

Technische vraag

Artikel 4.2 van het Reglement van orde van de gemeenteraad van Maashorst 2026

Zaaknummer: 45649-2025

Technische vraag aan team: Groene Leefomgeving

Onderwerp: Invoering Ja/Ja-sticker en wijziging Afvalstoffenverordening

Vraag 1

In paragraaf 1.2 wordt gesteld dat huishoudens gemiddeld circa 20 folders per week en ongeveer 26 kilogram per jaar ontvangen. Wat is de bron van deze cijfers en in welke mate zijn deze cijfers specifiek van toepassing op Maashorst?

Vraag 2

In paragraaf 1.2 wordt gesteld dat ongeveer een derde van de folders ongelezen wordt weggegooid. Op welke onderzoeken, datasets of ervaringscijfers is deze aanname gebaseerd? Graag ontvangen wij de onderliggende bronnen.

Vraag 3

In paragraaf 1.2 wordt gesteld dat invoering van het opt-in-systeem voor Maashorst mogelijk leidt tot 150.000 kilogram minder papierverspilling. Kunt u inzichtelijk maken hoe dit getal is berekend en welke aannames hieraan ten grondslag liggen?

Vraag 4

In paragraaf 1.3 wordt gesteld dat een opt-in-systeem reclame niet belemmert. Is onderzocht welk effect de invoering van een ja/ja-systeem heeft gehad op het bereik van reclame-uitingen en de advertentie-inkomsten van lokale ondernemers in gemeenten waar dit systeem reeds is ingevoerd? Zo ja, graag ontvangen wij deze gegevens.

Vraag 5

In paragraaf 1.3 wordt gesteld dat met Udens Weekblad en Arena Lokaal is gesproken over het aandeel reclame en nieuws in hun bladen en dat hierover afspraken zijn gemaakt. Met welke personen en organisaties is hierover gesproken? Op welke data hebben deze gesprekken plaatsgevonden? Heeft u gesproken over uw voornemen dit ook te verordenen en heeft u hen meegenomen in mogelijke juridische consequenties hiervan?

Vraag 6

Kan het college de schriftelijke stukken, gespreksverslagen, e-mails of andere documenten verstrekken waaruit blijkt dat overeenstemming is bereikt met Udens Weekblad en Arena Lokaal over een minimumpercentage van 30% nieuwsinhoud?

Vraag 7

Waarom is ervoor gekozen om uitsluitend voor huis-aan-huisbladen een norm voor het aandeel redactionele inhoud op te nemen en niet voor andere nieuws- of advertentiedragers die eveneens ongeadresseerd worden verspreid?

Vraag 8

Zijn ook andere lokale of regionale uitgevers geraadpleegd, zoals bijvoorbeeld het Peels

Periodiekske of andere huis-aan-huisuitgaven binnen de gemeente of directe regio? Zo nee, waarom niet?

Vraag 9

In paragraaf 2.1 wordt gesteld dat huidige stickers steeds minder worden gerespecteerd. Hoeveel meldingen, klachten of handhavingsverzoeken heeft de gemeente Maashorst de afgelopen drie jaar ontvangen over ongewenste verspreiding van ongeadresseerd reclamedrukwerk?

Vraag 10

In paragraaf 2.3 wordt gesteld dat een last onder dwangsom voor de hand ligt. Tegen welke partijen kan een dergelijke dwangsom worden opgelegd: verspreiders, uitgevers, adverteerders of andere partijen?

Vraag 11

Heeft het college overwogen iedere inwoner actief van een ja/ja-sticker te voorzien? Welke kostenraming hoort daarbij?

Ondertekening:

Datum indiening	:	16-06-2026
Fractie	:	Lokaal Maashorst
Naam indiener	:	Kees Verkuijlen
Einddatum	:	18 juni 2026
iBabs ID nr.	:	272

Antwoord op technische vraag

Artikel 4.2 van het Reglement van orde van de gemeenteraad van Maashorst 2026

Technische vraag aan team: Groene Leefomgeving

Datum: 22-6-2026

Vraag 1

In paragraaf 1.2 wordt gesteld dat huishoudens gemiddeld circa 20 folders per week en ongeveer 26 kilogram per jaar ontvangen. Wat is de bron van deze cijfers en in welke mate zijn deze cijfers specifiek van toepassing op Maashorst?

Bij het opstellen van het raadsvoorstel gaf Milieu Centraal aan dat een huishouden per jaar 26 kilo (20 folders) aan reclame ontvangt. De reclamebranche gaf in 2024 aan dat 16 kilo per huishouden wordt verspreid. Maashorst hanteert de cijfers van Milieu Centraal als onafhankelijke instantie als richtlijn.

Vraag 2

In paragraaf 1.2 wordt gesteld dat ongeveer een derde van de folders ongelezen wordt weggegooid. Op welke onderzoeken, datasets of ervaringscijfers is deze aanname gebaseerd? Graag ontvangen wij de onderliggende bronnen.

Berichten van gemeenten zoals Hoorn, Utrecht en Dronten geven aan dat drie op de 10 folderpakketten ongelezen worden weggegooid. Ook in de rechtsuitspraak van gemeente Amsterdam in 2019 werd dit benoemd. Op basis daarvan is de verwachting dat in Maashorst ook ongeveer een derde ongelezen wordt weggegooid. Hoewel de praktijk in Maashorst hiervan kan afwijken, is het algemeen bekend dat reclame regelmatig ongelezen wordt weggegooid.

Vraag 3

In paragraaf 1.2 wordt gesteld dat invoering van het opt-in-systeem voor Maashorst mogelijk leidt tot 150.000 kilogram minder papierverspilling. Kunt u inzichtelijk maken hoe dit getal is berekend en welke aannames hieraan ten grondslag liggen?

Volgens Milieu Centraal heeft ongeveer 30% van de huishoudens een brievenbussticker. Dat betekent dat 70% geen sticker heeft. Van deze groep leest naar schatting dus een derde de ontvangen reclamefolders niet. Door deze ongelezen folders niet meer te bezorgen, kan bij deze huishoudens volgens Milieu Centraal 26 kilo papier per jaar worden bespaard. Omgerekend naar Maashorst komt dit neer op een papierbesparing van circa 150.000 kilo per jaar.

Uit een ander al wat ouder onderzoek (VU Amsterdam 2018) blijkt dat 5 tot 11% papierreductie werd gerealiseerd. Dit percentage zou voor Maashorst uitkomen op 145.000 tot 319.000 kilo papierbesparing.

Uit een zeer recente sorteeranalyse van het oud papier in Maashorst blijkt dat alleen al ongeveer 85.000 kilo reclamefolders ongeopend en ongelezen (nog in het seal) bij het oud papier terechtkomt. Daar komt in Maashorst nog een onbekende hoeveelheid bij van drukwerk dat wel uit de verpakking is gehaald, maar alsnog ongelezen bij het oud papier of restafval wordt weggegooid.

Deze cijfers geven een indruk van de papierbesparing die we in Maashorst mogelijk kunnen verwachten. Blijft overeind dat de papierreductie een opsomming is van meerdere factoren zoals digitalisering van algemene post en reclame, steeds gericht adverteren, het aantal inwoners dat al gebruikmaakt van de nee/ja-sticker en het aantal dat straks gebruik zal maken van de Ja/Ja-sticker.

Vraag 4

In paragraaf 1.3 wordt gesteld dat een opt-in-systeem reclame niet belemmert. Is onderzocht welk effect de invoering van een ja/ja-systeem heeft gehad op het bereik van reclame-uitingen en de advertentie-inkomsten van lokale ondernemers in gemeenten waar dit systeem reeds is ingevoerd? Zo ja, graag ontvangen wij deze gegevens.

Ondernemers hebben naast het ongeadresseerd huis-aan-huis verspreiden van reclamefolders ook nog andere reclamemogelijkheden. Denk aan geadresseerd, in de winkel, en allerlei digitale mogelijkheden zoals klantenapp, online reclamefolders, digitale nieuwsbrieven, social media, tv, etc. Bovendien kan de inwoner met de Ja/Ja-sticker nog steeds reclamefolders ontvangen.

In Nederland zijn verschillende onafhankelijke onderzoeken uitgevoerd naar de effecten van de Ja/Ja-sticker. Onderzoek van Tilburg Universiteit (2024) laat zien dat het aantal huishoudens dat folders ontvangt met circa 50% afneemt, zonder merkbaar effect op de totale boodschappenuitgaven of het gebruik van aanbiedingen. Een verkennend onderzoek van Stantec (2024) concludeert dat adverteerders geen bezwaar hebben tegen de Ja/Ja-sticker, maar fysieke folders wel belangrijk blijven vinden en pleiten voor goede voorlichting aan consumenten over de Ja/Ja-sticker. Onderzoek van de VU Amsterdam (2024) toont aan dat de Ja/Ja-sticker een effectieve gedragsprikkel is: de keuzevrijheid blijft behouden, terwijl de maatregel leidt tot minder papierafval en aanzienlijke milieuvoordelen tegen relatief lage kosten.

Met onze communicatiecampagne brengen we daarom al ruim van tevoren onze ondernemers op de hoogte van de komende verandering en informeren we onze inwoners uitgebreid vanaf het najaar.

Vraag 5

In paragraaf 1.3 wordt gesteld dat met Udens Weekblad en Arena Lokaal is gesproken over het aandeel reclame en nieuws in hun bladen en dat hierover afspraken zijn gemaakt. Met welke personen en organisaties is hierover gesproken? Op welke data hebben deze gesprekken plaatsgevonden? Heeft u gesproken over uw voornemen dit

ook te verordenen en heeft u hen meegenomen in mogelijke juridische consequenties hiervan?

In maart dit jaar is telefonisch of persoonlijk gesproken met de redactie en commerciële afdeling van Udens Weekblad en Arena Lokaal.

Om in Maashorst een werkbare grens te stellen en daarmee te kunnen voorkomen dat nieuwe huis-aan-huisbladen met nauwelijks nieuwsinhoud ontstaan, is aan het Udens Weekblad en Arena Lokaal gevraagd welke ondergrens voor redactionele inhoud zij werkbaar vinden. Beide bladen bestonden het afgelopen jaar gemiddeld voor 40 tot 55% uit redactionele inhoud. Zij geven aan dat een ondergrens van 30% redactionele inhoud goed uitvoerbaar is en daarom kan worden opgenomen in de Afvalstoffenverordening.

Vraag 6

Kan het college de schriftelijke stukken, gespreksverslagen, e-mails of andere documenten verstrekken waaruit blijkt dat overeenstemming is bereikt met Udens Weekblad en Arena Lokaal over een minimumpercentage van 30% nieuwsinhoud?

De VNG geeft aan dat een huis-aan-huisblad tenminste 10% aan informatie of nieuws uit eigen verspreidingsgebied moet bevatten.

Al ruim 70 gemeenten hebben afgelopen jaren de Ja/Ja-sticker ingevoerd. Zij hanteren allerlei percentages. Vaak uit de overweging om te voorkomen dat huis-aan-huisbladen (nieuwe of bestaande) meer reclamebladen worden dan nieuwswaardige bladen. Zo hanteert bijvoorbeeld 's-Hertogenbosch 40%, Breda, Rotterdam, Barendrecht en Utrecht 30%, Valkenswaard en Vught 20%, maar ook 10% wordt door gemeenten gehanteerd (bijvoorbeeld Eindhoven, Nijmegen, Den Haag). Het is een afweging van de gemeente.

De gesprekken zijn met de redactie gevoerd en daarvan zijn geen verslagen gemaakt. De afspraken zijn in wederzijdse afstemming gemaakt.

Vraag 7

Waarom is ervoor gekozen om uitsluitend voor huis-aan-huisbladen een norm voor het aandeel redactionele inhoud op te nemen en niet voor andere nieuws- of advertentiedragers die eveneens ongeadresseerd worden verspreid?

De keuze om uitsluitend voor huis-aan-huisbladen een norm voor het aandeel redactionele inhoud op te nemen, hangt samen met de bijzondere positie van deze bladen. Huis-aan-huisbladen vervullen voor veel inwoners een belangrijke lokale nieuwsfunctie. Het ongeadresseerd drukwerk van verenigingen, vrijwilligers, buurtinformatie, politieke partijen heeft in Nederland nog niet geleid tot noodzaak om een norm vast te stellen. Over al het overige ongeadresseerd drukwerk beslist de inwoner met behulp van de sticker of zij deze wel of niet wil ontvangen.

Vraag 8

Zijn ook andere lokale of regionale uitgevers geraadpleegd, zoals bijvoorbeeld het Peels Periodiekske of andere huis-aan-huisuitgaven binnen de gemeente of directe regio? Zo nee, waarom niet?

Nee, andere huis-aan-huisbladen zijn niet geraadpleegd. Uit deskresearch blijkt hun aandeel nieuws ruim boven de 30% te liggen. Met Arena Lokaal en Udens Weekblad is gesproken omdat zij een groot verspreidingsgebied hebben, en gecontracteerd zijn voor gemeentelijk nieuws en berichtgeving.

Vraag 9

In paragraaf 2.1 wordt gesteld dat huidige stickers steeds minder worden gerespecteerd. Hoeveel meldingen, klachten of handhavingsverzoeken heeft de gemeente Maashorst de afgelopen drie jaar ontvangen over ongewenste verspreiding van ongeadresseerd reclamedrukwerk?

In het huidige systeem heeft de gemeente geen bevoegdheid om te handhaven. Inwoners moeten hun klacht indienen bij de Reclame Code Commissie. Als gemeente horen we wel geregeld van inwoners of Area dat de reclameverspreider de Nee/Ja-sticker niet of slecht opvolgt en ze reclame blijven ontvangen ondanks Nee/Ja-sticker.

Vraag 10

In paragraaf 2.3 wordt gesteld dat een last onder dwangsom voor de hand ligt. Tegen welke partijen kan een dergelijke dwangsom worden opgelegd: verspreiders, uitgevers, adverteerders of andere partijen?

De last onder dwangsom wordt opgelegd aan de overtreder, vaak de partij die verantwoordelijk is voor de feitelijke verspreiding zoals de verspreidorganisatie of bezorgdienst die de bezorging aanstuurt. De dwangsom wordt niet opgelegd aan de individuele winkeliers die in het pakket adverteren. Op basis van meldingen van inwoners over ongewenst ontvangen drukwerk wordt bestuursrechtelijk gehandhaafd. De gemeente neemt contact op met de overtreder, geeft een waarschuwing en legt, indien nodig, vervolgens een last onder dwangsom op.

Vraag 11

Heeft het college overwogen iedere inwoner actief van een ja/ja-sticker te voorzien? Welke kostenraming hoort daarbij?

We hebben dit overwogen, maar de kosten zijn hoog. Daarnaast willen we voorkomen dat we duizenden stickers laten maken en verspreiden terwijl niet iedereen daar gebruik van wil maken. Door inwoners de sticker zelf te laten ophalen, maken zij bovendien bewust de keuze of zij wel of geen reclame willen ontvangen. De verspreiding verloopt op vergelijkbare manier als die van de PBD-zakken: via centrale uitgiftepunten in alle

kernen. Daar hebben we goede ervaringen mee. We denken hierbij aan dorpshuizen, bibliotheken, MFA's en dergelijke.

Ieder huishouden eenmalig voorzien van een sticker kost zo'n €45.000.

De inkoopkosten van € 2.000 voor de Ja/Ja-sticker zijn gebaseerd op een verwacht gebruik van 15 tot 20% van de huishoudens. De verspreiding vindt plaats via centrale plekken in elke kern. Als meer huishoudens een Ja/Ja-sticker willen, worden extra stickers ingekocht.