



Gemeente Dronten
t.a.v. raadsleden en wethouders

Utrecht, 24 juni 2021

Onderwerp: Overwegingen huis-aan-huis reclamefolders

Geachte raadsleden en wethouders,

Met dit schrijven willen wij u vragen een aantal feiten en overwegingen mee te laten wegen in lopende discussies binnen de Gemeenteraad Dronten omtrent huis-aan-huis folders. In het belang voor consumenten, lokale ondernemers (incl. lokale franchisenemers van bekende retailketens) uit Dronten - en in het belang van het milieu en de leefomgeving in Dronten.

Wij hechten er aan u persoonlijk te informeren over punten die in eerdere gemeentelijke discussies mogelijk niet of onvoldoende ter tafel zijn gekomen. Of terzijde zijn gelegd. Dat doen wij als collectief van belanghebbenden: als Spotta verzorgen wij al 70 jaar drukwerk zoals folders, brieven, brochures, weekkranten, kieslijsten etc. in Nederland - met op dit moment 400 vaste medewerkers en meer dan 21.000 bezorgers in heel Nederland. In Dronten alleen al bieden wij voor ruim 62 bezorgers voor hen belangrijke bijverdienste of zelfs inkomen. Meer dan 860 lokale ondernemers en franchisenemers uit Dronten bereiken jaarlijks meer dan 76% van de inwoners van Dronten met hun informatie over aanbiedingen, evenementen en diensten. Informatie die de ondernemers helpt een impuls te geven aan hun omzet en meer bezoek aan de winkelstraat. En informatie die veel consumenten helpt bij hun boodschappen en uitgaven voor het huishouden.

En daar ligt een eerste kernpunt dat een plek in de discussie verdient: voor de meerderheid van de Nederlandse huishoudens zijn aanbiedingen erg belangrijk en de papieren reclamefolder speelt een primaire rol in de informatievoorziening rondom aanbiedingen. Dit scheelt een huishouden zomaar 30 tot 40 euro per week. Vandaar ook dat 84% van de Nederlandse consumenten, die folders willen ontvangen, de huis-aan-huis reclamefolders ook echt leest en gebruikt. En daarna netjes in de papierbak doet: maar liefst 97% van de Nederlandse consumenten – en dus ook van de Drontender, gooit de reclamefolders netjes in de papierbak. Ook als men de folders niet gelezen heeft. *bron: Milieu Centraal, maart 2020

Toch is juist dit punt, afvalvermindering, de voornaamste reden waarom de huis-aan-huis-folder ter discussie staat. Dat is enerzijds begrijpelijk. Wekelijks ontvangt ieder huishouden ongeveer 25 folders en gooit deze netjes in de papierbak. Op jaarbasis is dat zo'n 30 kilo papierafval. En papierafval kan zo'n 7x recyclet worden. Een besparing op papierafval, ook door drukwerk, zou dan ook kunnen helpen. Een opt-in systeem, waarbij burgers middels een JA-sticker expliciet moeten aangeven wel folders te blijven ontvangen zou hier verandering in moeten brengen.

Het risico bestaat dat dit slechts op papier werkt. Allereerst wil 87% van de mensen die nu geen sticker hebben, de reclamefolders wél blijven ontvangen. 13% wil dat niet. Een flink deel van de consumenten is daarbij bezorgd over de moeite die het hen zal kosten om zo'n sticker



te moeten verkrijgen en vinden een sticker op hun brievenbus geen fijne oplossing. In de praktijk zien wij ook dat ondernemers eigen manieren vinden om geadresseerd reclamefolders bij de consument te brengen of in huis-aan-huisbladen of nieuwe initiatieven als City te adverteren – consumenten stellen hier ook prijs op. De papierdruk neemt dan ook niet persé af. En we weten dat landelijk 89% van de bevolking papier netjes scheidt. Terwijl dat aanmerkelijk hoger is bij de reclamefolder: 97% gooit de folders in de papierbak. Daarmee zou de hoeveelheid afval niet zozeer afnemen, maar het recyclegedrag wel. *bron: Milieu Centraal, maart 2020

Effect op het milieu is meer te verwachten van innovaties en nieuwe, aanvullende manieren om de Nederlandse consument te informeren en de lokale ondernemers hun aanbiedingen te kunnen laten bekend maken. Op dit moment bevinden we ons in een overgangsfase: ouderen kunnen nog niet allemaal eenvoudig omgaan met digitale varianten van de reclamefolder of aanbiedingen; gezinnen en jongeren experimenteren al met een persoonlijk samengesteld folderpakket: inmiddels maken zo'n 120.000 mensen gebruik van initiatieven als kiesjefolder.nl en folderkiezer.nl. Dat is pas net begonnen. Maar op dit moment is de overgang naar persoonlijke en 'slimme' vormen in de maak. Waarbij consumenten middels een 'digitaal folderfilter' zelf kunnen aangeven of zij reclamefolders in de bus willen ontvangen; en van welke ondernemers; en in welke periode (denk aan Feestdagen, Back-to-School, Vakantie, maar ook Verhuizing, Samenwonen, Gezinsuitbreiding etc.).

Wij vragen u hierin samen op te trekken. Samen met ondernemers, consumenten, adverteerders en beleidsmakers - om in de loop van 2021 nieuwe pilots te kunnen doen. En zo ervaring op te doen hoe we consumenten kunnen blijven informeren over voor hen zo belangrijke aanbiedingen; ondernemers de mogelijkheid blijven bieden hun klanten te bereiken om voor hen zo belangrijke omzet en klantrelatie te kunnen blijven onderhouden; en een slim en blijvend effect te kunnen realiseren op het gericht en intelligent verminderen van papierafval door bezorging uit en aan te kunnen zetten, wanneer en hoe de consument dit wil. Zonder het kind met het badwater weg te gooien.

Niemand weet exact hoe de toekomst er uit gaat zien. De reclame-uitingen uit 1952 zagen er heel anders uit dan de mogelijkheden die 2022 zal bieden. Maar door samen te werken aan nieuwe vormen, kunnen we de jongere en de oudere burger, de Drontenaar ondernemer en bezorger; én leefomgeving en afvalvermindering gezamenlijk een dienst bewijzen. In een bewuste balans.

Wij vragen daarvoor uw steun – en zijn gaarne tot een persoonlijke toelichting bereid.



Folders en weekkranten belangrijke feiten en cijfers

Folders worden in Nederland veel gelezen, hoog gewaardeerd en spelen primaire rol in de lokale informatievoorziening en aanbiedingen.



11,3 miljoen mensen bekijken papieren folders.



77% gebruikt folders om op de hoogte te zijn van aanbiedingen.



90% komt naar aanleiding van een folder in actie.



Folders bepalen bij **43%** het boodschappenlijstje.



Gewaardeerd en belangrijk voor consument

91% van de consumenten leest wel eens folders. **63%** leest bijna **elke week** folders.

Voor bijna **40%** zijn folders **bepalend** voor waar men de boodschappen doet. **30% bezoekt** naar aanleiding van folders **winkels** waar men anders niet zou komen.

22% van de lezers leest folders omdat men de **aanbiedingen** nodig heeft om rond te kunnen komen. **Gemiddelde besparing ruim 12 Euro per week.**

87% van de lezers van folders koopt regelmatig producten uit folders die in de aanbieding zijn.

Relevant en onderscheidend voor lokale ondernemer

29% van de omzet in winkels is direct afhankelijk van folders.

Volgens **70%** van de consumenten **zijn folders belangrijk** voor winkeliers om klanten op **nieuwe ideeën** te brengen, om **nieuwe klanten** te werven, om zich te **onderscheiden** van andere winkels en om mensen naar het **winkelcentrum** of naar de **binnenstad** te laten gaan.

Meer dan de helft van de lezers van folders bezoekt regelmatig of zeer vaak een **winkel** of **website** naar aanleiding van iets dat in een folder is gelezen.

Gemeente Dronten



62 bezorgers

Meer dan **860** lokale ondernemers en franchisenemers uit Dronten bereiken jaarlijks ruim 3 van de 4 huishoudens met hun informatie over aanbiedingen, evenementen en diensten.

Bijdrage aan de sociale samenhang

Lokale informatievoorziening zorgt voor **sociale samenhang op buurt- en wijkniveau**, **behoud van florierende winkelstraat** en **voorkomt winkelleegstand**.

Hergebruik van folders

97% biedt folders aan bij het oud papier voor **recycling**.

Folders worden **7x gerecycled**, aantal kilo's daalt jaarlijks.

Minder folders door keuzevrijheid voor iedere consument

Minder folders door zelf-regulering opt-out systeem, **nee/ja** en **nee/nee stickers**, **gepersonaliseerd folderpakket** en **digitalisering**.

Inmiddels maken zo'n **150.000 mensen** gebruik van **gepersonaliseerd folderpakketten** als **folderkiezer.nl** en **kiesjefolder.nl**.

Consumenten en **adverteerders** krijgen de tijd mee te doen aan **digitale transitie**.

Meer persoonlijke en **'slimme' digitale vormen** zijn in de maak om o.a. ontvangst naar wens gedurende het jaar aan en uit te zetten.

Door intensieve samenwerking beperking milieu-impact: van 24% naar 34% stickers



Intensiveren NEE|NEE of NEE|JA sticker leidt tot **veel milieuwinst** - in o.a. Alphen aan de Rijn, Ede en Horst aan de Maas.



De **branche** levert en verspreidt **gratis** stickers en ziet toe op, en betaalt, de **handhaving** en **naleving** door bezorgers.

Uit onderzoek blijkt dat **13%** van de **huidige folder ontvangers** alsnog een sticker wil plakken op de brievenbus. Door **intensiveren opt-out systeem** heeft **Dronten** potentiële groei van **24% naar 34% stickers**.

24% van de huishoudens in Dronten hebben een sticker.

Over Spotta

Spotta verzorgt al 70 jaar de verspreiding van drukwerk zoals folders, brieven, brochures en weekkranten in Nederland

400 vaste medewerkers



Meer dan **21.000** bezorgers in heel Nederland

Bezorgen wekelijks aan **5,2 mln.** huishoudens

