

- Udvalgshenvendelse

Henvendelse til B262, angående bilag 6

Erhvervsudvalget har modtaget en henvendelse Dansk Affaldsforening, bilag 6 af 26/4, som Dansk Erhverv ønsker at kommentere.

Dansk Erhverv gennemgår nedenfor udvalgte påstande og tal fra Dansk Affaldsforenings (DAF) henvendelse til Erhvervsudvalget. Målet er at bidrage til at Erhvervsudvalgets politiske behandling af sagen kan ske på et oplyst grundlag og på korrekte fakta. Området er komplekst, og konsekvenserne af en ja-tak ordning er vidtrækkende.

Volumen af papir-reklamer er markant mindre end påstået

DAF skriver i deres henvendelse, at der hvert år omdeles ca. 100.000 ton papir-reklamer i Danmark.

Der nævnes ikke nogen kilde til disse tal, men de er må nødvendigvis være omkring ti år gamle. De reelle tal for 2020 var 57.000 ton, der dermed repræsenterer en reduktion i vægten på 67,5 % over de sidste 10 år¹. Dette skyldes dels udbredelsen af Nej Tak-ordningen, og dels en generel markedsudvikling. Samtidig er de omdelte tilbudsaviser blevet grønnere og trykkes bl.a. på papir fra bæredygtigt skovbrug.

En gennemsnitlig husstand i Danmark modtog i 2020 21 kg tilbudsaviser om året, hvilket dækker over, at de husstande, som har fravalgt reklamer, ikke modtager noget, mens husstande, der enten modtager reklamer eller er tilmeldt "Nej Tak+"-ordningen i gennemsnit modtog 30 kg. i 2020. Dette er dog langt fra de 65 kg for hver dansk husstand som DAF anfører i deres henvendelse.

Lokalaviser kan ikke undgå at blive ramt

DAF kommenterer derudover på konsekvenserne for de danske lokalaviser, som de ikke mener forslaget vil ramme, da man kan lave en undtagelse for dem i en eventuel ordning.

Konsekvenserne for lokalaviserne begrænser sig desværre langt fra til muligheden for at blive omdelt til borgerne. Det er først og fremmest distributionsprisen, der vil stige, hvis der indføres en Ja Tak-ordning. Danske Medier har estimeret at de årlige meromkostninger for distribution vil beløbe sig til minimum en halv milliard kroner². Dette vil ramme lokalaviserne hårdt, hvoraf mange allerede kæmper for overlevelse.

Intet tyder på, at det lokale annoncemarked vil blive styrket

DAF mener, at en Ja Tak-ordning vil gavne lokalaviserne, ved at give dem en større andel af annoncemarkedet.

¹ FK Distribution, 2021

² Danske Medier, *Danske Medier siger nej tak til en Ja tak-ordning*, 2021

Udover en undren over, at det miljømæssigt skulle være bedre at udskifte en form for papir med en anden, er der er desværre intet, der tyder på, at dette vil være tilfældet. Det er lige så sandsynligt, at flere annoncekroner vil flytte til sociale medier. Men selv hvis flere annoncer flytter til lokalaviserne er det usandsynligt, at eventuelle stigende annonceindtægter vil kunne komme i nærheden af at kunne kompensere for omkostningerne forbundet med dyrere distribution³.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har netop udgivet en rapport der kortlægger udviklingen på markedet for online annoncer over de sidste 10 år. Her fremgår det tydeligt, at væksten i online markedsføring i vid udstrækning sker på bekostning af markedsføring i trykte medier, og at det først og fremmest er de internationale techgiganter, Google og Facebook, der står for denne vækst. De to amerikanske aktører stod for op til 80 % af det samlede marked⁴. En Ja Tak-ordning vil skubbe yderligere til denne udvikling.

³ Ibid.

⁴ KPMG, *Online reklame i Danmark*, Rapport for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, 2020, andel af Facebook, Search og WebTV ex. markedspladser