

Reklamer Ja Tak - en uventet vækstkatalysator

- Notat om tilbudsaviser og bevarelsen af danske arbejdspladser

"Reklamens magt er underfuld, vis dig mod den ej trodsig: Vil du ha' lommen fuld af guld, gå straks til monterossi"
- reklameslogan fra 50'erne



November 2014, København K
Reklamer Ja Tak
CVR: 36123370

WWW.REKLAMERJATAK.DK

Tilbudsviserne hæmmer væksten

Den grafiske branche har i årevis fremstillet sig som såvel miljøvenlig, som konkurrence-skabende, besparende og jobskabende. Hvad der muligvis har været rigtigt, er det på ingen måde længere.

Reklamer hæmmer væksten, både gennem kunstigt høje priser,¹⁺² og gennem deres konstante krav på ulige konkurrence overfor andre medier. Både opgørelser og videnskabsfolk peger på at reklamer hæmmer den naturlige katalysator for en vækst i dannelsen af arbejdsplads, der ligger i at overføre arbejdspladser til internetbaserede medier.³
⁺⁴.

Konkurrenceforvridende lovgivning

Husstandsomdelte reklamers særstatus i fht. markedsføringslovens § 6 er helt unik; på intet andet marked har en branchegren opnået en sådan beskyttelse. Tilbudsviserne og digitale tilbudsviser ville have en lige konkurrence såfremt man gjorde husstandsomdelte reklamer til et aktivt tilvalg. Dette ville tvinge supermarkederne til at sætte priserne på dagligvarer ned, og dermed skabe besparelser for forbrugerne, samt styrke den danske borgers købekraft i dagligdagen.⁵

Tilbudsvisers påvirkning på miljøet

Vi vil, i dette notat, ikke komme nærmere ind på hvor skadelige tilbudsviser er for miljøet, og miljøgevinsten ved en Ja Tak ordning, men vil i stedet i stedet henvise til 'Reklamer: Fakta og Beregninger, oktober 2014'⁶.

Vækstcase: Etilbudsvavis

eTilbudsvavis blev stiftet 2009 af to unge iværksættere, Christian Birch (26) og Morten Bo (25). Iværksætterne bemærkede, hvordan størstedelen af reklametryksagerne i postkasserne er overflødige for den enkelte forbruger og mente derfor, at distributionen af reklametryksager kunne effektiviseres digitalt, også for annoncørerne.⁷ Iværksætterne udviklede derfor en digital erstatning i form af en app til smartphones og tablets, hvori tilbudsviserne kan læses digitalt i stedet. App'en eTilbudsvavis er i dag den 2. mest populære danskudviklede app i Danmark, kun overgået af Danske Bank MobilePay (foreløbigt hhv. 1.100.000 og 1.800.000 downloads). eTilbudsvavis vil være 'den bedste shopping buddy' og gør det muligt at:

¹ Mogens Bjerre & Per Østergaard Jacobsen, CBS, Effekter & virkningsgrader af markedsføring – Case studie af tilbudsviser i detailhandlen. 2012

² Konkurrence og forbrugerstyrelsen

³ McKinsey Global Institute, Internet matters: The Net's sweeping impact on growth, jobs, and prosperity.

⁴ Greenwich Consulting, Evaluer l'impact du développement d'Internet sur les finances de l'Etat, studie foretaget for den franske kongress, Oktober 2009.

⁵ Mogens Bjerre & Per Østergaard Jacobsen, CBS, Har tilbudsviserne en fremtid? 2013

⁶ Reklamer Ja Tak, analyse. <http://reklamer-jatak.dk/viden>.

⁷ <http://www.ivaerksaetteren.dk/flx/artikler/16/innovative-ivaerksaettere-revolutionerer-tilbudsjagten-1134/>

Læse tilbudsaviser, søge efter tilbud på konkrete produkter og lave indkøbslister, der kan deles med fx ægtefællen.

Fra deres hjem i Aalborg startede iværksætterne eTilbudsavis.

I dag, blot fem år senere, har eTilbudsavis et 650 kvm. stort og moderne hovedkontor på toppen af et af Skandinaviens største indkøbscentre; Field's, og har vundet flere priser for deres arbejde, bl.a. e-handelsprisen 2011.⁸

Ejerkredsen tæller blandt andre Karsten Ree Holding og Frank Ludvigsen, som solgte Den Blå Avis (DBA) til amerikanske eBay for DKK 2 milliarder. DBA var oprindeligt en forretning, som var baseret på at udsende trykte aviser, men DBA omstillede sig til den digitale virkelighed i branchen og byggede i stedet et af Danmarks største websites.

Allerede nu er 24 medarbejdere beskæftiget hos eTilbudsavis, blandt disse finder man såvel danske som udenlandske specialister. Størstedelen af medarbejderne er beskæftiget med programmering og udvikling af app'en og dens infrastruktur, selvom også de også har ansatte indenfor salg, marketing, og projektarbejde, ligeledes sætter de en ære i at beskæftige unge medarbejdere og nyuddannede. De har pt. opslået fire stillinger til besættelse snarligst.

Omsætningen hos eTilbudsavis er mere end fordoblet årligt fra 2009 til 2013, ligesom eTilbudsavis også forventer en fordobling i omsætningen fra 2013 til 2014. Omsætningen kommer fra annoncører (detailvirksomheder som fx Dansk Supermarked), som betaler eTilbudsavis for den annoncering, som annoncøren opnår via eTilbudsavis. Første kvartal 2015 vil eTilbudsavis lancere sin tjeneste i udlandet. I første omgang vil Skandinavien være fokusområdet, hvorefter eTilbudsavis skal udbredes til resten af verden, herunder USA og Tyskland. Udlandsplanerne kræver et navneskifte, men eTilbudsavis' iværksættere ønsker at forblive dansk baseret, og derigennem stadig skabe vækst og arbejdspladser.

Reklamer Ja Tak - en vækstkatalysator

Vi kan altså konkludere at reklamer ikke alene kan spare forbrugerne for penge og hjælpe miljøet, men også skabe flere arbejdspladser, end der går tabt, i Danmark. Hvor arbejdspladser vil blive mistet i den trykte sektor, anser vi det som påvist at de vil blive gendannet i en faktor 2,4 i den digitale sektor.

Kriterierne for dette er dog:

- 1) En ligestilling af konkurrencen mellem trykte og digitale tilbudsaviser, gennem en Ja Tak ordning til reklamer.
- 2) En afskaffelse af miljøafgiften på tryksager.⁹
- 3) En sikring af forbrugerne gennem omdannelse af direktiv om urimelig handelspraksis til et minimumsdirektiv.¹⁰

⁸ <http://www.fdi.dk/e-handelsprisen/vinderne/vindere-af-e-handelsprisen-2011/>

⁹ Da denne blot vil fordyre dagligvarerne yderligere for forbrugerne, qva yderligere udgifter hvor regningen bliver videresendt.

¹⁰ Direktivet om urimelig handelspraksis blokerer på nuværende tidspunkt for indførelsen af en aktiv tilvalgsordning for husstandsdelte reklamer, bedre kendt som en 'Ja Tak'-ordning.