

Emmeloord, 29 september 2020.

Aan: Gemeenteraad en college van B en W
van de gemeente Dronten

Betreft: invoering ja-jasticker

L.S.,

Het is fijn dat in het initiatiefvoorstel van GroenLinks over de invoering van de ja-jasticker de huis-aan-huiskranten zijn uitgezonderd. Wel willen wij bij de uitwerking aandacht vragen voor de definitie van een huis-aan-huiskrant. In onze ogen moeten daarin bepalingen komen over:

Frequentie van verspreiding

Kan een doe-het-zelfzaak een eenmalige krant met wat klustips huis-aan-huis verspreiden?

Percentage redactionele inhoud

Kan een tuincentrum een krant van 10 pagina's huis-aan-huis verspreiden als daarin 1 pagina (10%) interviews met Drontenaren over hun tuin staat?

Omschrijving van redactionele inhoud

Is het voldoende om algemene artikelen over reizen, wonen of auto's aan een folder toe te voegen? Moeten het artikelen/foto's over lokale onderwerpen zijn? Volstaan artikelen over adverteerders?

De Reclamecodecommissie hanteert de volgende definitie voor huis-aan-huiskranten: „Ongeadresseerde drukwerken die met een vaste frequentie gratis huis-aan-huis worden verspreid in een geografisch beperkt gebied en waarvan tenminste 10% van de inhoud bestaat uit informatie over en nieuws uit het eigen verspreidingsgebied, niet zijnde reclame, en die daarnaast reclame bevatten.”

GroenLinks kiest voor 'het Amsterdamse model'. In Amsterdam verschijnt sinds de invoering van de ja-jasticker de krant City Amsterdam: een verzameling folders, waaraan 10% in bulk ingekochte 'redactionele inhoud' is toegevoegd.

Deze krant voldoet aan de definitie van de Reclamecodecommissie. Hierdoor krijgen inwoners die voorheen een nee-neesticker hadden nu opeens wel folders op de mat. Uiteindelijk kan het dus leiden tot meer in plaats van minder oud papier.

Wij willen u daarom vragen zorgvuldig aandacht te besteden aan uw definitie van huis-aan-huiskranten.

Hoogachtend,



Maarten Heijen