

Raadsvoorstel

Zaaknummer: 45649-2025 /

Onderwerp: Invoering Ja/Ja-sticker

Auteur	: Hiltja Hoff
Team	: Groene leefomgeving
E-mail	: Hiltja.Hoff@gemeentemaashorst.nl
Port.	: J.P.A. van den Heuvel

Effect op de begroting

☐ Ja ☒ Nee

Onderwerp

Invoering Ja/Ja-sticker

Voorstel

1. Om de ja/ja-sticker per 1 januari 2027 in te voeren.
2. De Afvalstoffenverordening aan te passen voor de invoering van de ja/ja-sticker.

Inleiding

In de raadsvergadering van 4 april 2024 is toegezegd het Ja/Ja-stickerbeleid te onderzoeken. Bij een ja/ja-stickerbeleid, ook wel opt-in systeem genoemd, geven inwoners het aan als ze wél prijs stellen op ongeadresseerd reclamedrukwerk. Geadresseerde post en huis-aan huisbladen blijven gewoon bezorgd worden. Nu is een opt-out systeem van toepassing. Wil je geen ongeadresseerde reclame moet je dat aangeven.

In december 2025 is de raad met een raadsinformatiebrief geïnformeerd dat uit het onderzoek is gekomen dat:

- slechts een deel van het reclamedrukwerk echt wordt gelezen en de rest ongelezen beland bij het afval (papier of restafval)
- Een opt-in systeem, ook wel ja/ja-sticker genoemd, onnodig papierproductie en -afval voorkomt.
- bij de invoering van het opt-in systeem vooral het goed informeren van betrokkenen belangrijk is
- in de afvalstoffenverordening de juridische basis voor het opt-in systeem geregeld moet worden.

De conclusie van het college was dat ze een opt-in systeem ondersteunt en de invoering per 1 januari 2027 aan de raad voor vaststelling wil voorleggen in tweede kwartaal van 2026.

Met dit voorstel leggen we de invoering van het opt-in systeem en de aanpassing van de Afvalstoffenverordening voor besluitvorming aan de raad voor.

Beoogd effect

Met het opt-in systeem verminderen we de hoeveelheid afval en voorkomen we onnodige verspilling van grondstoffen en energie voor productie en transport van folders.

Argumenten

1.1 *Een opt-in systeem past bij de gemeentelijke ambitie om afval en grondstoffen te verminderen.*

Afval dat niet ontstaat, hoeft ook niet te worden ingezameld of verwerkt. Een opt-in systeem is daarom een eenvoudig en effectief middel om onnodige papierproductie te voorkomen. In 2024 hebben al meer dan 70 gemeenten een opt-in systeem ingevoerd.

Het systeem geldt niet voor huis-aan-huisbladen, berichten over werkzaamheden of activiteiten in de buurt, en uitingen van vrijwilligers- of niet-commerciële organisaties. Deze blijven belangrijk voor de communicatie over de leefomgeving van de inwoners.

1.2 *Het opt-in systeem vermindert ongewenste verspreiding van reclamefolders.*

Huishoudens ontvangen nog steeds veel folders: gemiddeld zo'n 20 per week en ongeveer 26 kilo per jaar. Ongeveer een derde daarvan wordt ongelezen weggegooid, wat leidt tot verspilling van papier, energie en transport.

Met de ja/ja-sticker krijgen alleen inwoners die deze reclame willen nog reclamefolders. Uit ervaringen van andere gemeente blijkt dat ongeveer een derde van de mensen die nu geen reclame wren met een nee/ja-brievenbussticker de reclame ongelezen weggooien. Met het nieuwe opt-in systeem kunnen inwoners straks met een ja/ja-sticker op hun brievenbus nog steeds reclamefolders blijven ontvangen. Het grootste effect zit dus bij mensen die nu wel folders krijgen, maar ze niet lezen.

Hoeveel papier precies wordt bespaard, is lastig vooraf te bepalen en wordt gemonitord. Op basis van landelijke cijfers zou het voor Maashorst 5% minder papierverspilling (150.000 kilo) kunnen betekenen. De exacte vermindering in Maashorst is afhankelijk van hoeveel mensen nu gebruik maken van opt-out systeem (nee/ja- of nee/nee sticker), hoeveel mensen straks reclame willen blijven ontvangen en wat de voortdurende digitalisering van ondernemers, overheden en inwoners doet.

1.3 *Een opt-in systeem belemmert reclame niet.*

Het vraagt wel een actieve keuze van inwoners. Namelijk het plakken van een ja/ja-sticker op de brievenbus. Bovendien vindt de communicatie tussen ondernemers en klanten in toenemende mate al plaats via digitale kanalen. Voor de winkeliers is de impact van een opt-in systeem beperkt, omdat ongelezen folders geen bijdrage leveren aan hun omzet.

Met de huis-aan-huisbladen Udens Weekblad en Arena Lokaal is gesproken over het aandeel reclame en nieuws in hun bladen. Om een waterbedeffect (ervaring van andere gemeenten bij het invoeren van opt-in systeem) te voorkomen, hebben we met hen een minimaal percentage nieuws (30%) in hun bladen afgesproken. Het waterbedeffect is dat nieuwe zogenaamde huis-aan-huisbladen oppoppen met bijna uitsluitend reclame en een verwaarloosbare hoeveelheid nieuwswaarde. Met minimaal 30% nieuws is het voor de lezer nog nieuwswaardig en voor de bladen ruim haalbaar voor een gezonde bedrijfsvoering. Op dit ogenblik ligt het aandeel nieuws gemiddeld op 40% en biedt 30% hen ruimte voor speciale gelegenheden, seizoenen of verzoeken. Een percentage van 30 of 40% wordt door veel gemeenten gehanteerd.



2.1 Duidelijke regels nodig zijn voor een goede handhaving

Er is nu geen landelijke wet voor ongeadresseerd reclamedrukwerk. We merken zelfs dat huidige stickers steeds minder gerespecteerd worden door reclameverspreiders en inwoners worden verplicht om zich online af te melden voor ongeadresseerde reclamepakketten. Met een opt-in systeem komen er duidelijke regels waar de reclamebranche zich aan moet houden. De gemeente kan hier vervolgens op toezien en handhaven. Welke regels nodig zijn, is terug te vinden in de Was-Wordt lijst in bijlage 1.

2.2 Meldsysteem voor inwoners en efficiënte handhaving.

Inwoners moeten kunnen melden als de regels niet worden nageleefd. Daarom wordt een meldsysteem op onze website slim ingericht. Hiermee kan de gemeente de meldingen eenvoudig en efficiënt afhandelen en monitoren en vergt het beperkt extra tijd van de organisatie. Ervaringen in andere gemeenten zoals Breda, Valkenswaard, Den Bosch en Pijnacker-Nootdorp laten zien dat dit meestal voldoende is en dat extra handhaving (waarschuwen en handhavend optreden bij veelvuldige overtredingen) vaak niet nodig is.

2.3 Handhavend optreden is mogelijk en proportioneel.

Indien sprake is van herhaalde of structurele overtredingen kan het college op grond van de Algemene wet bestuursrecht handhavend optreden. Daarbij ligt toepassing van een last onder dwangsom voor de hand, omdat hiermee naleving effectief kan worden afgedwongen zonder de uitvoeringslasten van bestuursdwang.

Kanttekeningen

1.1 Gemeente krijgt extra taak en verantwoordelijkheid.

Met de invoering van het opt-in systeem wordt de gemeente verantwoordelijk voor de uitvoering en handhaving. Dat betekent beperkt extra werk. Voor het informeren wordt een communicatiecampagne opgestart en valt binnen de reguliere werkzaamheden van afval en communicatie. Het ontvangen en verwerken van meldingen wordt slim ingericht zodat dit zo min mogelijk extra tijd vergt van team Groene Leefomgeving. Of handhavend opgetreden moet worden is nog onbekend maar de ervaringen van andere gemeenten geven de indruk dat dit risico gering is. Voor alle zekerheid worden formats voorbereid zodat ook dit eenvoudig en efficiënt kan gebeuren.

1.2 Daling in papieropbrengsten voor gemeente en papierverenigingen.

Minder papierverspilling betekent ook minder papieropbrengsten. 150.000 Kilo minder papier, betekent dit naast minder papier- en energieverspilling en CO₂-uitstoot, voor de gemeente zo'n 4% (€10.000,-) minder opbrengsten en zo'n €5.000,- minder kosten aan vergoeden papierverenigingen. Netto een nadelig effect van zo'n €5.000,- voor Maashorst. Voor de 29 papierverenigingen in Maashorst betekent het ongeveer 5% minder opbrengsten (varieert per vereniging van €5 tot €425 per jaar).

Het opt-in systeem vermindert weliswaar de papieropbrengsten voor gemeente en verenigingen, maar een daling in papierhoeveelheid is al vele jaren gaande door de voortdurende digitalisering van ondernemers, overheid en inwoners. Het behouden van het huidige opt-out systeem voorkomt dat niet. Zo is in afgelopen 3 jaar de hoeveelheid papier in Maashorst met 9% gedaald, ondanks de steeds betere scheiding van afval door inwoners.

1.3 Invoering zorgt voor een beperkt financieel effect.

De kosten voor invoering zijn laag (ongeveer €2.000 eenmalig) en het verwerken van meldingen gaan we slim inrichten zodat het weinig extra tijd kost. Het netto-effect op afvalkosten of opbrengsten is naar verwachting maximaal €5.000 per jaar. In 2027 monitoren we het effect en als er relevante wijzigingen optreden, melden we het in de bestuursrapportages.

Financiën

Het in werking stellen van een opt-in systeem in Maashorst leidt tot beperkte kosten.

De eenmalige aanloopkosten bedragen naar schatting €2.000 in 2026 en bestaan voornamelijk uit inkoop ja/ja-stickers. Deze eenmalige kosten financieren we vanuit landelijke SUP-subsidie en vallen daarmee niet onder de afvalexploitatie. In 2027 monitoren we het effect op papieropbrengsten voor gemeente en verenigingen. Relevante wijzigingen, melden we in de bestuursrapportages. Op basis van ervaringen van andere gemeenten en een slim meldsysteem worden geen noemenswaardige structurele kosten verwacht voor handhaving.

Duurzame ontwikkeling



SDG 12 Verantwoorde consumptie en productie: Het opt-in systeem stimuleert een actieve en bewuste keuze om ongeadresseerde reclame te willen ontvangen. Bovendien voorkomt het onnodig papierproductie- en afval.

Participatie

Doordat veel gemeenten het opt-in systeem afgelopen jaren al hebben ingevoerd, en dankzij de modelverordening en uitleg van de VNG en de branche, is het huidige opt-in systeem inmiddels goed doorontwikkeld. Het belangrijkste dat nog overblijft is om alle betrokkenen goed te informeren over de invoering, de wijziging, hoe het werkt en wat ze kunnen doen. Na instemming van de raad op het opt-in systeem, starten we daarvoor een communicatiecampagne.

In de aanloop naar deze besluitvorming is de reclamepakket-verspreider ingelicht over het voornemen om een opt-in systeem in Maashorst in te voeren. Het opt-in systeem is persoonlijk besproken met de huis-aan-huisbladen Udens Weekblad en Arena Lokaal en is gezamenlijke overeenstemming bereikt over de balans van reclame en nieuwsaarde in hun bladen om een eventueel waterbedeffect te kunnen voorkomen.

Door besluitvorming in juni en ingangsdatum 1 januari 2027 hebben de adverteerders en reclameverspreiders ruim de tijd om zich voor te bereiden, en heeft de gemeente voldoende tijd om de inwoners te informeren.

Communicatie

De raad is in december 2025 met een raadsinformatiebrief geïnformeerd over het voornemen van het college om de Ja/Ja-sticker in te voeren. Met voorliggend raadsvoorstel wordt hierin de volgende stap gezet.

Een communicatiecampagne voor alle betrokkenen start zodra de raad akkoord is met de invoering van de ja/ja-sticker en de aangepaste Afvalstoffenverordening heeft vastgesteld.

Vervolg

- Aangepaste Afvalstoffenverordening bekendmaken
- Inkopen ja/ja-stickers en realiseren uitgiftepunten in alle dorpen
- Communicatiecampagne voeren om alle betrokkenen goed te informeren
- Inrichten meldsysteem

Bijlagen die onderdeel uitmaken van het besluit

1. Aangepaste Afvalstoffenverordening

Bijlagen ter informatie

1. Was-wordt lijst verordening

Maashorst, 19 mei 2026

Burgemeester en wethouders van gemeente Maashorst,
de secretaris, de burgemeester,

J.A.G.M. van Aaken

J.A. van der Pas