te brengen;
- Verschillende gemeentes gingen Dronten al voor bij het invoeren van het opt-in systeem.

## Voorstel

Wij verzoeken het college om:

- Een nadere uitwerking te doen waarin de financiële, communicatieve en handhavingsaspecten verder worden uitgewerkt;
- In gemeentelijk beleid en regelgeving de uitvoering van een opt-in systeem voor ongeadresseerd reclamedrukwerk te verankeren en deze nieuwe regels vanaf - ten laatste - 2020 van kracht te laten zijn.

Namens de fractie van GroenLinks,

*Danieke van Baal*