

Waarom niet alle folderverspreiders anti-ja/ja-sticker zijn

28-11-2017 11:47



De kogel is door de kerk: de ja/ja-sticker mag er komen. Een rechtszaak tegen het initiatief van de gemeente Amsterdam haalde niets uit. Inwoners die vanaf 1 januari nog ongeadresseerde reclame op de mat willen krijgen, moeten een sticker op de brievenbus plakken. Tot onvrede van de – traditionele – folderverspreiders.

De rechtszaak om de ja/ja-sticker werd aangespannen door brancheorganisaties MailDB en Koninklijk Verbond van Grafische Ondernemingen (KVGGO) en Netwerk VSP, dat het platform Spotta exploiteert. Zij zijn fel tegen het plan, waarbij inwoners een sticker op hun brievenbus moeten plakken als ze wel ongeadresseerd reclamedrukwerk willen ontvangen. Nu vallen de folders nog in de bus als er geen nee/nee- of nee/ja-sticker is opgeplakt.

De gemeente verwacht door de maatregelen zesduizend gekapte bomen per jaar te besparen. Een huishouden ontvangt nu jaarlijks gemiddeld 34 kilo reclamedrukwerk, waarbij volgens onderzoek van Milieu Centraal uit 2014 drie op de tien huishoudens de folders ongelezen bij het afval gooit. De folderbranche ontkent de voordelen voor het milieu en wijst er bovendien op dat het nieuwe systeem 'grote economische schade toebrengt aan de middenstand'. Ook de producenten en verspreiders van reclamedrukwerk worden geraakt door het besluit, nu er een mes wordt gezet in de 350 duizend aanbiedingen die jaarlijks worden verspreid. De uitspraak van de rechter werd dan ook met teleurstelling aangehoord. Een hoger beroep behoort nog tot de mogelijkheden, zegt manager Bram ter Beek van het KVGGO. "Wij vrezen ook dat andere gemeenten het voorbeeld van Amsterdam zullen proberen te volgen."

Daar is niets van gelogen. In [Utrecht](#) lijkt een invoering nabij, terwijl er voorzichtige stemmen opgaan in steden als [Arnhem](#), [Den Haag](#) en [Rotterdam](#). Vooral de Partij van de Dieren maakt zich lokaal hard voor de invoering van een ja/ja-sticker. In Amsterdam is het plan afkomstig van fractievoorzitter Johnas van Lammeren, die erop wijst dat andere gemeenten de uitspraak van de rechter hebben afgewacht. Nu die voor zijn partij positief is, verwacht hij dat geïnteresseerde gemeenten snel volgen met het verbieden van ongewenste reclamefolders in de brievenbus.

Digitale folders

De grote vraag is of retailers terecht bang zijn dat de ja/ja-sticker voor minder omzet zorgt, omdat ze minder mensen kunnen bereiken. Wat Reclamefolder.nl betreft, is die angst ongegrond. Het digitale folderplatform deed vorig jaar samen met onderzoeksbureau TeamVier al een onderzoek naar de gevolgen van de sticker, dat ook door de rechtbank in Amsterdam werd gebruikt. Daaruit bleek dat 55 procent van de Amsterdammers positief staat tegenover het plan en 'slechts' dertien procent negatief. Ongeveer de helft van de inwoners die nu reclamefolders ontvangt, is van plan een ja/ja-sticker te nemen en zal de papieren folders blijven ontvangen. Een kwart wist het nog niet.

Mensen gaan ook na de komst van ja/ja-stickers op zoek naar aanbiedingen, denkt Reclamefolder.nl. Bijna de helft van de twintig grote folders, waaronder van Albert Heijn, Kruidvat en Blokker, wordt alleen nog op papier bekeken. Dat betekent tegelijkertijd dat iets meer dan de helft de folders (ook) online bekijkt. Het verlies aan mensen die een papieren folder lezen kunnen volgens het onderzoek grotendeels worden opgevangen door online mogelijkheden, al heeft die conclusie een groot 'wij van WC-Eend'-gehalte.

Reclamefolder.nl is niet het enige platform waar consumenten terecht kunnen om online folders te bekijken. Sterker, de folder van een Zeeman is helemaal niet via Reclamefolder.nl te vinden. De textielsupermarkt is een van de ruim zeventig retailers die zich bij het Retail Media Initiatief hebben aangesloten. Zij beschikken over een eigen folderapp en -website onder de naam AlleFolders, opgericht als antwoord op de afhankelijkheid van commerciële folderorganisaties. Toch werd de uitspraak van de rechter daar niet met gejuich ontvangen. Het Retail Media Initiatief is immers opgericht door en voor retailers, en heeft daarom oog voor de mogelijke omzetzijden voor de winkeliers. De digitale folder wordt daar niet als vervanger, maar als aanvulling op de papieren variant gezien. "Vooral voor de kleinere retailers onder ons wordt het lastiger om onder de aandacht te komen bij de consument", denkt initiatiefnemer Maarten van Deurzen.

Van Deurzen stelt dat communiceren via huis-aan-huisreclame steeds lastiger wordt, terwijl de kosten om de consument te bereiken vermoedelijk gaan oplopen. "Ook als ze zoeken naar digitale alternatieven zoals Facebook. Je moet er niet aan denken dat alle retailers nog meer tegen elkaar gaan opbieden op Google en Facebook." Verder stelt hij dat de termijn van invoering van de ja/ja-sticker in Amsterdam veel te kort is. "Het is onmogelijk om op deze korte termijn goed te schakelen. Het papier is al ingekocht en de folders liggen al bijna op de pers."

Tegelijkertijd betekent de omslag goed nieuws voor het digitale folderplatform, beaamt hij. "We zien nu al dat in Amsterdam, met een hoog percentage nee-stickers, de app AlleFolders relatief veel gebruikers heeft. Digitale verspreiding groeit dus het sterkst waar de papieren folder minder populair lijkt te worden." Omdat de leden van AlleFolders alleen vaste kosten betalen, vallen de kosten per gelezen folder steeds lager uit. "Dat is dan een meevaller in deze ontwikkeling", aldus Van Deurzen.

Geadresseerde folders

Een stuk positiever over de uitspraak van de rechter is het initiatief Kiesjefolders. Al werd ook oprichter Aldo Breed verrast door timing van de gemeente Amsterdam. "Ik had niet verwacht dat de ja/ja-sticker al zo snel ingevoerd zou worden. Maar dat het eraan zat te komen, hadden we natuurlijk wel door. Die dreiging was ook

een belangrijke reden om Kiesjefolders te beginnen.”

Met Kiesjefolders kunnen consumenten online hun eigen folderpakket samenstellen. Deelnemers bestaan uit huishoudens die al folders ontvingen, maar deels ook uit huishoudens die een anti-reclamesticker hebben of de folder onregelmatig ontvangen, legde partner HPG Group [al eens](#) uit. Het idee kent zijn oorsprong in Denemarken, waar een kwart van de huishoudens lid is van het vergelijkbare NejTak+.

In Nederland kent Kiesjefolders inmiddels 27 duizend deelnemers. Daarvan bevinden tienduizend huishoudens zich in Amsterdam, vertelt Breed. “Iedereen kan afzonderlijk zijn eigen pakket samenstellen. Ben je op zoek naar een keuken, dan kun je de folders van keukenverkopers selecteren. Heb je net een keuken gekocht, dan kun je online inloggen en aangeven dat je die uit het pakket wil verwijderen.” Het grote voordeel is dat de conversie per folder daardoor omhoog gaat, stelt hij. “Keukenverkopers verspreiden nu misschien wel duizend folders voor één hit. Dat aantal ligt bij ons veel lager. De kosten van een folder liggen met vijf cent per verspreide folder wellicht hoger dan gemiddeld, maar vallen daardoor relatief lager uit.”

Bovendien kunnen retailers zo profiteren van de kracht van papieren folders, stelt Breed. “Consumenten besteden gemiddeld zeventien minuten per week aan papieren folders. Bij online folders blijft dat vaak beperkt tot tientallen seconden.” Tegelijkertijd kunnen retailers ook waardevolle inzichten uit het folderbestand halen. Zo kunnen ze ontdekken of lezers al klant zijn van de retailer en welke lees- en doelgroepprofielen kiezen voor de geadresseerde folder, om de content daarop af te stemmen.

Ja-stickers

Ook Spotta ziet brood in het concept van Kiesjefolders. De folderverspreider heeft een tegenhanger gelanceerd onder de naam Folderkiezer en bezorgt het geadresseerde folderpakket inmiddels bij vierduizend huishoudens thuis. Maar ook de hoop op de ongeadresseerde folder is nog niet opgegeven. Direct na de uitspraak van de rechter ging branchevereniging MailDB van start met een campagne om Amsterdammers te stimuleren hun ‘brievenbus op groen te zetten’. Een groene ja-sticker wordt vanaf deze week verspreid via het folderpakket en is tevens gratis online aan te vragen. Bovendien zijn meer dan driehonderd winkels in Amsterdam voorzien van displays met gratis stickers. De folderstrijd lijkt na de rechtszaak pas echt los te barsten.

Nick Möller