

## Wijzigingen verordeningen

### Afvalstoffenverordening

<b>Oude tekst</b>
<b>Artikel 15a. Ongeadresseerd drukwerk</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. In dit artikel wordt verstaan onder:<ol style="list-style-type: none"><li>a. huis-aan-huisblad: ongeadresseerd blad dat met een vaste frequentie gratis huis aan huis wordt verspreid in een geografisch beperkt gebied, waarvan tenminste 10% van de inhoud bestaat uit informatie over en nieuws uit het eigen verspreidingsgebied, niet zijnde reclame;</li><li>b. ongeadresseerd reclamedrukwerk: reclamedrukwerk of proefmonsters van producten die gratis huis aan huis worden verspreid zonder vermelding van naam, adres of postbus en woonplaats van de ontvanger, niet zijnde:<ol style="list-style-type: none"><li>i. een huis-aan-huisblad of andere informatie over werkzaamheden of activiteiten in de buurt die voor de bewoners of gebruikers van een woning, bedrijf of woonschip in die buurt van belang zijn om te weten;</li><li>ii. drukwerk van vrijwilligers of niet-commerciële organisaties.</li></ol></li></ol></li><li>2. Een huis-aan-huisblad mag worden bezorgd bij een perceel, tenzij de bewoner of gebruiker expliciet kenbaar heeft gemaakt geen prijs te stellen op het ontvangen ervan.</li><li>3. Ongeadresseerd reclamedrukwerk mag worden bezorgd bij een perceel, tenzij de bewoner of gebruiker expliciet kenbaar heeft gemaakt geen prijs te stellen op het ontvangen ervan.</li></ol>
<b>Voorgestelde tekst</b>
<b>Artikel 15a. Ongeadresseerd drukwerk</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. In dit artikel wordt verstaan onder:<ol style="list-style-type: none"><li>a. huis-aan-huisblad: ongeadresseerd blad dat met een vaste frequentie gratis huis aan huis wordt verspreid in een geografisch beperkt gebied, waarvan tenminste 10% van de inhoud bestaat uit informatie over en nieuws uit het eigen verspreidingsgebied, niet zijnde reclame;</li><li>b. ongeadresseerd reclamedrukwerk: reclamedrukwerk of proefmonsters van producten die gratis huis aan huis worden verspreid zonder vermelding van naam, adres of postbus en woonplaats van de ontvanger, niet zijnde:<ol style="list-style-type: none"><li>i. een huis-aan-huisblad of andere informatie over werkzaamheden of activiteiten in de buurt die voor de bewoners of gebruikers van een woning, bedrijf of woonschip in die buurt van belang zijn om te weten;</li><li>ii. drukwerk van vrijwilligers of niet-commerciële organisaties.</li></ol></li></ol></li><li>2. Een huis-aan-huisblad mag worden bezorgd bij een perceel, tenzij de bewoner of gebruiker expliciet kenbaar heeft gemaakt geen prijs te stellen op het ontvangen ervan.</li><li>3. <b>Ongeadresseerd reclamedrukwerk mag uitsluitend worden bezorgd bij een perceel als de bewoner of gebruiker kenbaar heeft gemaakt prijs te stellen op het ontvangen ervan.</b></li></ol>
De toelichting op artikel 15a hoeft niet gewijzigd te worden. De Ja-Ja sticker staat hierin al vermeld.

## Toelichting artikel 15a

### Oude tekst

#### Artikel 15a. Ongeadresseerd drukwerk

Artikel 15a heeft als doel om de verspreiding van ongewenst drukwerk, en daarmee uiteindelijk afval, te voorkomen. De grondslag voor dit artikel is artikel 10.23 van de Wm.

In het eerste lid zijn de definities opgenomen met het onderscheid tussen ongeadresseerd reclamedrukwerk voor commerciële doeleinden en huis-aan-huisbladen of drukwerk van niet commerciële organisaties, waaronder ook politieke partijen.

Met ongeadresseerd reclamedrukwerk wordt in deze verordening bedoeld al het reclamedrukwerk dat zonder adres wordt aangeboden. Onder deze definitie vallen alle aanduidingen zonder toevoeging van een feitelijk adres, zoals bijvoorbeeld “aan de bewoners van dit pand of gebouw”. De gemeente kiest voor dit onderscheid omdat huis-aan-huisbladen en pamfletten een belangrijke functie vervullen voor onder meer de nieuwsverspreiding op lokaal niveau en de sociale cohesie in de buurt. Daarbij hebben deze bladen een lage frequentie.

In de definitie van huis-aan-huisblad is aangesloten bij de landelijke norm van de Stichting Reclamecode van 10% aan buurtgerichte redactionele inhoud.

In het tweede en derde lid is bepaald dat huis-aan-huisbladen ongeadresseerd reclamedrukwerk bezorgd mogen worden bij een perceel (een woning, bedrijf of woonschip), tenzij de ontvanger onmiskenbaar duidelijk heeft gemaakt deze bladen niet te willen ontvangen. Met de komst van nee-nee-, ja-ja- en nee-ja-brievenbusstickers kunnen bewoners hun voorkeur ten aanzien van de ontvangst van commercieel reclamedrukwerk en/of de huis-aan-huisbladen kenbaar maken (zie Gerechtshof Arnhem-Leeuwarden, 25 februari 2020, ECLI:NL:GHARL:2020:1528).

### Nieuwe tekst

#### Artikel 15a. Ongeadresseerd drukwerk

Artikel 15a heeft als doel om de verspreiding van ongewenst drukwerk, en daarmee uiteindelijk afval, te voorkomen. De grondslag voor dit artikel is artikel 10.23 van de Wm.

In het eerste lid zijn de definities opgenomen met het onderscheid tussen ongeadresseerd reclamedrukwerk voor commerciële doeleinden en huis-aan-huisbladen of drukwerk van niet commerciële organisaties, waaronder ook politieke partijen.

Met ongeadresseerd reclamedrukwerk wordt in deze verordening bedoeld al het reclamedrukwerk dat zonder adres wordt aangeboden. Onder deze definitie vallen alle aanduidingen zonder toevoeging van een feitelijk adres, zoals bijvoorbeeld “aan de bewoners van dit pand of gebouw”. De gemeente kiest voor dit onderscheid omdat huis-aan-huisbladen en pamfletten een belangrijke functie vervullen voor onder meer de nieuwsverspreiding op lokaal niveau en de sociale cohesie in de buurt. Daarbij hebben deze bladen een lage frequentie.

In de definitie van huis-aan-huisblad is aangesloten bij de landelijke norm van de Stichting Reclamecode van 10% aan buurtgerichte redactionele inhoud.

In het tweede en derde lid is bepaald dat huis-aan-huisbladen bezorgd mogen worden bij een perceel (een woning, bedrijf of woonschip), tenzij de ontvanger onmiskenbaar duidelijk heeft gemaakt deze bladen niet te willen ontvangen. Voor ongeadresseerd reclamedrukwerk is in lid 3 bepaald dat het bezorgd mag worden bij een perceel (een woning, bedrijf of woonschip), mits de ontvanger onmiskenbaar duidelijk heeft gemaakt het reclamedrukwerk wel te willen ontvangen.

Met de komst van nee-nee-, ja-ja- en nee-ja-brievenbusstickers kunnen bewoners hun voorkeur ten aanzien van de ontvangst van commercieel reclamedrukwerk en/of de huis-aan-huisbladen kenbaar maken (zie Gerechtshof Arnhem-Leeuwarden, 25 februari 2020, ECLI:NL:GHARL:2020:1528).

## **Uitvoeringsbesluit**

### **Oude tekst**

#### **Artikel 18. Niet willen ontvangen van ongeadresseerde handelsreclame**

De gebruiker van een perceel die geen ongeadresseerde handelsreclame wenst te ontvangen, dient dit kenbaar te maken door het aanbrengen van een sticker verkrijgbaar bij Loket Groningen Centrum, Stadsbeheer, Loket Haren en Loket Ten Boer. Deze sticker dient op de brievenbus of maximaal 10 centimeter vanaf de brievenbus te worden aangebracht. De gebruiker heeft de keuze tussen een Ja-Nee, en een Nee-Nee sticker, waarbij in het eerste geval geen handelsreclame wordt bezorgd, maar wel huis aan huis bladen worden bezorgd. In het tweede geval worden geen handelsreclame en geen huis aan huis bladen bezorgd.

### **Nieuwe tekst**

#### **Artikel 18. Niet willen ontvangen van ongeadresseerde handelsreclame**

De gebruiker van een perceel die ongeadresseerde handelsreclame wenst te ontvangen, dient dit kenbaar te maken door het aanbrengen van een sticker verkrijgbaar bij Loket Groningen Centrum, Stadsbeheer, Loket Haren en Loket Ten Boer. Deze sticker dient op de brievenbus of maximaal 10 centimeter vanaf de brievenbus te worden aangebracht. De gebruiker heeft de keuze tussen een Ja-Ja, en een Nee-Nee sticker, waarbij in het eerste geval zowel handelsreclame als huis aan huis bladen worden bezorgd. In het tweede geval worden geen handelsreclame en geen huis aan huis bladen bezorgd. Indien geen sticker is aangebracht wordt geen handelsreclame bezorgd, maar worden wel huis aan huis bladen bezorgd.