

Ja-sticker voor folders: zegen of doodsteek?

23-05-2022 15:31



De huis-aan-huis folders staan onder druk. Deze traditionele omzetmaker voor retailers is nog altijd populair bij de consument, maar inmiddels wel een punt van zorg. Bereiken we onze doelgroep nog wel voldoende nu de invoering van de ja-sticker versneld wordt doorgevoerd? In steden als Amsterdam, Rotterdam en Utrecht wordt vandaag de dag nog maar vijftien à twintig procent van de huishoudens bereikt met huis-aan-huisfolders En de kosten nemen alleen maar toe.

De papierprijzen zijn inmiddels *sky high* en er is een tekort aan papier. Daarnaast stijgen ook de kosten voor het bezorgen, en zijn bezorgers nauwelijks meer te vinden. Kortom, de ouderwetse, maar oh zo geliefde folder, is flink duurder geworden.

Het is dus zaak om kosten te besparen en effectief bereik te realiseren en daarmee tegelijkertijd de papieren folder te verduurzamen. En wat te denken van de digitale folder?

Hoe duurzaam wil je het hebben?

Folder-apps als Allefolders.nl en Reclamefolder.nl kennen inmiddels een miljoenenpubliek. En ook het gebruik van de apps en sites van de populaire retailers is flink toegenomen. Op en top duurzaam.

Toch worden er wekelijks voor de ruim 8 miljoen huishoudens die Nederland telt nog altijd liefst 5 miljoen

folderpakketten gemaakt voor verspreiding via de brievenbus. En om de fans van de papieren folder in de gemeentes met ja-sticker te bedienen worden bovendien steeds vaker papieren folders verspreid in de winkels. Veel consumenten houden nou eenmaal van de fysieke folder. Maar is die behoefte echt zo groot? En zit die consument wel op dat hele dikke pakket te wachten? Hier valt nog een hoop te besparen én te verduurzamen.

Invoering ja-sticker bespaart tonnen papier

In weerwil van de folderbranche hebben gemeenten het voortouw genomen om de folderstroom te verduurzamen en de ja-sticker ingevoerd. Inmiddels hebben dertig (met name grote) gemeentes de ja-sticker ingevoerd, waardoor circa 25 procent van de huishoudens nu valt onder het ja-sticker-regime. Bovendien hebben veel gemeenten aangegeven de ja-sticker de komende jaren te zullen invoeren. En dan gaat het hard. Want de gevolgen van de invoering van deze stickers zijn enorm.

Bij invoering van de ja-sticker in een gemeente wordt de benodigde oplage voor huis-aan-huisverspreiding direct door de branche met vijftig procent verlaagd. Blijkbaar werd er wekelijks een flinke overdosis aan papier verspreid die niet of nauwelijks door consumenten werd gewaardeerd. Als alle gemeenten over gaan op de ja-sticker zal volgens deze aanpak de wekelijkse oplage dan 2,7 miljoen worden. Hiermee is een grote 'verduurzamingsstap' gezet.

Uit onafhankelijk onderzoek, uitgevoerd in opdracht van vier ja-sticker-gemeenten, blijkt dat slechts op vijftien tot twintig procent van de brievenbussen een ja-sticker is geplakt. Bij een landelijke uitrol zou dat een maximaal bereik van 1,5 miljoen huishoudens betekenen. Opmerkelijk, want de branche schetst klaarblijkelijk een veel rooskleurig beeld van het bereik in ja-sticker-gemeenten. Een onbegrijpelijk groot verschil.

Nog een stap extra in verduurzaming en effectief bereik

Verspreiding van de huis-aan-huisfolders vindt ook plaats middels geadresseerde folderpakketten, verspreid via PostNL. Met name in de ja-sticker-gemeentes wordt daar veelvuldig gebruik van gemaakt. Hiermee wordt een aanvullend bereik behaald van dertig procent.

Papieren folderlezers weten door zich in te schrijven voor een geadresseerd folderpakket blijkbaar heel goed hoe zij aan voor hen relevante folders moeten komen. Ze kiezen simpelweg hun favoriete folders; de rest lezen ze toch niet.

Een geadresseerd folderpakket bevat gemiddeld ongeveer acht (favoriete) folders; een huis-aan-huispakket gemiddeld 25. Maar liefst zestig procent minder dus. In de praktijk worden veel folders vaak ongelezen bij het oud papier gedumpt. Dat wordt op deze manier voorkomen.

Door gebruik te maken van een geadresseerd tailormade folderpakket kan de consument dus ook zijn eigen folderbehoefte verder verduurzamen. En het voorkomt waste voor retailers. Klaarblijkelijk waren ze toch niet in hun folder geïnteresseerd.

Metamorfose van het folderlandschap

Door de versnelde groei van het aantal ja-sticker-gemeenten vindt er een grote metamorfose plaats van het folderlandschap. En het is van groot belang dat retailers hier rekening mee gaan houden. De bereiksofbouw van lezers van actiefolders in ja-sticker-gemeenten verschilt namelijk sterk met die van 'traditionele' folderpakket-gemeenten.

Huis-aan-huispakketten hebben nog slechts een bereik van, ruim genomen, twintig procent. In het verleden was dat gemiddeld zestig procent. De geadresseerde folderpakketten verhogen dit met dertig procent. Het online lezen van de actiefolders is in deze gemeenten ook hoger: achttien versus zeven procent.

Kortom, met de komst van de ja-sticker en het geadresseerde folderpakket komt er een einde aan het relatief dure bereik van te veel ongelezen, weggegooid actiefolders. En worden er nog altijd een paar miljoen fanatieke folderlezers optimaal bereikt.

Alleen maar winnaars

De consument vindt zijn eigen weg. Door een combinatie van de ja-sticker, het geadresseerd folderpakket, gebruik van online foldertools en sites/apps van de retailer is de consument nog steeds goed bereikbaar. Het is aan de retailer de juiste mix aan mogelijkheden gestructureerd in te zetten.

Uiteindelijk zal er een effectiever bereik gerealiseerd worden, flinke kosten worden bespaard en het folderlandschap verduurzamen. En welke retailer zit daar nou niet op te wachten?

Aldo Breed, oprichter Kiesjefolders