

Bron: [Afvalstoffenverordening Utrecht](#).

Artikel 1 Definities

huis-aan-huisblad: een ongeadresseerd drukwerk dat met een vaste frequentie gratis huis aan huis wordt verspreid in een geografisch beperkt gebied, daarbij de indeling van de gemeente volgend en waarvan tenminste **dertig procent** van de inhoud bestaat uit informatie over en nieuws uit het eigen verspreidingsgebied, niet zijnde reclame zoals vastgesteld conform de Code verspreiding ongeadresseerd reclamedrukwerk (CODE VOR) van de Stichting Reclame Code;

sublokale nieuwsgerichte wijkberichten: ongeadresseerd drukwerk dat met een frequentie van **maximaal enkele keren per jaar** gratis huis aan huis wordt verspreid **in één wijk of buurt** en waarvan de inhoud bestaat uit informatie over en **nieuws uit het eigen verspreidingsgebied** en die op **niet commerciële basis** wordt uitgegeven door een **stichting, vereniging of wijkraad**.

Artikel 16 Ongeadresseerd drukwerk

Het is verboden ongeadresseerd drukwerk te bezorgen of te laten bezorgen bij een perceel tenzij de bewoner of gebruiker daarvan expliciet kenbaar heeft gemaakt dit wel te willen ontvangen.

2. **Uitgezonderd** van het in het vorige lid genoemde verbod zijn:

- a.drukwerk met als uitsluitend/primair doel het geven van feitelijke informatie zonder aanprijzing;
- **b.sublokale nieuwsgerichte wijkberichten**;
- c.ongeadresseerd drukwerk dat kan worden geschaard onder artikel 7 van de Grondwet;
- d.huis-aan-huisbladen.

Artikel 16 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. De definities zijn in artikel 1 opgenomen met het onderscheid tussen ongeadresseerd reclamedrukwerk voor commerciële doeleinden en huis-aan-huisbladen of drukwerk van niet commerciële organisaties, waaronder ook politieke partijen.

In de definitie van de 'huis-aan-huisblad' is een norm gehanteerd van tenminste 30% aan inhoudelijk buurtgericht nieuws. Hiermee wordt afgeweken van de 10% norm aan inhoudelijke content die landelijk door de Stichting Reclamecode gehanteerd wordt. Met het verhogen van de inhoudelijke content wordt een duidelijker onderscheid gemaakt tussen een redactioneel huis-aan-huisblad en een advertentieblad dat voornamelijk bestaat uit reclamemateriaal.

Tabel 1: Overzicht wanneer bezorging gewenst is en dus mag geschieden

Overzicht stickers	Ongeadresseerd reclamedrukwerk gewenst	Ongeadresseerde huis-aan-huisbladen gewenst
ja-ja sticker	Ja	Ja
geen of nee-ja sticker	Nee	Ja
nee-nee sticker	Nee	Nee