



SCHRIFTELIJKE VRAGEN EX ART.46 RvO

Gemeente Deventer
t.a.v. College van B&W
Postbus 5000
7400 GC Deventer

Betreft: Reclamedrukwerk en de JA-JA Sticker

Deventer, 5 mei 2016

Geacht college,

Wij leven in een digitaal tijdperk en computers, tablets, smartphones en applicaties kunnen ons 24 uur per dag van informatie - waaronder ook reclameboodschappen - voorzien. Het gebruik van papier neemt in rasse schreden af, omdat het niet meer nodig is, belastend is voor het milieu en geld kost.

In de digitale wereld werkt het zo dat de ontvanger van commerciële mails via een actieve handeling toestemming moet geven voor het ontvangen van de mails of voor het installeren van een app. De 'offline' reclamewereld kent nog steeds de gewoonte die wordt gekenmerkt door verspilling en milieubelasting, namelijk de verspreiding van ongevraagd en ongeadresseerd huis-aan-huisdrukwerk. Weliswaar kan met JA-NEE en NEE-NEE stickers worden aangegeven dat huis-aan-huisbladen en/of reclamefolders niet op prijs worden gesteld maar dat vraagt een actieve handeling van de brievenbuseigenaar terwijl diezelfde brievenbuseigenaar in veel gevallen het drukwerk ongelezen nog steeds bij het oud papier gooit. Momenteel ontvangen huishoudens in Nederland gemiddeld 33 folders per week (34 kilo reclamedrukwerk per jaar). Bij 3 op de 10 gezinnen verdwijnen deze allemaal ongelezen bij het oud papier.¹

Ondanks alle ontwikkelingen en digitale mogelijkheden worden dus nog steeds massaal reclamefolders gedrukt en verspreid. De productie, het vervoer en de verspreiding zijn slecht voor het milieu en kosten veel energie, geld en tijd. Om de enorme verspilling te beperken is recent in Amsterdam een initiatiefvoorstel aangenomen om te komen tot een JA-JA-sticker voor reclame en ongeadresseerd drukwerk per 1 januari 2017. Ook in andere steden wordt dit ambitieuze milieuvorstel overwogen. Net zoals bij digitale reclame werkt de verspreiding dan via het 'opt-insysteem'. Je geeft aan dat je reclame wil ontvangen, en als je niets aangeeft dan ontvang je niets. Vanzelfsprekend blijft de JA-NEE-optie onveranderd. Voor de reclamebranche bestaat dus nog steeds de mogelijkheid om reclame op papier te verspreiden en liefhebbers van papier kunnen een JA-JA sticker op hun brievenbus plakken. Het bewustzijn wordt vergroot en verspilling wordt tegengegaan.

Deventer is met trots koploper op het gebied van het verminderen huishoudelijk afval en heeft een ambitieus programma ten aanzien van het verder reduceren van reststromen (bijv. GF-afval). GroenLinks vindt het JA-JA een goede en logische ontwikkeling passend binnen het ambitieuze afvalbeleid van het Deventer college. Ook energieverpilling wordt tegengegaan hetgeen weer goed past bij de inspanningen van een energieneutraal Deventer in 2030. Wij hebben daarom de volgende vragen aan het college:

1. Is het college het met ons eens dat nodeloze verspilling van papier en energie zoveel mogelijk voorkomen moet worden en naadloos past in het ambitieuze afvalbeleid en de uitvoeringsagenda Deventer energieneutraal 2030? Zou, waarom niet?
2. Kan het college onderschrijven dat een 'opt-in-methode' voor huis-aan-huisreclame (waarbij

¹ Zie <http://www.milieucentraal.nl/afval/afval-scheiden-en-recyclen/afval-voorkomen/reclamedrukwerk/>.

de huiseigenaren actief een bewuste keuze maken om reclame te ontvangen) een goede manier zou zijn om verspilling van papier en energie te verminderen? Zonee, waarom niet?

3. Is het college bereid om met belanghebbenden in Deventer (reclamebranche, bedrijfsleven e.d.) op korte termijn in gesprek te gaan over de voor- en nadelen van een opt-in-systeem voor huis- aan huisreclame? Zoja, wanneer gaat dit gebeuren? Zonee, waarom niet?
4. Bent u bereid om in dat overleg in te zetten om ook in Deventer zo snel mogelijk over te gaan tot de introductie van de JA-JA-sticker?

Met hartelijke groet,
Tjeerd van der Meulen
GroenLinks Deventer