Grip op ongezonde voedselreclame in de openbare ruimte



Samenwerken aan een vitaal Drenthe

Gezonde marke

Onze voedselomgeving bepaalt voor een groot deel wat we eten. Per dag maken we wel 200 voedselkeuzes, waarvan 90% onbewust. De voedselomgeving kan ons onbewust verleiden tot ongezond en overmatig eten. Dat kan leiden tot overgewicht en obesitas; één van de grote gezondheidsuitdagingen in Drenthe. Onderdeel van de voedselomgeving is reclame in de openbare ruimte.

Wat is ongewenste Reclame?

Onder ongewenste reclame wordt verstaan: reclame die niet past bij gemeentelijk beleid op het gebied van gezondheid en duurzaamheid. Denk aan reclame voor ongezonde voeding, fossiele brandstoffen of fast fashion.

Welke reclame kunnen gemeenten weren?

Gemeenten kunnen ongewenste reclame weren om hun gezondheidsdoelen te ondersteunen. Reclame stimuleert consumptie en kan ongezond gedrag normaliseren. Door reclame te weren, wordt voorkomen dat mensen worden aangemoedigd om ongewenst gedrag te vertonen, zoals eerder ook is gebeurd bij een verbod op reclames voor tabak.

Gemeenten kunnen reclame weren op verschillende gebieden, waaronder ongezonde voeding, vlees, vis en zuivel en fossiele producten. In deze paper ligt de focus op ongezonde voeding.

Zorgvuldige motivering en afbakening

Een belangrijke voorwaarde om reclame te weren is een zorgvuldige motivering en heldere definitie. Ecolytico heeft in opdracht van de City Deal Gezonde en Duurzame Voedselomgeving een motivering opgesteld die gebruikt kan worden als basis. Waar nodig kan deze worden aangepast aan lokale wensen.

In de motivering wordt voor de term ‘ongezonde voeding’ gebruikgemaakt van de definitie volgens de Richtlijnen Goede Voeding van de Gezondheidsraad. Op basis van deze richtlijnen heeft het Voedingscentrum de Schijf van Vijf opgesteld.

Deze paper is gebaseerd op de kenniskaart ongewenste reclame, een initiatief van de City Deal Gezonde en Duurzame Voedselomgeving.

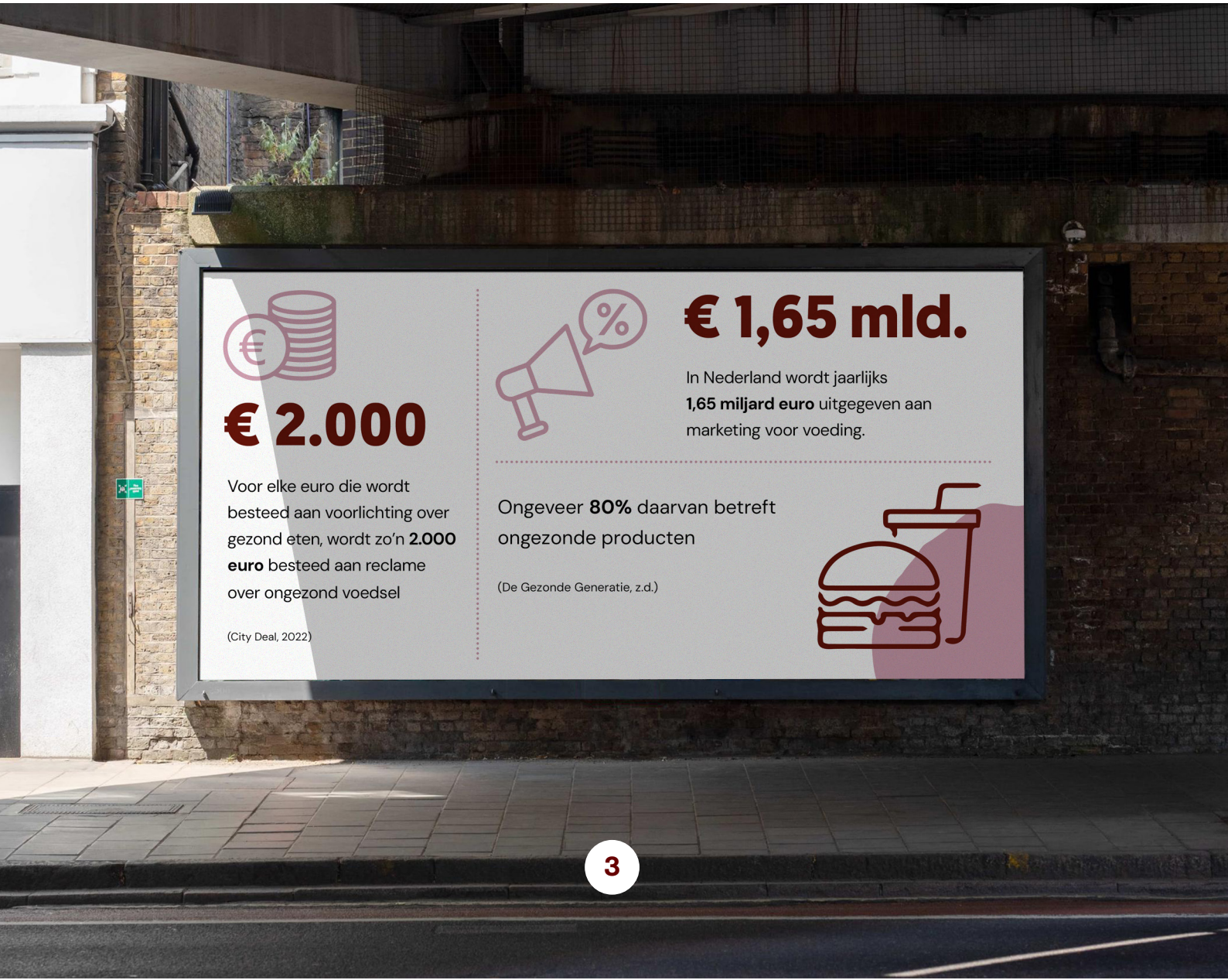
Voor meer en uitgebreide informatie, check de kenniskaart of de Circulaw memo.

Waarom reclame weren?

Reclame en marketing voor voeding spelen een grote rol in onze voedselomgeving en beïnvloeden voedselvoorkeuren en aankoop- en consumptiegedrag (Cambridge University Press, 2025).

De cijfers laten zien dat inwoners dagelijks worden blootgesteld aan een grote hoeveelheid marketing voor ongezonde producten. Kinderen en jongeren zijn extra vatbaar voor marketingtechnieken vanwege de hersen-ontwikkeling die ze doormaken. Ondertussen verleiden voedselproducenten juist deze doelgroep via marketing voor ongezonde producten.

Marketing beïnvloedt niet alleen wat mensen kopen, maar ook wat zij als normaal beschouwen. Het beperken van reclame voor ongezonde voeding kan daarom bijdragen aan een gezondere en duurzamere leefomgeving.



Hoe kunnen gemeenten ongewenste reclame weren?

Gemeenten hebben de juridische mogelijkheden om ongewenste reclames in de openbare ruimte te weren. Voor alle routes geldt dat besluiten goed gemotiveerd, zorgvuldig tot stand gekomen en eenduidig moeten zijn. Zie de memo voor een uitgebreidere toelichting.
De drie routes zijn:

1. Privaatrechtelijk (exploitatie-contracten)
Gemeenten hebben als eigenaar en beheerder van de openbare buitenruimte ook gelegenheid om de exploitatie van reclame-uitingen in de openbare ruimte mogelijk te maken. Hiervoor sluiten gemeenten overeenkomsten af met één of meerdere exploitanten. Exploitanten mogen dan tegen betaling reclame plaatsen. Gemeenten kunnen in deze overeenkomsten afspraken maken over welke reclames wel of niet zijn toegestaan. Dit kan op drie momenten:

- Binnen de huidige overeenkomst: soms biedt de bestaande afspraak al ruimte om bepaalde reclames te weren. Bijvoorbeeld via (wijzigingen in) het lokale reclamebeleid, of op basis van wederzijdse instemming.
- Bij verlening van de exploitatieovereenkomst: dit is een kans om nieuwe afspraken te maken over ongewenste reclame.
- Bij een nieuwe aanbesteding: gemeenten kunnen eisen stellen, zoals het uitsluiten van reclame voor ongezonde voeding.

Het is verstandig om hiervoor een duidelijk en goed onderbouwd reclamebeleid op te stellen.



2. Publiekrechtelijk (APV)
In een Plaatselijke Verordening, zoals de Algemene Plaatselijke Verordening (APV), staat de gemeentelijke regelgeving onder meer op het gebied van openbare orde en veiligheid. De APV geldt voor iedereen en bevat ook regels over reclame-uitingen in de openbare ruimte.

Bijvoorbeeld: een gemeente kan opnemen dat “schadelijke reclames” verboden zijn. Wel moet de gemeente goed onderbouwen waarom bepaalde reclame niet gewenst is, en zorgen voor duidelijke definities (zie: Motivering voor ongezonde voeding).

Voordeel: deze route is breder toepasbaar dan via exploitatie-contracten, omdat het ook geldt voor partijen zonder een contract. Wel kan de privaatrechtelijke route sneller zijn.

Zie hier voor een overzicht van gemeenten die fossiele reclame verbieden via de APV.

3. Overig (zelfregulering of niet bindend-convenant)
Naast wet- en regelgeving kunnen gemeenten kiezen voor minder bindende afspraken:

- **Zelfregulering:** via reclamecodes beoordeelt de Reclame Code Commissie of uitingen passend zijn. De oordelen zijn niet bindend maar kunnen richting geven.
- **Convenanten:** gemeenten kunnen afspraken maken met exploitanten over welke reclame wel of niet wordt getoond. Voorbeeld: gemeente Amsterdam sloot een niet-bindend convenant met de exploitant van reclameruimtes in metrostations om geen fossiele producten te tonen.

Deze aanpak is laagdrempelig en kan snel worden ingezet, maar biedt minder juridische zekerheid dan de exploitantenovereenkomsten of de APV.

Voorbeelden en inspiratie

Er zijn al voorbeelden in Nederland en in het buitenland die gevolgd kunnen worden.

Aanbeveling voor Drentse gemeenten

- Kies een route die past bij de lokale situatie en voorkeuren. Een privaatrechtelijke route kan mogelijk sneller zijn, terwijl een publiekrechtelijke route een bredere toepassing heeft omdat het ook op niet-contractpartijen van toepassing is
- Zorg voor een duidelijke definitie van ongezonde voeding, zie Motivering voor ongezonde voeding.
- Stel specifiek beleid op voor reclamebeperking, met een goede motivering en zorgvuldige uitvoering. Onafhankelijk van welke route de gemeente precies kiest, geniet het de voorkeur als de gemeente specifiek beleid over dit onderwerp opstelt. Daarmee handelt de gemeente zo zorgvuldig mogelijk, zowel wat betreft het proces als de inhoud. Zie ook de uitgebreide memo van Circulaw, opgesteld door Ecolytico Legal.

Aan de slag!

1. Formuleer een duidelijk, onderbouwd doel
Wees duidelijk in welke reclames je wilt beperken en waarom. Baseer je motivatie op bestaande landelijke en lokale beleidsstukken, zodat het besluit goed verdedigbaar is en stevig staat.

2. Controleer bestaande regels en afspraken
Bekijk wat er al in de APV, contracten en bestaand reclamebeleid staat. Betrek daarbij meteen collega's van relevante teams en partners, zodat iedereen meedenkt en de uitvoering haalbaar en gedragen is.

3. Kies een passende aanpak
Selecteer een route die past bij de lokale situatie, met oog voor de voor- en nadelen van elke optie. Zorg dat een reclameverbod niet op zichzelf staat, maar deel uitmaakt van een bredere strategie met aanvullende preventieve acties.

Bovenstaande informatie komt uit de slides van de workshop 'Grip op reclamebeperking in de openbare ruimte' gegeven door City Deal Gezonde en duurzame voedselomgeving en JOGG.

Meer weten?

Kijk de webinar

Literatuurlijst

Cambridge University Press (2025, 16 juni). Food marketing, eating and health outcomes in children and adults: a systematic review and meta-analysis. Cambridge.org. Geraadpleegd op 2 februari 2026, van https://www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-nutrition/article/food-marketing-eating-and-health-outcomes-in-children-and-adults-a-systematic-review-and-metaanalysis/4E66E9C31D358152D107F44A71DE9D03

City Deal (2022, 29 september). Deelsessie Gezonde verleidingen voor een gezonde voedselomgeving op de Dag van de Stad 2022. Agendastad.nl. Geraadpleegd op 2 februari 2026, van https://agendastad.nl/city-deal/gezonde-en-duurzame-voedselomgeving/

De Gezonde Generatie (z.d.). Maak gezond makkelijker. Gezondegeneratie.nl. Geraadpleegd op 2 februari 2026, van https://www.gezondegeneratie.nl/themas/gezondevoedselomgeving/

Gezonde marke

Samenwerken aan een vitaal Drenthe