

Gemeente Amsterdam  
Aan de burgemeester en raadsleden van  
de Gemeenteraad Amsterdam  
Postbus 202  
1000 AE Amsterdam

Onderwerp  
JaJa sticker

Den Haag  
11 april 2016

Briefnummer  
16/10.497/RvdB/jdb

Geachte dames en heren,

Graag vraagt MKB-Nederland uw aandacht voor de gevolgen van het initiatief om een JA|JA sticker in te voeren, specifiek voor Amsterdam. Uiteraard begrijpen wij dat een simpele maatregel als het verplichten van een JA|JA sticker aantrekkelijk is, maar dat laat onverlet dat het belangrijk is de kosten en baten goed in kaart te brengen. Los van het nogal rooskleurige beeld dat geschetst wordt over de milieubaten in de bestuurlijke reactie, is het vooral de economische impact die ons ernstig zorgen baart. Zoals bekend staan winkeliers voor grote uitdagingen; een constructieve houding van de gemeente zou juist nu op zijn plaats zijn.

Nog altijd is de papieren folder een van de meest effectieve marketinginstrumenten van winkels. Ook de digitale folder is in opmars, maar het zal nog jaren duren voordat die de papieren variant kan evenaren in bereikcijfers. Uit een GfK-onderzoek van december 2015 naar het gebruik van de folder in Amsterdam blijkt dat bij 40% van de Amsterdammers het boodschappenlijstje wordt bepaald door folders, in bijzonder bij de lagere inkomens. Maar liefst 35% van alle Amsterdammers bezoekt een winkel naar aanleiding van de folder. De folder is in Amsterdam dus zeer effectief, zeker als men bedenkt dat bijna de helft van de Amsterdammers een NEE-sticker op deur heeft.

De mensen die nu geen sticker hebben, gaan straks niet en masse een JA|JA sticker op de deur plakken; daarbij speelt onverschilligheid een grote rol.

Omdat klanten vervolgens niet bereikt kunnen worden met aantrekkelijke aanbiedingen, gaat deze maatregel winkels simpelweg inkomsten kosten. Dat winkels het heel moeilijk hebben, is bekend, en daar gaan dan ook de ontslagen vallen.

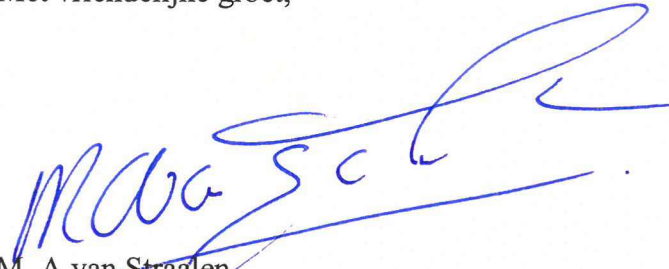
Dit gaat een andere manier van adverteren niet oplossen omdat veel klanten niet op een andere manier bereikbaar zijn. Welke kanalen heeft een mkb-er dan nog? Denkbaar is dat de huis-aan-huis bladen twee tot drie keer zo dik worden door extra advertenties, waarmee een substantieel deel van de ingecalculerde milieubaten teniet gedaan worden, en de leesbaarheid van deze nieuwsbladen afneemt.

*MKB-Nederland vindt dat het besluit over de JA|JA sticker moet worden uitgesteld om de onderstaande redenen:*

- De economische impact is niet in kaart gebracht. Dat dit besluit ten koste gaat van werkgelegenheid is echter zeer waarschijnlijk.
- Er is niet met de branche overlegd over alternatieve maatregelen met een positief effect op milieu (NEE-sticker meesturen met folders / promotie voor recycling et cetera).
- In Amsterdam hebben twee keer zoveel mensen een sticker tegen ongeadresseerd reclamewerk op hun brievenbus als in de rest van Nederland. De sticker NEE|NEE / JA|NEE is dus al buitengewoon succesvol in Amsterdam. De mensen zonder NEE|NEE sticker krijgen straks extra dikke huis-aan-huisbladen in de bus (volgestouwd met advertenties), waardoor het ingecalculerde milieueffect afneemt.
- Het besluit dwingt winkeliers tot duurdere of minder effectieve reclamemethoden, zoals via geadresseerde post of reclame in huis-aan-huisbladen. Dat benadeelt juist het minder kapitaalkrachtige mkb.
- De digitale folder is bezig aan een stevige opmars, dus het ‘probleem’ lost zich op de middellange termijn vanzelf op. Dat neemt niet weg dat de maatregel nu te vroeg komt en niet zonder substantiële economische schade voor een grote groep ondernemers in Amsterdam kan worden ingevoerd.
- Voor de bedrijven die een groter werkgebied hebben dan de gemeente is een apart beleid van Amsterdam onwerkbaar; straks heeft elke gemeente een eigen stelsel voor de verspreiding van folders.
- Uitstel maakt het bovendien mogelijk om onderzoek te doen naar een aantal juridische punten. Te denken is aan de vraag of de gemeenteraad bevoegd is, het gelijkheidsbeginsel (politieke folders mogen wel) en de handhaafbaarheid, nu de Reclame Code Commissie heeft aangegeven niet achter het voorstel te staan en niet zal overgaan tot handhaving in Amsterdam.

Duidelijk mag zijn dat dit ingrijpende besluit voor winkeliers en het mkb een gedegen onderzoek vereist naar effecten en alternatieven. Nu dat nog onvoldoende heeft plaatsgevonden doet MKB-Nederland een dringend beroep op u om het besluit over de JA|JA sticker uit te stellen, de gevolgen goed in kaart te brengen en met het bedrijfsleven om de tafel te gaan.

Met vriendelijke groet,



M. A. van Straalen