



**Gemeente
Haarlem**

12 februari 2019

DIA

Wieneke Ruysenaars

In opdracht van de Gemeente
Haarlem, afdeling
Beheer en Beleid Openbare
Ruimte

JA	Wel ongeadresseerd reclamedrukwerk		Wel huis aan huis bladen	JA
-----------	--	--	--------------------------------	-----------

NEE	géén ongeadresseerd reclamedrukwerk		NEE	géén huis-aan-huis bladen
------------	---	--	------------	---------------------------------

NEE	Géén ongeadresseerd reclamedrukwerk		JA	Wel Huis aan Huis bladen
------------	---	--	-----------	--------------------------------

**Brievenbusstickers
reclamedrukwerk
DigiPanel onderzoek Haarlem**

Introductie en samenvatting

Achtergrond van het onderzoek

De gemeente Haarlem is voornemens om een ja-ja sticker te introduceren voor het ontvangen van folders en huis-aan-huis post.

Doel is om de duurzame keuze makkelijker te maken: geen sticker op de deur betekent in deze situatie geen reclamefolders meer. Huis-aan-huis bladen ontvangt men dan nog wel. Personen die wel reclamefolders willen ontvangen, kunnen een ja-ja sticker verkrijgen. Bezorgers doen reclamefolders dan alleen nog maar bij woningen met een ja-ja sticker in de brievenbus. De huidige nee-ja en nee-nee stickers blijven hun geldigheid behouden.

Om inzicht te krijgen in de wijze waarop bewoners van Haarlem aankijken tegen het idee om alleen reclamefolders te bezorgen bij brievenbussen met een ja-ja sticker, is in opdracht van de afdeling Beheer en Beleid Openbare Ruimte onderzoek uitgevoerd onder leden van het DigiPanel Haarlem.

Methode en respons

Het onderzoek vond plaats van 14 tot en met 27 januari 2019. Er zijn 2.989 leden van het DigiPanel uitgenodigd voor deelname, waarvan 1.806 de vragenlijst volledig hebben ingevuld. De respons bedraagt hiermee 60%.

Samenvatting

Van de ondervraagde panelleden maakt 27% gebruik van een nee-nee brievenbussticker. Dit aandeel is iets groter dan dat van de nee-ja variant die door 23% wordt gebruikt.

De helft van de ondervraagde panelleden gebruikt *geen* brievenbussticker en ontvangt derhalve reclamefolders in de brievenbus.

- Bijna twee derde (62%) van de ontvangers maakt veel gebruik van de reclamefolders en geeft aan deze altijd of vaak te lezen.
- Een vijfde van de ontvangers leest de reclamefolders zelden of nooit. In veruit de meeste (74%) van deze gevallen worden de folders ook door de andere leden van het huishouden zelden tot nooit gelezen.
- Iets meer dan de helft (56%) van de ontvangers zou de reclamefolders missen als deze niet meer door de bus zouden komen. Een derde (32%) zou de folders niet missen.
- Ongeveer twee op de vijf (42%) ontvangers van reclamefolders verwacht een ja-ja sticker te gaan gebruiken om de folders te blijven ontvangen.

Bijna driekwart (72%) van alle ondervraagde panelleden vindt het een (zeer) goed idee dat er straks alleen reclamefolders worden bezorgd bij brievenbussen met een ja-ja sticker. Onder de huidige (nee-nee of nee-ja) stickergebruikers is de houding het meest positief: 84% vindt de ja-ja sticker een goed idee.

Minder papierverspilling en belasting voor het milieu zijn belangrijke motivaties voor voorstanders van de introductie van de ja-ja sticker.

Onder de critici wordt in veel gevallen het huidige 'opt-out' systeem gemakkelijker, duidelijker of beter gevonden. Daarnaast lijkt onder meer het gevoel van verminderde eigen keuze een rol te spelen.

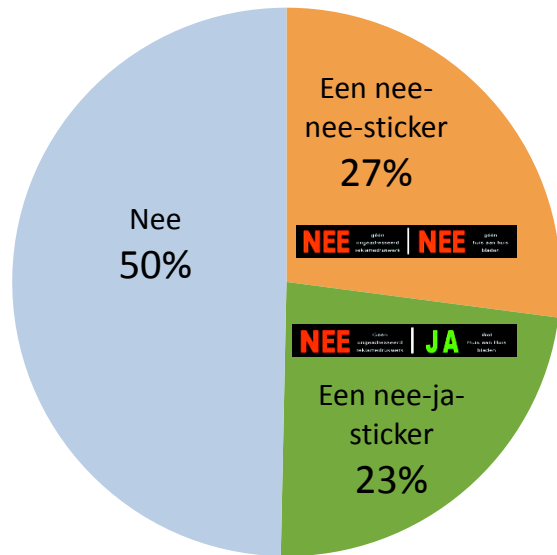
Bij de introductie van de ja-ja sticker is duidelijke communicatie van belang, zowel over het doel als over de wijze van gebruik en het behoud van eigen keuze. Cijfers met betrekking tot ongelezen folders kunnen hierbij ondersteunen.



Gebruik brievenbussticker

Heeft u momenteel een brievenbussticker?

(Basis: Alle ondervraagde panelleden, n=1.806)



Helft ondervraagden maakt gebruik van een brievenbussticker

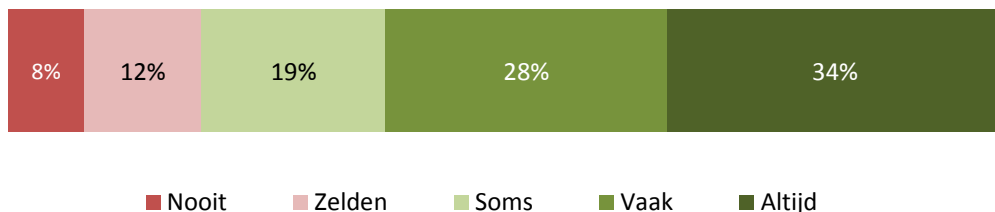
Iets meer dan een kwart van de ondervraagde panelleden (27%) gebruikt momenteel een 'nee-nee' brievenbussticker. Het aandeel met een 'nee-ja' variant is met 23% iets kleiner.

De helft van de ondervraagden maakt *geen* gebruik van een brievenbussticker en ontvangt derhalve ongeadresseerd reclamedrukwerk en huis- aan-huis post.

Leesgedrag reclamefolders

Hoe vaak leest u de reclamefolders die door uw brievenbus komen?

(Basis: ontvangers reclamefolders, n=897)



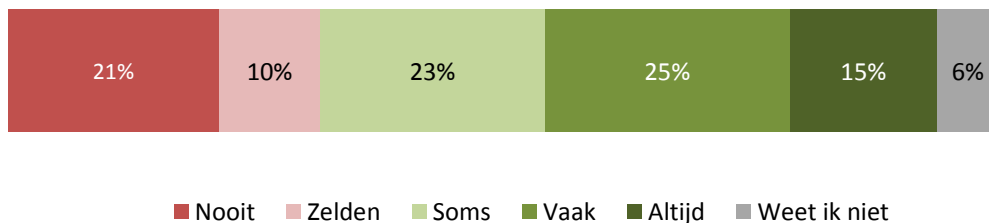
Één op de vijf ontvangers van reclamefolders maakt daar zelden tot nooit gebruik van

Van degenen zonder brievenbussticker maakt bijna twee derde veel gebruik van de reclamefolders die door de brievenbus komen: 62% leest deze altijd tot vaak.

Een vijfde (20%) van de ontvangers leest de reclamefolders zelden of nooit. Binnen deze groep worden de folders in de meeste gevallen (74%) ook zelden of nooit door andere leden van het huishouden gelezen.

Hoe vaak lezen andere leden van uw huishouden de reclamefolders die door uw brievenbus komen?

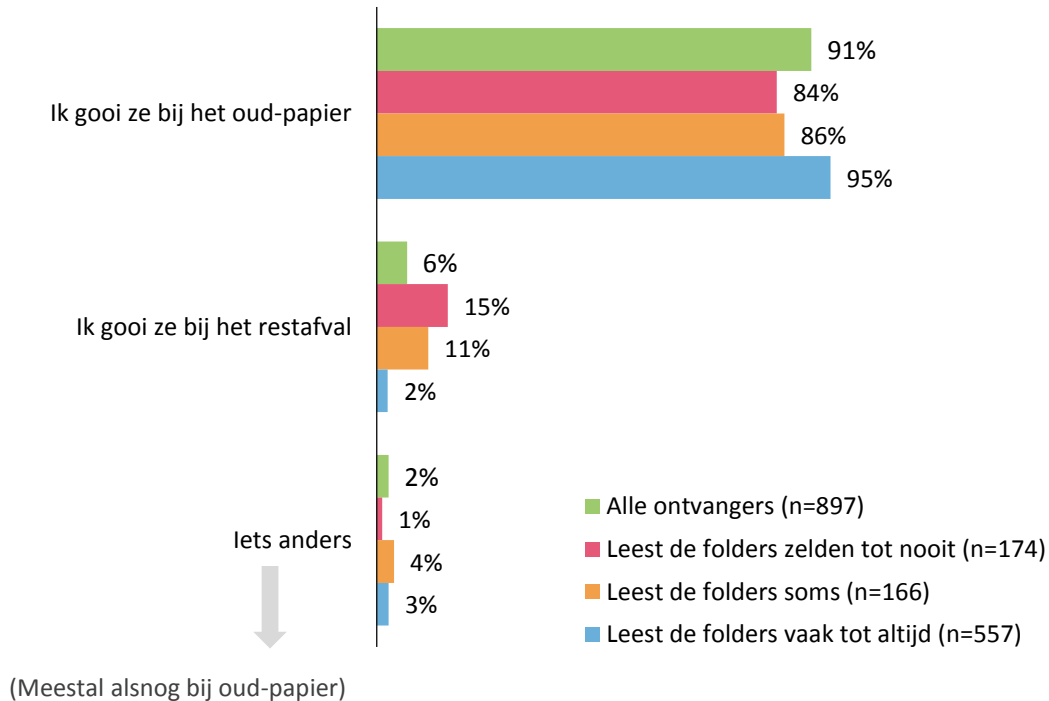
(Basis: ontvangers reclamefolders, n=897)



Wijze van afvoeren reclamefolders

Wat doet u met de reclamefolders?

(Basis: ontvangers reclamefolders, n=897)



Folders meestal duurzaam afgevoerd

In veruit de meeste gevallen (91%) wordt aangegeven dat de reclamefolders bij het oud-papier worden gebracht.

6% van alle ontvangers gooit de folders bij het restafval.

- Bij degenen die de folders zelden tot nooit lezen, belanden deze aanzienlijk vaker bij het restafval (15%) dan bij degenen die de folders vaak tot altijd lezen (2%).

Uit de antwoorden van de overige 2% ontvangers blijkt dat de folders in de meeste gevallen alsnog bij het oud papier terecht komen. In dit kader wordt onder meer het volgende toegelicht:

'Een deel bewaar ik tot de volgende versie verschijnt. De rest gaat bij het oud papier.'

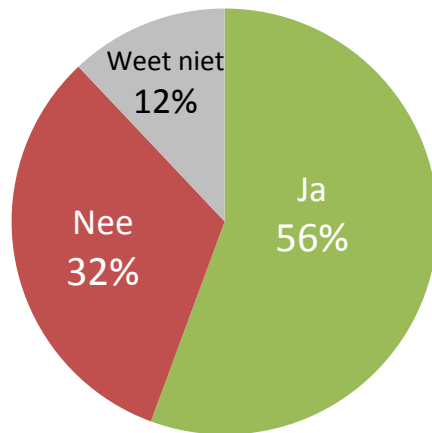
'Wij scheuren een bijzonder aantrekkelijke aanbieding uit de folder pas daarna gaan de folders bij het oud-papier.'

'Ze zijn verpakt in plastic. Na lezing gaat het papier in de papiercontainer, het plastic in de plastic container'

Mate waarin reclamefolders gemist zouden worden

Zou u de folders missen als deze niet meer bij u in de bus komen?

(Basis: ontvangers reclamefolders, n=897)



Ongeveer de helft wil de folders niet missen

Minstens de helft (56%) van de ontvangers van reclamefolders zou het missen als deze niet meer door de bus zouden komen.

Voor een derde (32%) van de ontvangers zou het wegblijven van de folders geen gemis zijn. Daarnaast is het voor circa een tiende niet duidelijk of zij de reclamefolders als dan niet zouden missen.

Houding ten aanzien van de ja-ja sticker

Ruime meerderheid positief over de ja-ja sticker

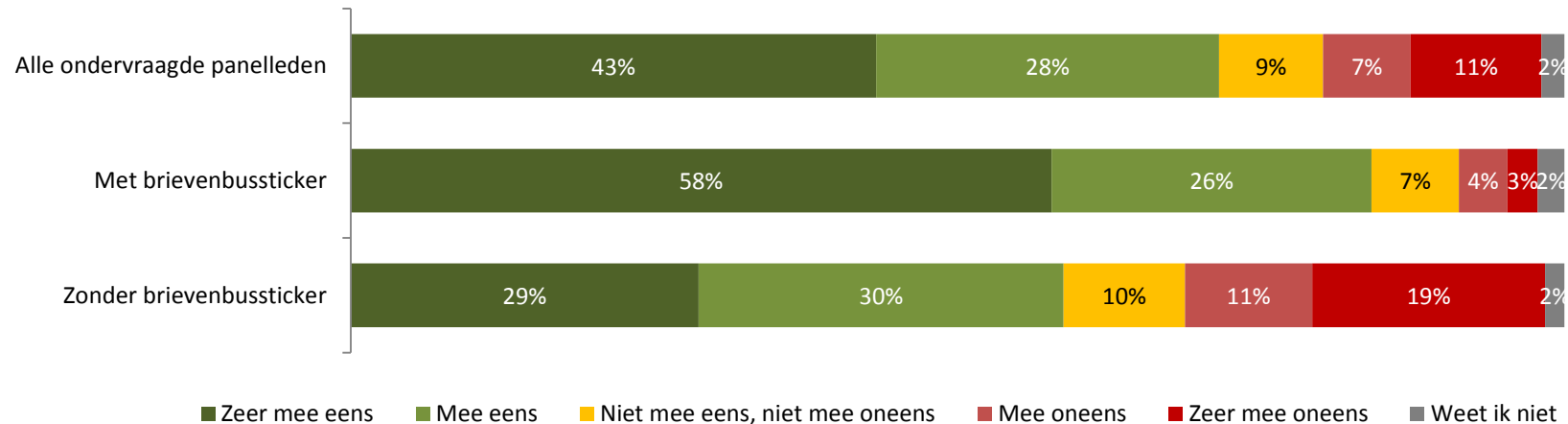
Bijna driekwart (72%) van alle ondervraagde panelleden vindt het een goed idee als de bezorging van reclamefolders straks alleen plaatsvindt bij brievenbussen met een ja-ja sticker.

Huidige gebruikers van een (nee-nee of nee-ja) brievenbussticker zijn hierover het meest te spreken (84% is positief), maar ook binnen de groep zónder brievenbussticker is meer dan de helft (59%) voorstander van de ja-ja sticker.

Van de folderontvangers die deze zelden tot nooit lezen is een zeer groot deel positief: 90% vindt de introductie van de ja-ja sticker een goed idee. Van degenen die de folders vaak tot altijd lezen is bijna de helft (46%) voorstander.

"Ik vind het een goed idee dat er straks alleen reclamefolders worden bezorgd bij brievenbussen met een ja-ja-sticker"

(Basis: alle ondervraagde panelleden, n=1.806)



Toelichting op houding t.a.v. de ja-ja sticker

Milieu en verspilling belangrijke rol bij positieve houding

Enkele letterlijke opmerkingen van voorstanders van de ja-ja sticker zijn:

"Uitstekend initiatief. Amsterdam heeft aantoonbaar succes met deze aanpak".

"Al dat papier is zonde van het milieu en daarom groot voorstander!".

"Alleen reclame als je er echt om vraagt is een goed idee..".

"Al die folders zijn een enorme belasting voor het milieu en de afvalverwerking/recycling. Volgens mij wordt bij de meeste mensen het folder pakket direct weggegooid en dan moet je maar hopen dat het gescheiden wordt gedaan..".

"Als je iets wilt dan kun je dat aangeven. Dat is meer van deze tijd! En meer positieve benadering.."

"Anders is het een verspilling van papier en dus van bomen en dus van onze natuur.."

"Beter voor het milieu en als mensen papierenreclame willen dan moeten zij dit aangeven ofwel zelf verantwoording in nemen. In plaats dat het klakkeloos in de bus wordt gedaan en bij velen zo de papierbak in gaat.."

"Het omdraaien van het uitgangspunt zal ervoor zorgen dat iemand niet onbewust kiest voor verspilling van papier met reclamematerialen. Dit dwingt mensen om bewust te kiezen."

"Het scheelt in ieder geval een aantal bomen".

"Minder verspilling, beter voor milieu".

Voorkeur voor 'opt-out' systeem en het gevoel minder zelf te kunnen beslissen speelt mee bij kritische houding

Enkele letterlijke opmerkingen van tegenstanders van de ja-ja sticker zijn:

"Alles mag bij mij door de brievenbus. Ik wil alles bekijken en zelf beslissen wat ik daar mee doe."

"Als er al NEE stickers zijn geplakt dan moet dit duidelijk genoeg zijn. Het kost weer extra geld met nieuwe JA stickers. Belachelijk.....bested ONS geld aan betere projecten waar de mensen echt iets aan hebben!!!!..".

"Ik kan dat zelf wel bepalen. Nee tenzij is wat mij betreft niet correct. Ik vind dit bemoeizuchtig gedrag van een overheid".

"Als ik iets niet wil, dan maak ik dat wel kenbaar.."

"Als je beslist geen folders wil hebben dan moet een nee sticker genoeg zijn..".

"Als je iets niet wil kan dit aangegeven worden. Waarom een sticker als je iets wilt, omgekeerde wereld wat betreft dit onderwerp, extra onnodige werkzaamheden"

"Belachelijk. Ik kan mijn eigen keuzes wel maken en ben geen imbeciele burger"

"Het huidige systeem in stand houden is veel handiger, daar is iedereen aan gewend."

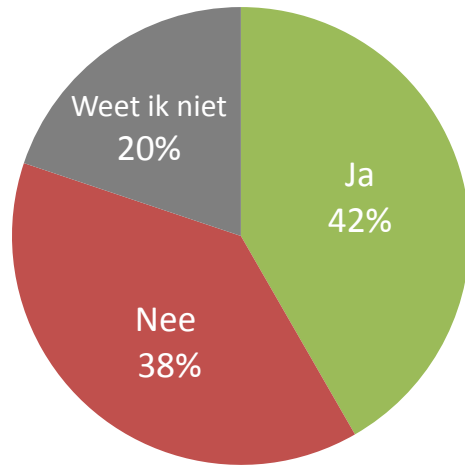
"Ik denk dat het huidige systeem, geen sticker, wel folders, prima voldoet. Ik vind dit, moeilijk doen terwijl het makkelijk kan."



Verwacht gebruik ja-ja sticker

Zou u een ja-ja sticker op de brievenbus doen om reclamefolders te blijven ontvangen?

(Basis: ontvangers reclamefolders, n=897)



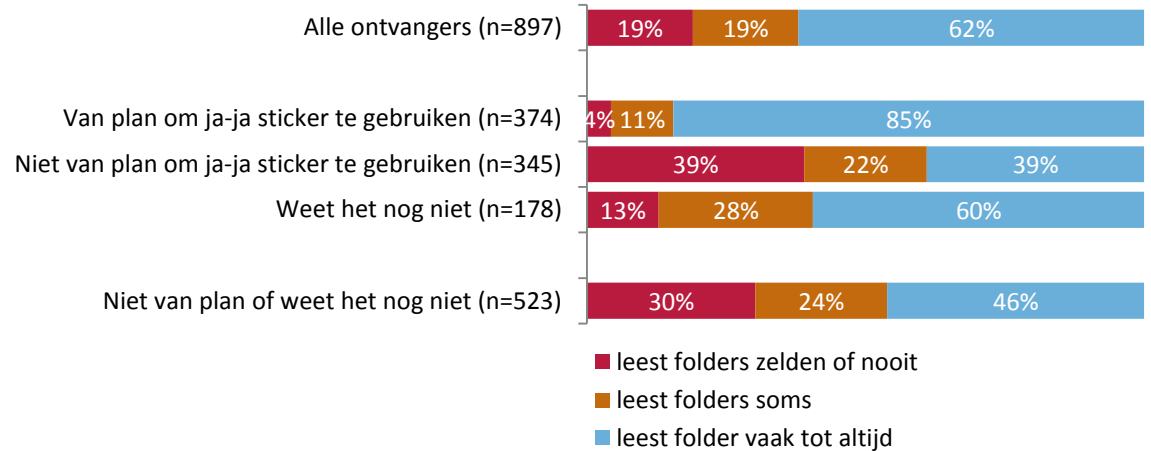
2 op de 5 folderontvangers verwacht de ja-ja sticker te gaan gebruiken

Van degenen zonder brievenbussticker geeft 42% aan een ja-ja sticker te zullen gebruiken om de folders te blijven ontvangen. Dit betreft in veel gevallen (85%) personen die de folders vaak tot altijd lezen.

Van de 58% die de ja-ja sticker *niet* gaat gebruiken of dat nog niet weet, leest 30% de folders zelden of nooit, terwijl bijna de helft (46%) aangaf de folders vaak tot altijd te lezen.

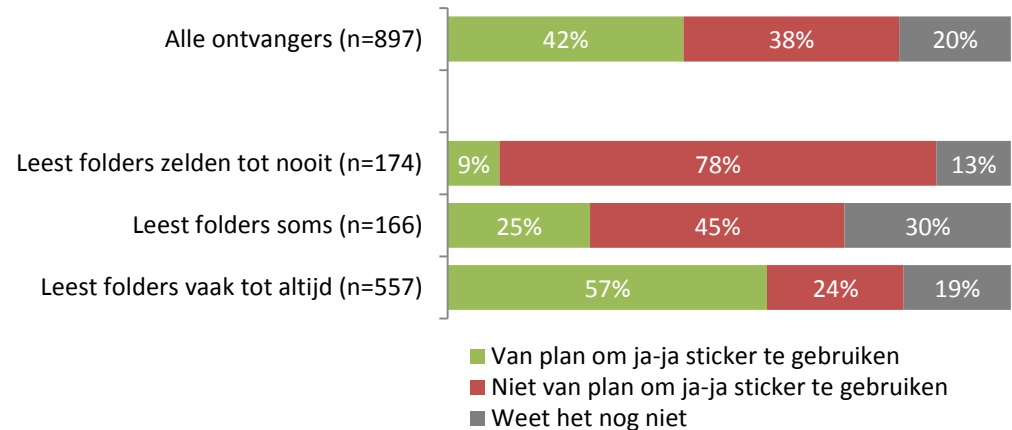
Verwacht gebruik ja-ja sticker naar leesgedrag folders

(Basis: ontvangers reclamefolders, n=897)



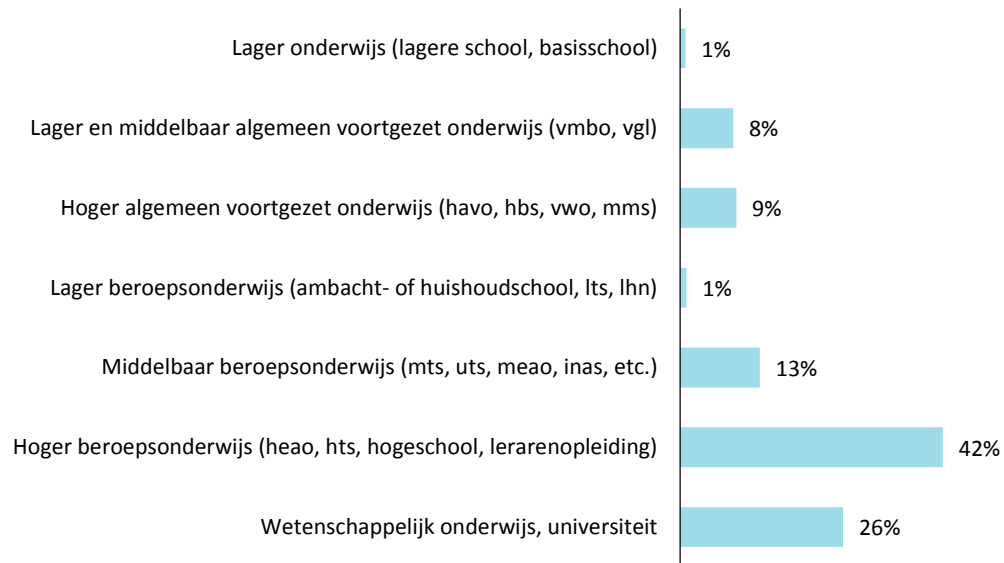
Leesgedrag folders naar verwacht gebruik ja-ja sticker

(Basis: ontvangers reclamefolders, n=897)

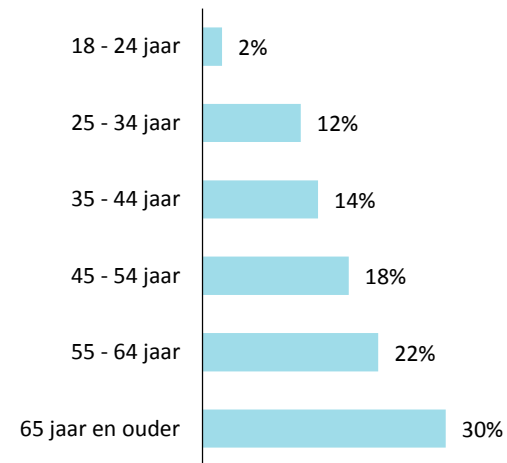


Achtergrondgegevens respondenten

Opleiding (voltooid of mee bezig)



Leeftijd



Geslacht



