

Raadsvergadering d.d. : 20 februari 2020

Afdeling : Beleid en Ontwikkeling

Portefeuillehouder : Wethouder S.C.A. Luijten

Onderwerp : Plan van aanpak ongeadresseerd
reclamedrukwerk

Betreffend onderdeel : Taakveld 7 "Volksgezondheid en milieu"
programmabegroting

Introductie

Tijdens de raadsvergadering van 26 september 2019 heeft de raad een motie aangenomen ten behoeve van een 'opt-in' systeem voor (specifiek) ongeadresseerd drukwerk (zonder sticker op de brievenbus géén ongeadresseerd reclamedrukwerk). Hierbij heeft de raad het college verzocht om:

- Met een Plan van Aanpak (inclusief de benodigde voorlichting) te komen om op zo kort mogelijke termijn over te gaan tot een zogenoemd 'opt-in' systeem met JA-JA stickers voor ongeadresseerd reclamedrukwerk;
- Deze JA-JA stickers vervolgens gratis ter beschikking te stellen aan geïnteresseerden.

Het plan van aanpak is gereed en wordt nu aangeboden aan de raad.

1. Inleiding

Jaarlijks valt er bij een gemiddeld huishouden zonder brievenbussticker zo'n 1600 stuks ongeadresseerd reclamedrukwerk op de deurmat. Dit komt neer op ruim 33 kilo ongeadresseerd reclamedrukwerk per jaar (per huishouden) en dat is dus nog exclusief het geadresseerde reclamedrukwerk. De productie van het papier van deze folders en krantjes is belastend voor het milieu, net zoals het drukken en vervoeren van het reclamedrukwerk. Iedere ongewenste folder heeft daarmee een onnodige- en te voorkomen milieu impact (Bron: MilieuCentraal).

De raad heeft het college verzocht om een plan van aanpak op te stellen (inclusief de benodigde voorlichting) met als doel om op korte termijn over te gaan tot een 'opt-in' systeem met zogenaamde 'JA-JA stickers' voor ongeadresseerd drukwerk.

Een 'opt-in' systeem beoogt in de basis om het huidige 'opt-out' systeem, met NEE-JA en NEE-NEE-stickers, om te draaien. Een 'opt-in' systeem betekent dat men nadrukkelijk zelfstandig de keuze maakt om ongeadresseerd reclamedrukwerk te ontvangen met een JA-JA sticker op de brievenbus (of een online alternatief). Hierbij ontvangen huishoudens dus enkel ongeadresseerd reclamedrukwerk wanneer zij dit expliciet aangeven. De verwachting is dat het opt-in systeem de productie van een (onnodige) substantiële hoeveelheid papier voorkomt. Voor huis-aan-huisbladen kan het oorspronkelijke 'opt-out' systeem gehanteerd blijven.

2. Voorstel

Instemmen met plan van aanpak en daarmee instemmen met de invoering van het 'opt-in' systeem voor ongeadresseerd reclamedrukwerk voor de gemeente Bergeijk.

3. Argumenten

We adviseren de Gemeenteraad om in te stemmen met het voorstel omtrent het opt-in systeem, omdat:

- De bewustwording onder de bevolking over het nodeloos creëren van afval vergroot kan worden;
- Voor de gemeente Bergeijk het verminderen van een substantiële hoeveelheid afval behoort tot een van haar doelen in het programmaplan BERGEIJKENERGY;
- Via de invoering van een 'opt-in' systeem voor ongeadresseerd reclamedrukwerk op een relatief gemakkelijke manier een significante hoeveelheid papieren afval voorkomen kan worden;
- Het opt-in systeem voor de gemeente Bergeijk naar verwachting een jaarlijkse besparing van ruim 77.000 kilo papieren afval oplevert (exclusief kosten voor drukwerk en bezorging);
- Preventie van onnodig gebruik van grondstoffen per definitie minder belastend is voor het milieu dan het maken, verspreiden en recyclen van grondstoffen;
- Inwoners met een JA-JA sticker (of andere online alternatieven) dus nog steeds het ongeadresseerd reclamedrukwerk kunnen ontvangen;
- Voor huis-aan-huis bladen het bestaande 'opt-out' systeem in stand gehouden wordt (d.w.z. NEE-JA sticker of geen sticker betekent wél ontvangen van huis-aan-huisbladen);
- Voor huishoudens, die graag toch ongeadresseerd reclamedrukwerk willen ontvangen, biedt de gemeente Bergeijk verschillende mogelijkheden. Zo zorgt de gemeente bijvoorbeeld voor gratis JA-JA stickers.

Type sticker	Ongeadresseerd reclamedrukwerk	Huis-aan-huisbladen
JA-JA sticker	Ja	Ja
NEE-NEE sticker	Nee	Nee
NEE-JA sticker (vervalt, maar blijft geldig)	Nee	Ja
Geen sticker	Nee	Ja

Tabel 1: Gewenste nieuwe situatie – verschillende opties

4. Te stellen kaders

- Programmaplan BERGEIJKENERGY;
- Gemeentelijke Afvalstoffenverordening.

5. Kanttekeningen

Er moet rekening gehouden worden met eventuele kanttekeningen- en risico's betreffende de introductie van een 'opt-in' systeem, met name:

- De VNG onderzoekt momenteel de mogelijkheden om tot een landelijk uniform model te komen betreffende het beleid omtrent ongeadresseerd reclamedrukwerk. Het is op dit moment echter onduidelijk op welke termijn de VNG hier duidelijkheid over kan bieden. De mogelijkheid bestaat om te wachten op een uniform landelijk model. Dit zal de eventuele (beperkte) risico's die gepaard gaan met de invoering van een opt-in systeem in ieder geval verminderen;
- Inwoners die wél ongeadresseerd reclamedrukwerk willen ontvangen moeten actie ondernemen indien het nieuwe systeem geïntroduceerd wordt. Dit kan met een JA/JA sticker op de brievenbus of via diverse online alternatieven (zie plan van aanpak). Mogelijk ontstaat hierbij weerstand onder, met name oudere, inwoners;
- Onder winkeliers in de gemeente Bergeijk kan weerstand ontstaan, doordat er enkel nog ongeadresseerd reclamedrukwerk verstuurd wordt aan huishoudens die expliciet aangeven dit wensen te ontvangen. Ook ongeadresseerd reclamedrukwerk vanuit nationaal opererende organisaties (bijv. Albert Heijn) wordt niet langer bezorgd aan huishoudens zonder JA-JA sticker (of online alternatief);
- De verwachting is dat de juridische risico's beperkt zijn. Een minimaal risico zijn juridische stappen vanuit de reclamebranche gericht aan de gemeente Bergeijk. Op het moment van schrijven heeft een aantal andere gemeenten in Nederland reeds besloten tot invoering van het opt-in systeem per 1 januari 2020, zowel grotere (o.a. Utrecht, Nijmegen, Den Haag) als kleinere

gemeenten (o.a. Tynaarlo, Meppel). Nog een aanzienlijk aantal gemeenten voert het opt-in systeem per 1 juli 2020 (bijv. gemeente Schiedam);

- Er is een financiële consequentie voor de verenigingen die het oud papier/karton (OPK) ophalen. Door de daling van de hoeveelheid papier (6,56%) zullen zij ook een verminderde vergoeding ontvangen voor het ophalen van OPK – ze worden immers betaald op basis van de hoeveelheid (kg) OPK. Voor de gemeente Bergeijk zijn de financiële risico's/kanttekeningen zeer beperkt.

6. Kosten en dekking

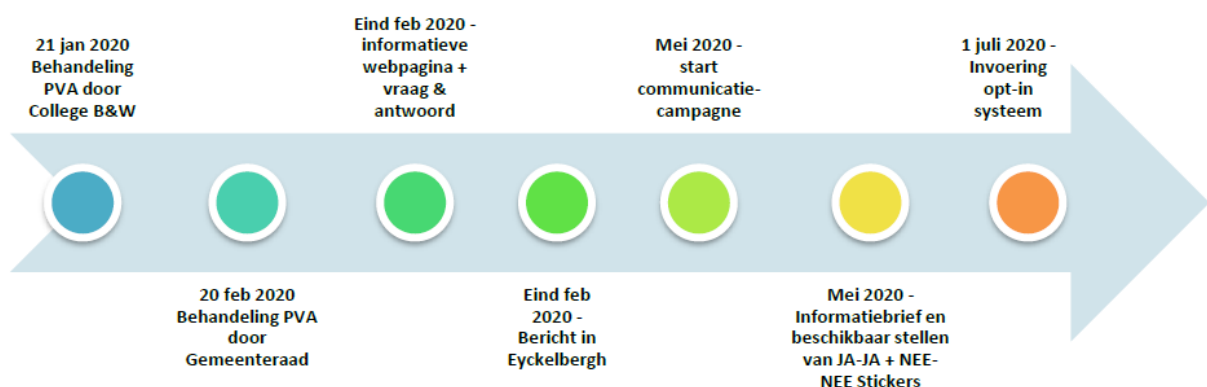
Financiële consequenties voor gemeente Bergeijk ten aanzien van invoering opt-in systeem zijn zeer beperkt. Het voorstel leidt niet tot een begrotingswijziging.

Wanneer de kostenbesparingen afgewogen worden tegen de derving aan inkomsten betekent het voor de gemeente Bergeijk een jaarlijkse structurele kostenpost van ongeveer € 900 (exclusief de eenmalige kosten ter invoering van het opt-in systeem). De eenmalige kosten ter invoering van het opt-in systeem zijn geraamd op € 1.900. Voor een uitgebreide financiële toelichting wordt verwezen naar het plan van aanpak.

7. Draagvlak en communicatie

Indien de raad besluit om het plan van aanpak ten uitvoer te brengen, dan volgt een uitgebreid communicatieplan richting inwoners van de gemeente Bergeijk.

Onderstaande infographic beschrijft het te doorlopen communicatieproces inclusief tijdsplanning.



Voor een uitgebreide toelichting betreffende onderdeel Communicatie wordt verwezen naar het plan van aanpak.

8. Procedures, planning, uitvoering

Zie voorgaande infographic (en plan van aanpak) voor een toelichting op de vervolgplanning.

9. Samenwerking en relaties

Niet van toepassing.

10. Evaluatie

Niet van toepassing.

11. Bijlagen bij voorstel

- Plan van aanpak 'ongeadresseerd reclamedrukwerk'

12. Bijlagen ter inzage

Niet van toepassing.

13. Advies Raadscommissie

De commissie GZ heeft in haar vergadering d.d. 4 februari 2020 aan het presidium geadviseerd om het stuk door te geleiden naar de raadsvergadering op 20 februari 2020 als bespreekstuk.

Burgemeester en wethouders van Bergeijk,

H.A.J. Loos
Secretaris

A. Callewaert – de Groot
Burgemeester