

Onderwerp

Invoering JA/JA- sticker (opt-in systeem voor ongeadresseerd reclamedrukwerk)

Opsteller	Angelique van der Heijden	Behandeldatum	23 maart 2021
Programma	Openbare ruimte	Status	Openbaar
Portefeuillehouder	B. Velthuis		

Advies

1. Niet over te gaan tot invoering van de JA/JA-sticker.
2. De brief aan de raad over het niet invoeren van de JA/JA-sticker vast te stellen.

Aanleiding

In 2016 heeft de PvdA via een artikel 39 procedure gevraagd om in navolging van het voorbeeld in gemeente Amsterdam, invoering van de JA/JA-sticker ook in Nijmegen te overwegen. Met een JA/JA-sticker op de brievenbus geeft iemand expliciet aan ongeadresseerde reclame te willen ontvangen. Dit opt-in systeem draait de bestaande situatie van het opt-out systeem (met NEE/JA- en NEE/NEE-stickers) om. Op het verzoek is positief gereageerd, omdat hiermee papierverspilling kan worden voorkomen van burgers die niet bewust kiezen voor het weren van ongeadresseerde reclame terwijl zij hier geen belangstelling voor hebben. Papier is niet oneindig recyclebaar. Dus het voorkomen van (papier)afval is duurzamer en wenselijker dan het achteraf scheiden, inzamelen en recyclen van papier.

Na de eerste verkenningen heeft het Nijmeegse college in maart 2018 in principe besloten het opt-in systeem in te voeren. Dit op voorwaarde dat verder onderzocht zou worden hoe de invoering in Amsterdam ondertussen verliep. En onder welke randvoorwaarden invoering ook voor Nijmegen goed geregeld kon worden. In de loop der jaren zijn er allerlei ontwikkelingen geweest, waardoor invoering in Nijmegen werd uitgesteld. Met dit voorstel schetsen we de huidige stand van zaken.

Beoogde impact

De raad informeren over de ontwikkelingen van de afgelopen tijd en de stand van zaken van de invoering van de JA/JA-sticker in Nijmegen. Daarnaast motiveren we ons besluit om op dit moment niet over te gaan tot invoering van het opt-in systeem voor ongeadresseerd reclamedrukwerk.

Argumenten

1.1 *De introductie van de JA/JA-sticker leidde in bijna alle invoerende steden tot vertraging en rechtszaken, waarvan enkelen nog steeds lopen.*

Sinds gemeente Amsterdam in 2016 als eerste stad besloot de JA/JA-sticker in te voeren, is de rechtmatigheid van deze stap betwist door producenten en verspreiders van reclamefolders. Ook tegen andere gemeenten zijn rechtszaken aangespannen met betrekking tot rechtmatigheid en wenselijke invoertermijn van de JA/JA-sticker. Uit de gerechtelijke uitspraken blijkt dat de rechtmatigheid van het (Amsterdamse) opt-in systeem, en de bepaling wat een redelijke invoertermijn is, voldoende is aangetoond. Maar er loopt wel nog een bodemprocedure tegen Amsterdam, waarover in 2021 uitspraak wordt verwacht. Al deze rechtszaken hebben bij de invoerende gemeenten geleid tot stagnatie van de invoering, grote belasting van het ambtelijk apparaat, hoge

juridische kosten en negatieve publiciteit of het (tijdelijk) terugdraaien van maatregelen. Het is beter, hoe vervelend ook, de nog lopende rechtszaak te blijven volgen en later opnieuw positie te bepalen.

- 1.2 *Vanwege de coronacrisis is het vanuit politiek maatschappelijk oogpunt niet gewenst onnodige onrust te creëren door introductie van de JA/JA-sticker die mogelijk nadelig kan uitpakken voor kwetsbare retailers.*

De Retail sector staat als gevolg van de coronacrisis onder grote druk. Zij levert de meeste advertenties in de reclame folderpakketten. De impact van de crisis is zichtbaar geworden in de dikte van het folderpakket, welke flink is geslonken. Of dit effect tijdelijk is, of een versnelling van de al langer zichtbare verschuiving naar digitale reclame, is nog moeilijk te zeggen. Zeker tijdens de coronacrisis blijkt digitale zicht- en vindbaarheid voor ondernemers uiterst belangrijk. Overheden stimuleren daarom ook deze digitalisering door verstrekking van subsidies. Mogelijk draagt versnelde digitalisering uiteindelijk bij aan acceptatie door adverteerders van de gevoelde beperking van reclamemogelijkheden door het invoeren van een opt-in systeem. Overigens dient vermeld dat de huishoudens die werkelijk interesse hebben in de folders, door het plakken van een JA/JA-sticker nog steeds bereikt kunnen worden.

Politiek maatschappelijk is afweging van de (inmiddels door evaluaties aangetoonde duidelijk positieve) milieueffecten ten opzichte van de economische effecten als gevolg van invoering van het opt-in systeem in de huidige coronasetting niet wenselijk. Dit pleit voor uitstel van de besluitvorming hierover.

- 1.3 *Ook praktisch gezien is besluitvorming en invoering op dit moment niet wenselijk.*

Het invoeren van het opt-in systeem vergt uitgebreide communicatie, juridische inbedding in de gemeentelijke afvalstoffenverordening en het inregelen en uitvoeren van handhaving. De gemeente wordt verantwoordelijk voor productie en distributie van JA/JA-stickers en ook voor de handhaving op overtredingen. In coronatijd is echter een verdere belasting van de handhaving capaciteit niet gewenst. Distributie van stickers via gemeentelijke steunpunten is met het oog op beperking van onnodig contact ook niet wenselijk. Alternatieven (opsturen na aanvraag, actief verspreiden) zijn kostbaar, en verhogen de toch al aanzienlijke handhavingskosten en verminderde inkomsten door lagere papieropbrengsten, die het opt-in systeem nu eenmaal met zich meebrengt. Ook verenigingen die voor de gemeente het oud papier ophalen en hiervoor een vergoeding krijgen zullen de verlaagde papieropbrengsten gaan voelen in de portemonnee. In coronatijd ligt dit gevoelig.

Daarnaast zijn er mogelijke neveneffecten van de invoering van de JA/JA-sticker, zoals een verschuiving van reclame naar huis-aan-huisbladen. Deels kunnen dit positieve effecten zijn die de levensvatbaarheid van deze bladen versterken, deels zien we landelijk ook minder wenselijke effecten. Zoals de introductie van een nieuw huis-aan-huisblad (Citynieuws) dat als tegenoffensief is uitgebracht door de reclamebranche en gevuld is met de maximaal toegestane hoeveelheid reclame. Deze waterbed effecten zorgen voor al dan niet acceptabele demping van het beoogde milieueffect. Het loont de moeite af te wachten hoe dit zich verder ontwikkelt.

Deze zaken overziend, concluderen we dat introductie van de JA/JA-sticker weliswaar leidt tot minder papierverspilling, maar tevens kostbaar is en mogelijk ook neveneffecten heeft. Mede door de nog lopende ontwikkelingen en invloeden van de

coronacrisis achten we daarom de tijd nu niet rijp om tot invoering van de JA/JA-sticker over te gaan.

2.1 Informeren van de raad

Met de brief aan de raad informeren we deze over de actuele stand van zaken en het besluit over de JA/JA-sticker.

Kanttekeningen

1.3 Door nu te besluiten de JA/JA-sticker niet in te voeren wordt papierverspilling niet voldoende tegengegaan.

In Nijmegen heeft op dit moment naar schatting de helft van de huishoudens nog geen NEE/JA-, dan wel NEE/NEE brievenbussticker waarmee ongeadresseerde reclame kan worden geweerd. Vergeleken met andere gemeenten is het bewustzijn met betrekking tot het weren van ongewenste reclamefolders, en daarmee beperking van papierverspilling, dus al best hoog. Daarnaast schatten we op basis van de resultaten van andere gemeenten dat na invoering van de JA/JA-sticker, nog slechts een kwart van alle huishoudens reclame zal ontvangen. Er lijkt dus ruimte om de papierverspilling verder te beperken. Door de gratis verkrijgbare NEE/JA- en NEE/NEE brievenbusstickers van het bestaande stickersysteem opnieuw onder de aandacht te brengen van bewoners, als ook te attenderen op alternatieven voor papieren reclamefolders, kunnen wij de papierverspilling mogelijk wel enigszins terugdringen.

Financiën

Er zijn geen financiële gevolgen van dit besluit.

Vervolg

Het college voert op dit moment de JA/JA-sticker niet in, maar blijft de landelijke en lokale ontwikkelingen wel volgen. Wanneer zij in de toekomst voldoende mogelijkheden ziet, zal zij opnieuw initiatief nemen om tot invoering van het opt-in systeem over te gaan. Daarbij zullen dan de mogelijke gevolgen van invoering met belanghebbenden, zoals verenigingen die oud-papier ophalen en met wijkmagazines, verder verkend en besproken worden. Om de hoeveelheid papierverspilling intussen enigszins terug te dringen, zal het college het belang en de mogelijkheden van de bestaande NEE/JA- en NEE/NEE-stickers, als ook digitale alternatieven onder de aandacht van bewoners brengen.

Bijlage(n)

1. Brief aan de Raad.