

DANSK ERHVERV
Børsen
1217 København K

www.danskerhverv.dk
info@danskerhverv.dk
T. + 45 3374 6000

DANSK
ERHVERV

Henvendelse fra Dansk Erhverv ang. B262

Med beslutningsforslag B262 foreslås det at erstatte den nuværende "Nej Tak"-ordning for reklamer med en "Ja Tak"-ordning. Dansk Erhverv mener, at det er meget tvivlsomt at en "Ja Tak"-ordning vil kunne give miljøfordele af nogen nævneværdig betydning. Til gengæld er det uden for enhver tvivl at det vil have negative konsekvenser for detailhandlen – og i særlig grad den del der ligger i de mindre samfund og små byer. Her modtager flest danskere stadig modtager trykte reklamer og sætter pris på dem. Butikkerne her er afhængige af den markedsføringskanal de trykte reklamer udgør for at komme ud til deres kunder. Fjerner man den, tvinges butikkerne til at kæmpe om kundernes opmærksom online, hvor bl.a. konkurrencen fra store, udenlandske netbutikker er langt større. Dette vil være voldsomt for de mindre bysamfunds detailhandel, særlig med de konsekvenser corona har haft for dem.

Derudover giver uddelingen af tilbudsaviser i dag store fordele ved samdistribution. Disse fordele vil forsvinde, hvis man indfører en "Ja tak"-ordning, der alt andet lige vil betyde markant færre modtagere af adresseløse forsendelser. Distributionsprisen for lokalaviser bliver derfor højere. Dermed vil det ramme bylivet i de mindre byer, hvor tilbudsavisen er et vigtigt redskab til at trænge igennem til forbrugerne. Det kan også knække mange lokale medier der dækker lokalt stof og svække den lokale nyhedsformidling. Dette vil især ramme de områder, hvor lokalavisen udgør denne eneste kilde til lokalt nyhedsstof, hvilket især gælder landdistrikterne. Højere omkostninger til omdeling af tryksager vil også ramme uddelinger af andet materiale, herunder aftenskolekataloger, valgmateriale, kirkeblade, ejendomsmæglere, politisk valgmateriale m.m.

Vedhæftet denne henvendelse er derfor to analysenotater der kortlægger hhv. danskernes holdninger til de trykte reklamer og danskernes brug af lokale medier.