

Alleen in Amsterdam-Osdorp gaat de folder nog in de bus

Dit weekeinde in de brievenbus in Amsterdam: City Amsterdam, een reclamefolder vermomd als huis-aan-huiskrant. Geproduceerd door het bedrijf van voormalig Telegraaf-hoofdredacteur Sjuul Paradijs, in opdracht van Koninklijke Drukkerij Em. de Jong uit Baarle-Nassau.



Bezorger Jan met de City, een nieuwe huis-aan-huiskrant met reclamefolders. Foto: Eimer van der Marel voor Het Financieele Dagblad

Drukwerk is al jaren op zijn retour ten faveure van online communicatie. De introductie van City Amsterdam heeft dan ook een bijzondere reden. Als enige gemeente in Nederland voerde Amsterdam begin dit jaar de ja/ja-sticker in voor reclamdrukwerk. Zo moet de burger expliciet aangeven dat hij reclamdrukwerk wenst. Sindsdien hebben grote folderaars als Dirk van den Broek, Blokker en Kruidvat er weinig meer te zoeken met hun wekelijkse reclamdrukwerk.

'Voor Amsterdam drukten we iedere week 25 tot dertig folders in een oplage van honderduizend tot 120.000 per week', becijfert initiatiefnemer Bert Geefshuijsen, commercieel directeur van Em. de Jong. Dergelijke aantallen zitten er sinds januari niet meer in. 'Die ja/ja-sticker kost ons miljoenen, het is een enorme schadepest.'

En ook voor folderende winkeliers is de ingreep een hard gelag. Alle verhalen over e-commerce en internet ten spijt, menig Nederlander kijkt nog in de folder voordat hij op jacht gaat naar koopjes. 'Het wel of niet uitbrengen, scheelt volgens sommige onderzoeken 25% van de weekomzet in winkels', weet directeur Eus Peters van de Raad Nederlandse Detailhandel.

Sticker afhalen bij het stadsloket

De Amsterdammer die nog een folder in de bus wil, moet zijn best doen. Bij een zogeheten stadsloket kan hij een (gratis) ja/ja-sticker afhalen. Of hij moet hem bij een commerciële aanbieder kopen op internet. Uit onderzoek in opdracht van de gemeente blijkt dat zo'n sticker op één van de zeven brievenbussen is geplakt. De koopjesjagers wonen in Osdorp; meer dan 30% zegt daar ja/ja tegen reclame in de bus. Het chique Oud-Zuid scoort laag met 5%.

Voor een huis-aan-huisblad heeft de invoering van de ja/ja-sticker geen gevolgen. Het nieuwe stadsblad City zou door zijn (beperkte) hoeveelheid redactionele kopij voor zo'n huis-aan-huisblad mogen doorgaan; de initiatiefnemers hebben dit zelf grondig laten onderzoeken. Zo denken zij een oplossing te hebben gevonden om de commerciële boodschap alsnog in de Amsterdamse brievenbus te duwen.

De ingreep die zou moeten leiden tot minder papierverkwisting komt uit de koker van Johnas van Lammeren. Het raadslid van de Partij van de Dieren kreeg steun van een meerderheid in de gemeenteraad. En niet onbelangrijk, volgens hetzelfde gemeentelijke onderzoek steunt maar liefst 84% van de ondervraagde Amsterdammers de invoering van de nieuwe brievenbussticker.

Van Lammeren reageerde daarom ook geërgerd op City Amsterdam, dat zijn initiatief doorkruist. 'Het lijkt erop dat hier wordt geprobeerd om op slinkse wijze het folderverbod te omzeilen', zei hij vorige week in Het Parool. 'Wellicht moeten we kijken of we de verordening kunnen aanscherpen. Ik snap niet dat de branche tegen de wens van politiek en publiek ingaat om verspilling tegen te gaan.'

Maar Peters van de Raad Nederlandse Detailhandel zegt de actie wel te begrijpen. 'Dat is het mooie van ondernemerschap. Zoek maar de grens op en misschien vind je een gat in de markt.'

Papier in de vuilnisbak

Met de drukkers dringt hij aan op een betere inzameling van oud papier. Amsterdam blijft ver achter bij het landelijke gemiddelde; grofweg wordt landelijk driekwart van het oud papier ingezameld en grotendeels gerecycled. Amsterdammers gooien hun oude kranten, folders en karton nog altijd massaal (62%) in de afvalbak.

Voor de makers van City Amsterdam is dat aanleiding om direct een special uit te brengen over duurzaamheid en papier. Amsterdammers krijgen daarin onder het motto 'Het is zo logisch! Kleine moeite...' de oproep de papierbak meer te gebruiken.

Ook de grafische ondernemers, verenigd in het KVGGO, geven het gevecht nog niet op. Een rechtszaak om de maatregel ongedaan te maken ging eind vorig jaar verloren, maar de herkansing volgt dit najaar in een hoger beroep bij het Gerechtshof. Een klein succesje was er bij de Reclame Code Commissie. Die oordeelde vorige maand dat Amsterdam ten onterechte claimt dat de ja/ja-sticker de kap van zesduizend bomen zou voorkomen.

Er staat veel op het spel voor de drukkers. Na Amsterdam heeft de gemeenteraad van Haarlem zich al bij motie uitgesproken om de ja/ja-sticker eveneens in te voeren. En ook grote steden als Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Arnhem en Nijmegen lijken reclamefolders te willen ontmoedigen. 'Je hoort dat nog meer gemeenten erover nadenken', zegt Wolfgang Gielissen van het KVGGO. 'GroenLinks heeft her en der winst geboekt tijdens de gemeenteraadsverkiezingen. Het zal me niks verbazen als het onderwerp hoger op de agenda staat.'

'Autoritair beleid'

Peters van de Raad Nederlandse Detailhandel vindt het jammer dat de zaken in Amsterdam zo op de spits zijn gedreven. 'Ze hadden daar ook met betrokkenen om de tafel kunnen zitten. Dat is niet gebeurd.'

Dat er ook reclamefolders op internet staan, zoals op de websites van Folderz, Reclamefolder.nl en Spotta, doet hier niets aan af.

Volgens Peters loopt Amsterdam te snel op de ontwikkelingen vooruit. De winkelbedrijven zijn nog lang niet zo ver dat ze hun klanten alleen nog maar online op maat kunnen bereiken. 'Uiteindelijk gaat dat zeker gebeuren, maar het is nu nog een rommelige periode.'



Foto: Elmer van der Marel voor Het Financieele Dagblad

Geefshuijsen van drukkerij Em. de Jong drukt zich minder omfloerst uit. 'Het is autoritair beleid van de gemeente, ze hebben helemaal niet overlegd.' Maar de ja/ja-sticker om wel reclame in de bus te hebben ontvangen, zijn toch kosteloos en makkelijk verkrijgbaar bij alle zeven stadsloketten? Geefshuijsen met een diepe zucht: 'Niemand in Amsterdam weet waar je zo'n sticker moet halen.'

Volgen via mijn nieuws

Advertenties [+ Volgen](#)

Amsterdam [+ Volgen](#)

Drukkerij [+ Volgen](#)

Duurzaamheid [+ Volgen](#)

Advertentie

9 beleggingsfouten die u in 2018 moet voorkomen

Vorkom dure beleggingsfouten en download nu het waardevolle rapport: "Negen manieren om beleggingsfouten te voorkomen". Van het bedrijf van vermogensbeheerder Ken Fisher. Als u een vrij belegbaar vermogen heeft vanaf € 350.000 moet u dit echt lezen.

Vraag direct aan!

FISHER INVESTMENTS NEDERLAND*

Advertentie

Proefabonnement op FD Totaal



6 weken voor €18, stopt automatisch

probeer het nu >

Laatste nieuws

12:40 Bestuurder aanrijding Pinkpop aangehouden

12:21 Virgin verkoopt vaak, maar laat niet altijd los

12:15 Opnieuw forse winst voor PostNL op lager Damrak

12:11 'We kunnen leven van de vorderingen, maar we rijden er niet van in een Lamborghini'

Lees al het laatste nieuws

'Dat is het mooie van ondernemerschap. Zoek maar de grens op en misschien vind je een gat in de markt.'

• Eus Peters, Raad Nederlandse Detailhandel, over City Amsterdam



Adviseur online marketing

PvdD-raadslid Johnas van Lammeren is verkozen tot beste raadslid van Nederland en tevens business unit manager bij DTG, voorheen bekend als De Telefoongids. Met zijn succesvolle initiatief om het reclamdrukwerk te ontmoedigen verwierf hij landelijke bekendheid. Maar er klinkt ook gemor. De afgelopen jaren is DTG getransformeerd tot een adviesbureau dat mkb'ers helpt bij online communicatie. De strijd tegen de reclamefolder zou daarmee in een ander daglicht komen te staan.

Arno Korsten, emeritus hoogleraar bestuurskunde, is geneigd het raadslid het voordeel van de twijfel te gunnen. De bestuurskundige wijst erop dat het hebben van expertise - in dit geval over marketing - ook als winstpunt kan worden gezien. Zolang het maar op een transparante manier gebeurt en het privébelang niet specifiek in het geding is, voert hij aan. 'Voor de voorzitter van de enige voetbalclub in het dorp ligt het bijvoorbeeld minder voor de hand om in de raad over voetbalzaken het woord te voeren, dan bij een voorzitter annex raadslid in een stad met 120 clubs.'

Korsten ziet een tendens dat we in Nederland 'fobisch' doen over alles wat neigt naar belangenverstrengeling. In veel andere landen in Europa is men wat rekkelijker. 'Straks mag ik als eigenaar van een tuin al niks meer zeggen over het klimaat.'

Van Lammeren was afgelopen week onbereikbaar voor commentaar.

62%

Amsterdammers kiepen bijna twee derde van het oud papier en karton in de vuilnisbak.