

Ja/ja-sticker wekt verbazing: 'Folders liggen al bijna op de pers'

28-11-2017 13:07



Amsterdam voert op 1 januari de ja/ja-sticker in, waarmee inwoners kenbaar kunnen maken dat ze ongeadresseerd reclamedrukwerk willen ontvangen. Die timing valt verkeerd bij het folderplatform Retail Media Initiatief, waar zo'n zeventig retailers aan verbonden zijn. "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", aldus initiatiefnemer Maarten van Deurzen tegenover [RetailTrends](#).

De gemeente werd vorige week in het gelijkgesteld in een rechtszaak die door de folderbranche was aangespannen. Daardoor ontvangen inwoners straks geen ongeadresseerde folders meer, tenzij ze een ja/ja-sticker op hun brievenbus plakken.

Vooraf voor kleinere retailers wordt het volgens Van Deurzen lastiger om onder de aandacht te komen bij de consument. "De kosten om een consument te bereiken worden vermoedelijk hoger", stelt hij. Dat geldt volgens hem 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."

De invoering van de ja/ja-sticker kan tegelijkertijd positieve gevolgen hebben voor het digitale folderplatform AlleFolders van het Retail Media Initiatief. "Doordat de kosten voor AlleFolders voor de leden vast zijn, betekent meer gelezen folders dat de kosten per gelezen folder nog lager worden", aldus Van Deurzen. Ook het potentieel bereik neemt volgens hem toe.

Ook Kiesjefolders, waarmee consumenten online hun eigen – geadresseerde – folderpakket kunnen samenstellen, is verrast door de timing van de gemeente Amsterdam. Al zat de invoering van de ja/ja-sticker er volgens oprichter Aldo Breed al een tijdje aan te komen. “Die dreiging was ook een belangrijke reden om Kiesjefolders te beginnen.”

Lees meer over de strijd om de folder op [RetailTrends](#).