



Gemeente Amsterdam
College van Burgermeester en Wethouders
t.a.v. de heer A. Choho
d.t.v. mevrouw M. van der Horst
Amstel 1
1011 PN Amsterdam

Amstelveen, 13 augustus 2015

Betreft: afwijzing door adverterend bedrijfsleven van invoering JA|JA sticker

Geachte heer Choho,

De onderstaande organisaties:

1. KVGGO, Koninklijk Verbond van Grafische ondernemingen
2. PRN, Papier Recycling Nederland
3. VNP, Koninklijke Vereniging van Nederlandse Papier- en kartonfabrieken
4. Papierenkarton.nl
5. BVA, Bond van Adverteerders
6. RND, Raad Nederlandse Detailhandel
7. DDMA Business Groep Verspreiders
8. KHN, Koninklijke Horeca Nederland Regio Amsterdam
9. MKB-Amsterdam

vragen, nogmaals, uw aandacht voor het volgende.

APV

De Partij voor de Dieren (PvdD) heeft een concept Algemene Plaatselijke Verordening (APV) opgesteld voor de introductie van een JA|JA sticker. Met de concept-APV wil de PvdD de NEE|NEE sticker, waarmee burgers de bezorging van ongeadresseerd reclamedrukwerk en huis-aan-huisbladen kunnen afwijzen, vervangen door een Ja|Ja-variant. Een opt-in systeem in plaats van een opt-out systeem. De motivering die door de PvdD wordt gebruikt voor de invoering van een JA|JA sticker is ongenueanceerd, eenzijdig en wij zijn van mening op sommige bestanddelen zelfs onjuist. Brievenbusreclame zou verspilling zijn van grondstoffen, (zwerf)afval opleveren en een negatieve klimaatimpact hebben. Ook zou reclamedrukwerk ergernis oproepen. Door de introductie van een Ja|Ja sticker meent de PvdD het gebruik van digitale hulpmiddelen om reclamefolders te lezen te stimuleren. De concept-APV zal, naar wij begrepen hebben op 26 augustus 2015 worden besproken in de Commissie Infrastructuur en Duurzaamheid van de gemeente Amsterdam. Bovenstaande organisaties zijn gezamenlijk van mening dat in de concept-APV onvoldoende aandacht wordt besteed aan de economische en klimaat-impact van ongeadresseerd reclamedrukwerk en huis-aan-huisbladen voor burgers en adverterend (lokaal) bedrijfsleven noodzakelijk en vraaggericht is.



Economisch belang burger en bedrijf van reclamefolders

De maatschappelijke en economische waarde van papieren drukwerk is enorm. De reclamefolder is de motor van de economie. Retail zorgt voor veel inkomsten voor en beleving in gemeenten, maar heeft het moeilijk. Zonder folder minder inkomsten, minder traffic, zowel naar de fysieke winkels als winkels op internet. Online folderplatforms voorzien deels in een behoefte, maar bieden voornamelijk lang niet de (attentie)waarde, effectiviteit en bereik van de papierenfolder. Zonder papieren folder ontbreekt kennis over aanbiedingen en het bestaan van websites; dus zonder folder ook beduidend minder prijsvoordeel voor de burger. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat de reclamefolder daarbij hoog gewaardeerd wordt door de consument. Online folders worden voornamelijk gezien in het verlengde van de fysieke folder. De door de PvdD genoemde ergernis van de burger en kansen van digitale reclame behoeven een duidelijke nuancering, aangezien dat niet het gehele verhaal is.

De folder vormt een essentieel onderdeel voor winkelbedrijven (keten en lokaal) en webwinkels om hun producten of diensten aan te prijzen. Recent onderzoek (uitgevoerd door GfK – zie www.foldermonitor.nl) laat zien dat 49% van de consumenten regelmatig aankopen doet uit de folder. 29% van de retailomzet is direct afhankelijk van ongeadresseerd reclamedrukwerk. Het bereik van de folder is 85%. Het omzetten van het huidige opt-out systeem met NEE|NEE en NEE|JA stickers naar een opt-in systeem met JA|JA sticker zal grote economische gevolgen hebben voor het adverterend (lokale) bedrijfsleven in Amsterdam. Op dit moment fungeert een brievenbus zonder sticker als een JA|JA aanduiding. Het is overigens onduidelijk wat de PvdD wil met de Nee|Ja sticker. Indien zij deze sticker wil handhaven, zullen de huis-aan-huisbladen oneigenlijk bevoordeeld worden ten opzichte van ongeadresseerd reclamedrukwerk. In Amsterdam geldt dat van iedere 5 geplakte stickers er 3 NEE|NEE en 2 NEE|JA zijn.

Verspilling van reclamefolders voorkomen

Worden ongeadresseerd reclamedrukwerk en huis-aan-huisbladen niet gelezen dan wel gezien, dan betekent dat, dat onnodig kosten zijn gemaakt en grondstoffen zijn aangewend. Dat moet te allen tijde vanuit milieu- en economisch oogpunt worden voorkomen. De samenwerkende keten van uitgevers, adverteerders, papierproducenten, grafische industrie, verspreiders en oudpapier ondernemingen heeft niet alleen belang bij het voorkomen van verspilling, er wordt op dit vlak al veel actie ondernomen. Lopende initiatieven bewijzen dagelijks hun waarde: van de NEE|NEE en NEE|JA stickers tot de ongekend hoge recyclingpercentages die in Nederland worden gerealiseerd. De grondstof van ongeadresseerd reclamedrukwerk en huis-aan-huisbladen, papier, speelt daarbij een voorname rol.

De juiste folder op de juiste plek

De voortschrijdende techniek maakt het mogelijk dat verspreiders voor adverteerders gericht binnen geselecteerde doelgroepen kunnen verspreiden. Zo komt de gewenste boodschap bij de juiste persoon. Dit leidt vaak tot een verkleining van de verspreidgebieden en verlaging van de oplage, een verhoging van de effectiviteit van het medium mede door een beperking van de hoeveelheid grondstoffen.



De sticker en zelfregulering

In het kader van preventie en materiaalgebruik organiseren en financieren de verspreiders van de folders al sinds 1976 een vorm van een brievenbussticker. De huidige NEE|NEE en NEE|JA stickers dateren uit 1992/1993. Met deze, sinds dat moment, succesvolle vorm van zelfregulering heeft de burger de mogelijkheid om zelf te beslissen of hij wel of geen reclamedrukwerk en/of huis aan huis bladen wenst te ontvangen. Met de stickers wordt een landelijk uniform beleid van gemeentes en naleving door verspreiders gewaarborgd. De sticker is goed ingeburgerd en wordt gratis verspreid via de gemeente en kan, tegen betaling worden besteld via www.neeneeneja.nl. Jaarlijks wordt er door de branchevereniging van verspreiders één miljoen NEE|NEE en NEE|JA stickers en beschikbaar gesteld aan gemeenten. In Nederland zijn één miljoen brievenbussen voorzien van een NEE|NEE of NEE|JA sticker. Het landelijk gemiddelde percentage is 23,3%, in Amsterdam is dit percentage ruim boven de 45%. Zelfregulering werkt ook zonder APV. De burger is prima in staat zelf verspilling te voorkomen door een sticker te plakken. De burger die wel folders wenst, ontvangt deze en brengt ze na gebruik naar de papierbak voor hergebruik.

Papier

Papier is een natuurproduct. Het wordt duurzaam geproduceerd met een hernieuwbare grondstof: hout en/of oud papier. Mede door toedoen van de industrie is het bosoppervlak in Europa in de afgelopen 50 jaar met 30% toegenomen. In Nederland is nauwelijks papier verkrijgbaar zonder FSC-/PEFC-keurmerk. Dat betekent dat voor iedere voor de papierproductie gebruikte boom minstens één nieuwe boom wordt geplant. Die bomen zijn hard nodig. Zij leveren een positieve bijdrage aan de reductie van het CO₂-probleem. Daarnaast vormen ongeadresseerd reclamedrukwerk en huis-aan-huisbladen voedsel voor nieuwe folders, kranten en verpakkingen. De Nederlandse papier- en kartonketen heeft een goedwerkend zelfreguleringsinstrument voor de recycling van papier en karton. 85% van het op de markt gebrachte papier en karton wordt hergebruikt. Ruim 80% van het in Nederland gebruikte papier en karton bestaat uit oudpapier. Daarbij komt, oudpapier is een waardevolle grondstof. Met de inzameling ervan genereren gemeenten veel inkomsten. De door de PvdD genoemde verspilling van grondstoffen verdient nuancering. De PvdD roept een eenzijdig en ongenueanceerd beeld op. Dit wordt versterkt door het gemak waarmee de enorme footprint van digitalisering expliciet niet wordt genoemd. Als de folder verdwijnt en wordt vervangen door digitale middelen is dat goed voor het milieu volgens de PvdD. Echter, de ICT-sector is in 2013 de luchtvaartindustrie ruimschoots voorbij geschoten qua CO₂-footprint. De explosieve groei van dataverkeer en –opslag zijn hiervan de hoofdoorzaak. Diverse onderzoeken tonen inmiddels aan dat, nog los van de hernieuwbaarheid van hout en recycling van papier, digitale media niet per definitie duurzamer zijn.

Conclusie

Met de PvdD zijn de organisaties het eens dat verspilling niet goed is. Het voorkomen van materiaalverspilling wordt dan ook door hele keten ter hand genomen, rekening houdend met de belangen van alle betrokkenen, waaronder die van burger en adverterend bedrijf. Voor de offline en online retail is ongeadresseerd reclamedrukwerk noodzakelijk om winkelbezoek te stimuleren en te verleiden tot aankoop. Burgers hebben al 23 jaar lang een instrument dat door de branche actief wordt gepromoot en nageleefd: de NEE|NEE en NEE|JA stickers. Deze voorkomt dat er ongeadresseerd reclamedrukwerk wordt bezorgd in de brievenbus. Klachten ten aanzien van



bezorging worden door de verspreiders serieus ter hand genomen. Het aantal klachten is zeer beperkt; verspreiders houden zich aan deze vorm van zelfregulering.

Bovengenoemde partijen zijn ervan overtuigd dat de concept APV van de PvdD schadelijk is voor het Amsterdamse bedrijfsleven, dat deze de mondige burger niet serieus neemt en dat deze afbreuk zal doen aan een bewezen vorm van zelfregulering, en belangrijker, niet of nauwelijks effect zal sorteren op de punten waar het de PvdD om te doen is.

Vertegenwoordigers van genoemde partijen zijn vanzelfsprekend beschikbaar om deze brief nader toe te lichten. In ieder geval zal in de weken voorafgaand aan de vergadering van de Commissie Infrastructuur en Duurzaamheid door ns contact met u worden opgenomen. Heeft u andere vragen of wilt u een afspraak maken voor een nadere toelichting dan kunt u contact opnemen met mr A.J.J.T. Singewald, 0297 369 767.

Met vriendelijke groeten,

mr A.J.J.T. Singewald

Bestuurder MailDB



Namens KVGO

Drs. F.J. Bakkes, Directeur

Namens PRN

G. van Oosterum, Directeur

Namens VNP

Ir. G.J. Koopman, Directeur

Namens Papierkarton.nl.

Mr. E.C.W. Timmermans, Directeur

Namens BVA

Drs. O.J.W. Croon, Directeur

Namens RND

E.H.A.J. Peters, Directeur

Namens DDMA BGV

Drs. S.M.L. van den Eijnden, Voorzitter

Namens KHN Regio Amsterdam

T. Poppes, Voorzitter

Namens MKB-Amsterdam

B. Drenth, Voorzitter