

FAKTARAPPORT

Lokalaviser og tilbudsaviser i Danmark

Marts 2022



Brancheforeningen  reningen
af Danske Distributionsvirksomheder

Lokale ugeaviser og tilbudsaviser spiller en væsentlig rolle for økonomien og sammenhængskraften i de danske lokalsamfund. Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder ønsker med denne rapport at dokumentere, hvordan vores branche på én gang løser en samfundsopgave og tager ansvar i den grønne omstilling

Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder blev etableret i 1984.

Brancheforeningen består af følgende virksomheder:

Nordjyske Medier A/S

Sjællandske Medier A/S

Samdistributionsselskabet Midt-Vest A/S (Herning Folkeblad)

Skive Folkeblad G/S

FK Distribution A/S

Bornholms Tidende A/S

Distributionsvirksomhederne i brancheforeningen arbejder med distribution af lokalaviser og formidling af tilbud fysisk og digitalt tilpasset samfundet, kunderne og forbrugernes ønsker.

Siden 2010 har brancheforeningen aktivt medvirket til at reducere den samlede mængde af tilbudsaviser med mere end 50%. Det er sket ved at give danskerne mulighed for at vælge, hvilke tilbudsaviser de ønsker at modtage – og hvilke de ikke ønsker at modtage. Denne ordning kaldes NejTak+ og distribueres af alle medlemmer.



Introduktion

– et opgør med miljømyter

I en tid, hvor miljøet med rette står øverst på den politiske og samfundsmæssige agenda, er distribution af tilbudsaviser blevet en taknemmelig prægknabe. Alle kender nogen, der bare tømmer postkassen og kører direkte på genbrugspladsen med indholdet. Alle kan i festligt lag berette, at de alligevel aldrig benytter sig af de tilbud, de får. Og alle kan meget hurtigt blive enige om, at alt det papirspild betyder, at Finland snart løber tør for skov.

Så hvorfor ikke bare lovgive sig ud af det og en gang for alle sætte en stopper for, at et brutalt erhvervsliv påtvinger sagesløse forbrugere en syndflod af papir og uønskede tilbud på alt fra hakket oksekød til 100 meter bøgehæk?

Fordi sandheden er mere kompleks end det forenklede billede, der typisk bliver tegnet i medierne og ved cafebordene i hovedstaden.

◀ Fordi vi taler om en distributionskanal, der har afgørende betydning for den lokale sammenhængskraft i landet. Tilbudsaviser er den lokale forretningsdrivendes sidste bastion, inden de globale tech-giganter monopoliserer adgangen til forbrugerne. Lokale arbejdspladser og lokal vækst afhænger af, at vi bringer lokalaviserne ud og holder kanalen åben.

◀ Fordi de fleste forbrugere faktisk først kører til genbrugspladsen, når de har kigget indholdet af deres postkasse igennem og læst det, der interesserer dem. 86% af alle forbrugere, der modtager tilbudsaviser, læser dem. Og fordi forbrugere, der ikke ønsker at modtage tilbudsaviser eller selv vil vælge hvilke de får, nemt kan gøre det i dag.

◀ Og fordi miljøbelastningen er langt mindre, end det er populært at påstå. Alle danskproducerede tilbudsaviser bliver i dag trykt på trykkerier med en svanemærket produktion. Sker det uden for landets grænser, foregår det efter tilsvarende internationale grønne mærkninger. Papiret kommer helt overvejende fra certificeret skov og genanvendes 7-10 gange. I øvrigt sker distributionen som regel til fods og med trækvogn.

I denne rapport har vi samlet en række fakta og indsigter, der sætter den landsdækkende distribution af lokalaviser og tilbudsaviser ind i en samfundsmæssig sammenhæng og gør op med nogle af de udbredte myter. Som brancheforening for distributører er vi som sådan ikke upartiske. Men vi er repræsenteret på hver eneste villavej i landet, vi beskæftiger mere end 10.000 unge omdelere - og det er os, der hver dag møder forbrugerne.

Dette indlæg er et forsøg på at komme til orde i en debat, der i alt for lang tid er blevet ført på et mangelfuldt og emotionelt grundlag. Vores branche er i lige så høj grad - ja, måske mere end de fleste - fortalere for bæredygtighed i samfundet, og det har vi bevist gennem en lang række initiativer. Alligevel oplever vi ikke en nuanceret og balanceret debat baseret på fakta. Det håber vi, at denne rapport kan være med til at rette op på.

Lasse Ingemann Brodt. Bestyrelsesformand for Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder

Indholdsfortegnelse

Hvem er vi - og hvad gør vi?	5
• Branchen set i et samfundsmæssigt perspektiv • Interessenter - et overblik • 7 gode grunde til at bevare den fri omdeling af tilbudsaviser	
Hvad skal vi egentlig med den tilbudsavis.....	8
• Ingen læser tilbudsaviser. Og dog ... • I Danmark vælger du selv, hvad du får i postkassen • Tilbudsaviser styrker konkurrencen og sikrer lavere priser • Hvem vinder og taber hvis tilbudsavisen forsvinder?	
Lokalsamfund og demokrati svækkes ved en Ja tak-ordning	11
• Tilbudsaviser sikrer lokal sammenhængskraft	
Vi giver unge en god start	12
• 25% af danske unge søger job som omdeler • Del af vigtig værdikæde for jobs i Danmark	
I branchen tager vi ansvar	14
• Danmark i front på miljøet • CO2 udledning fra tilbudsaviser og ugeaviser • Danmark har mindsket mængden af uønskede tilbudsaviser • Eksport af miljøvenlig teknologi	
De næste skridt.....	16
• Mon vi var grønnere end du troede? • Kan vi blive bedre?	



Hvem er vi – og hvad gør vi?

Omdeling af tilbudsaviser set med samfundsbriller

Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder varetager en væsentlig del af omdelingen af danske lokalaviser og tilbudsaviser fra supermarkedets tilbudsavis over aftenskolernes kursustilbud til det lokale kirkeblad. Den distribution er et vitalt bindeled mellem lokalsamfund og forbrugere. Den forbinder de små butikker med deres kunder. Den forbinder lokalaviserne med deres læsere. Den forbinder mange unge med deres første job – og mange nydanskere med det danske arbejdsmarked.

At skabe sammenhæng og forbindelse i de danske lokalsamfund er en opgave, vi er stolte af at løse – og selv om vi selvfølgelig driver selvstændige forretninger, vedkender vi os også et samfundsansvar. Et ansvar vi deler med de mange trykkerier, kommunikationsbureauer, trykte medier, grafiske virksomheder, annoncebureauer og transportvirksomheder, der også indgår i den værdikæde, der binder alle hjørner af Danmark sammen.

En vigtig del af det fælles ansvar er viljen til at omstille og tilpasse vores forretninger til en grøn virkelighed. I 2014 introducerede et medlem af Brancheforeningen NejTak+, hvor danskerne vælger tilbudsaviser til og fra i forhold til deres individuelle interesser og vi har fastholdt, at vores omdeling i overvejende grad foregår til fods eller på cykel.

Andre tager ansvaret til sig på andre måder. Især trykkerierne gør en stor og aktiv indsats for at mindske miljøaftrykket på en lang række områder fra papirinkøb til trykkeprocesser. Men alle bidrager i en branche, hvor kravet fra kunderne er bæredygtige, grønne løsninger.

Vores mål er fortsat at binde de danske lokalsamfund sammen på en måde, der beskytter vores fælles klima og miljø bedst muligt. Men det kan kun lade sig gøre, så længe lovgiverne ikke fjerner forudsætningerne for at løse opgaven – fx ved at indføre en Ja tak-ordning. Ideen kan lyde sympatisk og udramatisk. Men den er alt andet end det. Med en Ja tak-ordning forsvinder det økonomiske grundlag for at levere alt det, vi som borgere forventer.

Forbrugernes frie valg

Vi kan sige ja tak til at modtage tilbudsaviser, men vi vil ikke få nogen. Når målgrupperne bliver for små, bliver det for dyrt at annoncere. En unik markedsføringskanal vil forsvinde, og ingen vil længere formidle lokale tilbud til danskerne. Vel at mærke tilbud, som vi sætter pris på.

Over 99% af danskerne er i dag bekendt med Nej tak-ordningen og ca. 50% af alle danskere er tilmeldt Nej tak og har foretaget et aktivt fravalg af de tilbudsaviser de ikke er interesserede i. I 2013 blev NejTak+ lanceret. Løsningen giver forbrugerne mulighed for at vælge præcis de tilbudsaviser, de ønsker at modtage. Ønsker vi at fratage forbrugerne det frie valg?

Et stærkt lokalsamfund

Lokalaviser bliver distribueret sammen med tilbudsaviser. Den samdistribution sikrer, at lokalaviserne har en distributionspris, de kan betale. Forsvinder tilbudsaviserne, bliver prisen for omdeling markant højere. Danske Medier vurderede i et notat fra april 2020 at meromkostningen vil løbe op i 660 mio. kr. Det vil i mange tilfælde fjerne eksistensgrundlaget for den lokale ugeavis. Og med den lokalsamfundets eneste brede forum for lokalpolitik, nærdemokrati og lokal handel. Ønsker vi at bevare lokalaviserne?

Job og dannelse for alle

Mere end 10.000 unge får hvert år deres første job hos et af medlemmerne i Brancheforeningen. De tjener penge og lærer at passe et arbejde. De møder andre fra de mange faggrupper, vi beskæftiger – og de får et førstehåndskendskab til mangfoldighed. Blandt deres kolleger er medarbejdere fra 16 forskellige lande, som demonstrerer, at det kan lade sig gøre at give nydanskere et solidt fodfæste på det danske arbejdsmarked. Ønsker vi arbejdspladser, der kan og vil give alle en chance?

Klima og miljø

Med NejTak+ er mængden af omdelte tilbudsaviser blevet reduceret markant. Vores infrastruktur er blandt de mest avancerede og miljøvenlige i verden. Hovedparten af vores omdeling er CO2-neutral, da omdelingen i overvejende grad foregår til fods eller på cykel. Samtidig genanvender vi i Danmark mere end 90% af det papiraffald, der indleveres.

Interessenter – et overblik

NORDJYSKE



Detailhandelen



Forbrugeren



Nyheder



Den nydanske medarbejder



Lokaldemokratiet



Tilbudsaviser
og lokalaviser



Ungarbejderen



Trykkeriet



Fagforeningen



Skoven

gode grunde til at bevare den fri omdeling af tilbudsaviser

1. Lokalaviserne

Tilbudsaviserne skaber økonomi for distribution af lokalaviserne. Uden tilbudsaviser forsvinder lokalavisernes distributionskanal og efterlader lokalsamfundet uden et talerør og et omdrejningspunkt

2. Forbrugeren

Forbrugeren kan selv vælge hvilke tilbudsaviser, de ønsker at modtage. Det har markant reduceret mængden af omdelte tilbudsaviser – og sikrer, at de omdelte tilbudsaviser bliver læst

3. Detailhandelen

Tilbudsaviserne er ofte det eneste tilgængelige markedsføringsværktøj sammen med lokalaviserne for den lille købmand, der bliver presset af stigende internethandel

4. Konkurrence

Tilbudsaviserne styrker konkurrencen på dagligvarer og sikrer lavere priser til gavn for forbrugeren

5. Jobskabelse

Logistik og distribution af tilbudsaviser skaber jobs – også til dem, der ellers ikke har haft fodfæste på arbejdsmarkedet

6. Ungarbejderen

Omdeling af tilbudsaviser er mange unges første job

7. Miljøeffektivitet

Intet land i verden har en mere miljøvenlig omdeling af tilbudsaviser end i Danmark – og langt hovedparten af papiraffaldet genanvendes

+500.000
husstande er
tilmeldt fritvalgs-
ordningen NejTak+

10.000
unge mellem
13-18 år arbejder
som omdelere

86%

af danskerne læser
de modtagne
tilbudsaviser

57%

er markedet for
tilbudsaviser faldet
mellem 2010 – 2020

26,7%

af de 13-18 årige
søger job hos vores
medlemmer

>90%

af alt
papiraffald bliver
genanvendt

16

nationaliteter
arbejder i
branchen

99%

af danskerne
kender
Nej tak-ordningen

51%

af danskerne
er tilmeldt
Nej tak-ordningen

7-10

gange
kan papir
genanvendes

Ja-Tak - få kun de reklamer der interesserer dig med

NejTak+

Hvad skal vi egentlig med den tilbudsavis

Ingen læser tilbudsaviser. Og dog ...

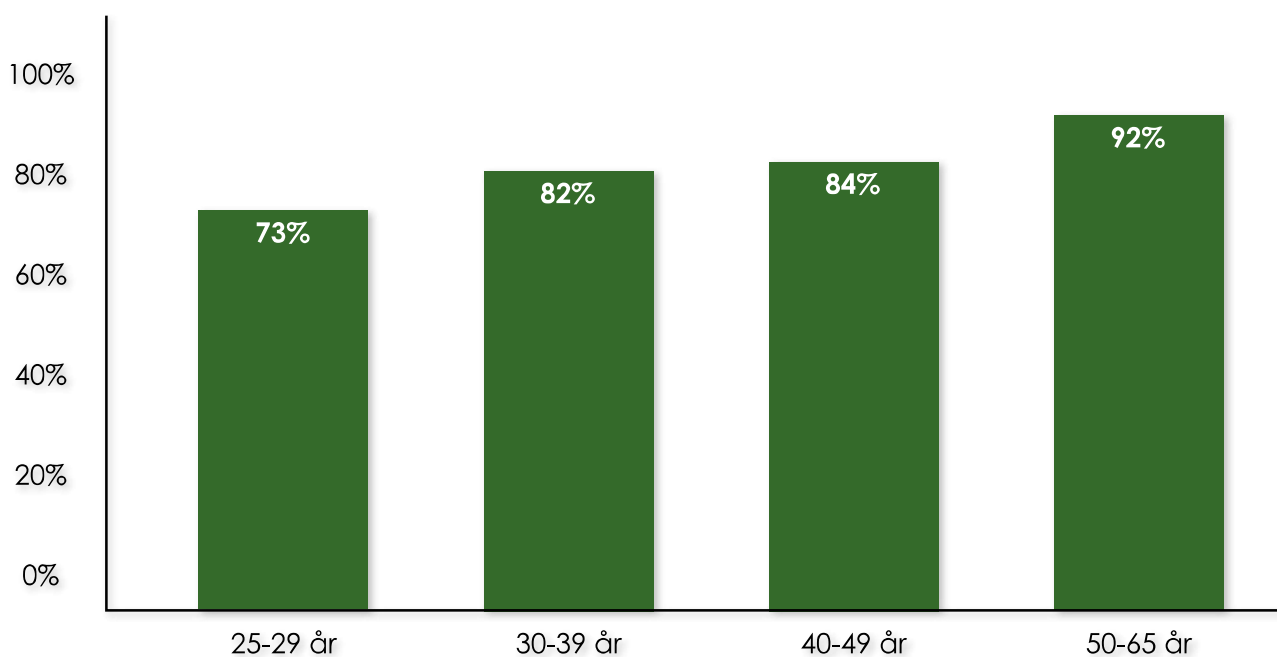
Selvom flere nu siger nej tak til trykte reklamer, er tilbudsavisen stadig meget populær blandt danskerne. 86% af de danskere, der modtager tilbudsaviser, læser dem ifølge Kantar Gallup. Det tal understøttes af analyser fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

For lidt over en tredjedel af os er valget af dagligvarebutik påvirket af, hvor der er bestemte varer på tilbud (Tilbudskultur i dagligvarehandlen, 2012).

I øvrigt udmærker tilbudsaviser sig ved på samme tid at være en af de mest effektive reklameformer og en af de mindst irriterende, når man spørger forbrugerne.

Tilbudsavisen er populær blandt danskere i alle aldre. Grafen nedenfor viser fordelingen på aldersgrupper.

% af de adspurgte som modtager tilbudsaviser, der læser dem



Kilde: KANTAR GALLUP, marts 2020, 1034 interviews.



I Danmark vælger du selv, hvad du får i postkassen

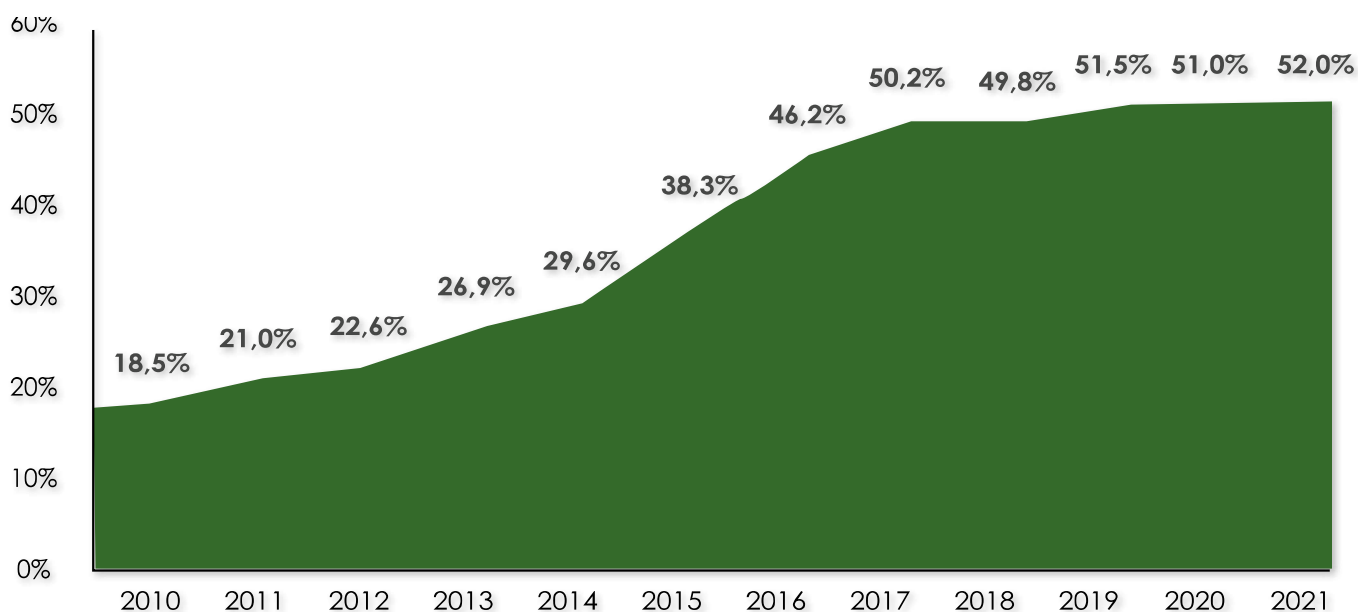
I 2013 blev NejTak+ ordningen introduceret, her kan du selv vælge dine tilbudsaviser. I dag er mere end en halv mio. husstande tilmeldt ordningen. Det betyder med andre ord, at mere end 1,2 mio. danskere får netop de tilbud de ønsker hver eneste uge.

Kendskabet til NejTak+ har været støt stigende. Omkring 87% af danskerne svarer, at de kender til ordningen, der giver forbrugerne mulighed for at vælge præcis de tilbudsaviser, de ønsker at modtage.

Langt hovedparten ved altså, at de selv kan bestemme, hvilke typer tilbudsaviser de ønsker at modtage. De har adgang til at træffe et frit og oplyst valg.

Grafen nedenfor viser andelen af husstande, der har tilsluttet sig Nej tak-ordningen eller NejTak+. Siden indførelsen af NejTak+ i 2013 har der været en markant stigning i tilslutning til Nej tak-ordningen, så vi i dag omdeler langt færre tilbudsaviser. Det betyder, at de omdelte tilbudsaviser i dag er langt mere relevante for den enkelte husstand.

Udvikling i andel af husstande tilmeldt Nej tak-ordningen



Kilde: Postnord og FK Distribution 2010-2021

Tilbudssaviser styrker konkurrencen

- og sikrer lavere priser

I tilbudssaviserne konkurrerer daglighandlen på livet løs. Det kommer forbrugerne til gavn i form af gode tilbud. I sig selv bidrager tilbudssaviseren også til at skabe de lavere forbrugerpriser ved at give mulighed for planlægning gennem hele værdikæden.

Forbrugerne disponerer deres indkøbstur efter ugens gode tilbud. Butikkerne kan forudse efterspørgslen på en given vare, der bliver eksponeret i tilbudssaviseren. Det sætter kædens indkøbere i stand til at købe store mængder til attraktive priser. Og producenten kan i god tid få at vide, hvad han skal kunne levere på et givent tidspunkt. Resultatet af denne kæde af fælles planlægning er lavere forbrugerpriser - og forudsætnin- gen er tilbudssaviser.

Hvem vinder og taber, hvis tilbudssaviseren forsvinder?

Tilbudssaviserne er i dag med til at styrke de fysiske butikker. Tilbudssaviserne er den primære kanal til formidling af tilbud fra detailhandlen til forbrugerne.

Forsvinder tilbudssaviseren, vil de globale tech-giganter som Facebook og Google via deres medieplatforme sætte sig på formidlingen af tilbud til danske forbrugere.

På deres platforme bliver annoncering solgt til højest- bydende. Det betyder i første omgang svære tider for den lille købmand eller den lokale vinhandel med et begrænset markedsføringsbudget.

På den lidt længere bane risikerer vi, at det lokale handelsliv og den fysiske butik bliver udraderet af de store internationale nethandelsvirksomheder som Alibaba og Amazon. Det er svært at vurdere, hvor

hurtigt det vil gå - men det vil blive resultatet, hvis vi fjerner de lokale markedsføringsværktøjer, der i vid udstrækning er store og små danske erhvervsdrivendes sidste bolværk mod den internationale konkurrence.

Vi er i forvejen godt på vej til at slå den lokale handel ihjel. En undersøgelse foretaget af Dansk Erhverv viser, at 3.034 fysiske butikker er forsvundet mellem 2008 til 2018. Det svarer til en nedgang i antallet af butikker på 10,8%.

Ved at bevare tilbudssaviseren - og dermed lokalavisen - gør vi en indsats for at fastholde levende og pulserende lokalsamfund med aktive og attraktive bymidter.

Det siger lokalaviserne:

"De lokale ugeaviser er en hjørnesten i det lokale nærdemokrati og samtidig et enestående redskab til at holde sammen på nærmiljøet og de lokale handelsområder. Det er den redaktionelle vagthund der holder øje med lokalpolitikkerne og samtidig mediet der fortæller positive historier om foreningslivet og meget mere. Kort sagt en livsnerve for det lokale sammenhold.

En livsnerve, som er presset af et vigende annoncemarked, større digital konkurrence og stigende omkostninger til at sørge for at den lokale ugeavis bliver trykt og husstandsomdelt, til lige nøjagtig dem som ønsker at modtage den.

Husstandsomdelt distribution er essentiel for den lokale ugeavis og det enkelte lokalsamfund. Det er det eneste medie som kan ramme bredt i lokalsamfundet og specielt med informationen til borgerne i aldersgruppen 50+. Tankerne om etablering af en Ja tak-ordning vil have meget alvorlige konsekvenser for landets mere end 200 lokale ugeaviser. Distributionsomkostningerne vil stige meget voldsomt, hvis det endda vil være muligt at købe sig til husstandsomdeling af sin lokale ugeavis.

Sagt med andre ord, alle lokale ugeaviser, det lokale nærdemokrati og livsnerven i lokalsamfundene vil være i livsfare.

Lokalsamfund og demokrati svækkes ved en Ja tak ordning

Tilbudsaviser sikrer lokal sammenhængskraft

Overalt i landet er de lokale aviser under pres. De oplever faldende annonceindtægter og stigende konkurrence fra onlinemedier. Omdelingen af tilbudsaviser er med til at opretholde eksistensgrundlaget for en række lokalaviser. Som distributør kan vi tilbyde aviserne en – i forhold til markedet – lav omdelingspris. Vi tager aviserne med, når vi alligevel omdeler tilbudsaviser. På den måde sørger vi for, at et effektivt distributionsnetværk bliver anvendt til gavn for de små medier og for lokaldemokratiet.

Falder mængden af tilbudsaviser drastisk, vil prisen for omdeling af de små lokalaviser stige markant. Danske Medier vurderede i et notat fra april 2020 at meromkostningen vil løbe op i 660 mio. kr. Da aviserne allerede er økonomisk pressede, kan det betyde farvel til en række lokale medier og dermed den lokale sammenhængskraft blandt borgerne ude i landet. Det nære demokrati vil få markant ringere vilkår uden lokale borgernære medier.

Men sammenhæng handler også om at samles om et lokalt handelsliv. Om at kende de mennesker man handler hos. Om at have et fællesskab og tage lokale initiativer, der samler en landsby eller en bydel om gode oplevelser og fælles indsats. Forsvinder den lokale

isenkræmmer eller vinforretningen fra Hovedgaden, får vi ikke en erstatning. Og vi kan ikke hænge invitationerne til julefesten op hos Alibaba eller efterlyse vores forsvundne cykel hos Amazon.

Mange små butikker bliver presset både af væksten i internethandel og af de store butikskæder. Dette kender

Indeks retail (Bog&Idé, BOGhandleren og Legekæden) til. De administrerer 188 butikker rundt om i hele landet og er om nogen lokalt forankret. I et notat af maj 2021 beskriver de bl.a. følgende om brugen af deres kataloger: "Legekædens julekatalog er for rigtig mange familier i Danmark blevet en del af dansk kultur og juletradition. Det bliver ikke alene brugt som et katalog, men også som ønskeseddel, når børnene sætter krydser ud for det legetøj, de ønsker sig, og efterfølgende som huskeseddel for de forældre og bedsteforældre, der skal ud at købe julegaver." Indeks retail mener i øvrigt at katalogerne er omdrejningspunktet for en dansk værdikæde: "Meget af det vi sælger i vores kataloger, er danskproduceret. Skærer man katalogerne fra, så får det betydning for danske producenter, danske forlag og danske forfattere."

For de små butikker er tilbudsavisen derfor en vigtig mulighed for at kommunikere direkte til lokale forbrugere.

"Værkets trykte program er essentielt for vores virke. Det trykte medie kan noget, som andre platforme ikke kan, og brugerundersøgelser har flere gange vist, at vores kunder og brugere prioriterer vores trykte program, når de skal finde inspiration til oplevelser"

Peter Arild Johnsen, Marketingkoordinator
Musik- og teaterhuset Værket, Randers

De lokale ugeaviser bliver trykt på FSC papir, som er papir fra bæredygtigt skovbrug, og ved hjælp af ordningen Nej-tak til reklamer og lokale ugeaviser, bliver aviserne kun omdelt til dem som ønsker at modtage den og ikke har sagt nej tak.

Det vil sige, ingen unødige miljøpåvirkninger og der er ingen grund til at lave om på de forudsætninger"

Steffen Glaas,
Adm. direktør
Fonden Herlev Bladet

Herlev Bladet
heleherlev.dk • hele Herlev • hele tiden





Vi giver unge en god start

25% af danske unge søger job som omdeler

Vi i branchen skaber attraktive arbejdspladser for unge mellem 13 og 18 år. For mange af dem er omdeling af lokale ugeaviser og tilbudsaviser deres første job. Vi er glade og stolte over, at så mange unge har lyst til at arbejde hos os – og gør, hvad vi kan, for at give dem gode erfaringer med videre i deres arbejdsliv.

Alene i 2019 søgte ca. 25% af en ungdomsårgang job som omdeler for medlemmer af Brancheforeningen. Af dem endte næsten 60% med at få et job. Det betyder, at ca. 15% af alle unge mellem 13 og 18 år har arbejdet med omdeling af lokale ugeaviser og tilbudsaviser.

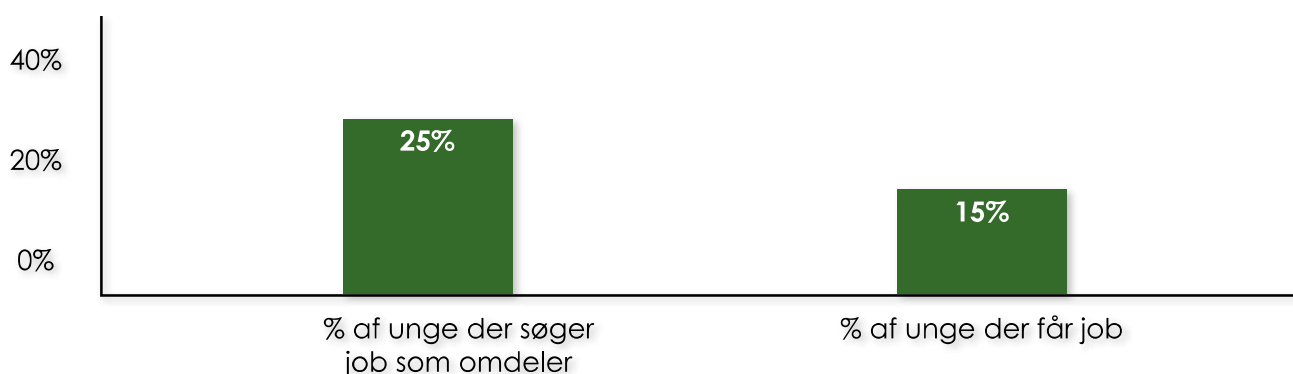
Jobbet som omdeler er ligeledes med til at skabe et jobmæssigt fundament for de unge videre i livet. I en undersøgelse, foretaget af et af Brancheforeningens medlemmer, viste det sig at 38% af de unge der har haft et job som omdeler ender med en stilling hvor de har et ledelsesmæssigt ansvar mod 21% for dem der ikke har haft et ungdomsjob.

Kigger vi på unge fra udsatte boligområder er effekterne af et fritidsjob jvf. en rapport fra Center for Boligsocial Udvikling, på samme måde signifikante. Af de unge der havde et fritidsjob da de var 15 år gamle var det 62% der to år senere var i gang med en uddannelse, de der ikke havde været i fritidsjob lå på 47%. Fire år senere, da de unge var blevet 19 år, var 58% af de tidligere fritidsjobbere i uddannelse, mens det gjaldt for 45% af dem, der ikke havde haft et fritidsjob. 34% af fritidsjobberne var i beskæftigelse, hvorimod det samme kun gjaldt for 20% af dem, der ikke havde haft et fritidsjob som 15-årige.

Blandt de 10.000 unge omdelere der er ansat hos Brancheforeningens medlemmer kommer 5-10% i gennemsnit fra udsatte boligområder.

Hvis vi tror på, at børn og unge har godt af at prøve at tjene deres egne penge, skal vi bevare de få muligheder for at få et fritidsjob, der er tilbage.

Ca. andel af en ungdomsårgang der søger job som omdeler



Kilde: Brancheforeningen og DST 2019

"Det bedste ved jobbet er, at man får en masse motion, og man tjener sine egne penge og også, at man stadig har en masse fritid, fordi jobbet er så fleksibelt"

Thea, 15 år



Del af vigtig værdikæde for jobs i Danmark

Gennem omdelingen af lokalaviser og tilbudsaviser skaber medlemmerne af Brancheforeningen jobs på lige fod med mange andre danske virksomheder. Vi beskæftiger i dag mere end 10.000 unge omdelere og flere hundrede fuldtidsfunktionærer.

Endnu vigtigere er måske den afledte effekt. Et forsigtigt estimat fra Nordjyske Medier er, at flere tusinde jobs på trykkerier og lokalaviser påvirkes indirekte af omdelingen af lokalaviser og tilbudsaviser.

For rigtig mange mennesker har et job hos et af medlemmerne i Brancheforeningen derfor været en trædesten på vej videre på arbejdsmarkedet.

Distribution af lokalaviser og tilbudsaviser er med andre ord fundamentet for mange arbejdspladser i Danmark. Specielt repræsenterer det en vej ind på arbejdsmarkedet for mange, der ikke er højtuddannede eller har brug for at få et førstehåndskendskab til danske arbejdsforhold. Vi mener, at det er vigtigt at bevare den type arbejdspladser, der er tilgængelige for mange – uanset uddannelse, etnisk baggrund eller tidligere tilknytning til arbejdsmarkedet.

"Når medarbejdere er gode til at samarbejde på tværs af alle slags forskelle på arbejdspladsen, så bliver vi mindre tilbøjelige til at reducere hinanden til stereotyper, og ser i stedet hinanden som unikke individer med mange forskellige personlige sider og kompetencer."

*Når kolleger er forskellige,
Institut for menneskerettigheder, 2011*





I branchen tager vi ansvar

Danmark i front på miljøet

Sammenlignet med andre lande har Danmark en af de mest miljømæssigt avancerede distributionsmodeller overhovedet. Udgangspunktet er, at omdelingen af tilbudsaviser og lokalaviser foregår så effektivt og ressourceneutralt som muligt.

Det er en af grundene til, at vi omdeler ugeaviser og tilbudsaviser samtidig. Omdelingen sker primært til fods med trækvogn af vores mere end 10.000 omdelere. Vi anvender ikke knallerter, elcykler og lignende. I forlængelse af debatten om miljø og klima lancerede

et af Brancheforeningens medlemmer i 2013 en forbrugerstyret Ja tak-ordning. Den kalder vi NejTak+. Ordningen giver forbrugerne mulighed for at få de tilbudsaviser, de ønsker - og ingen andre.

Danmark er det eneste land i verden, der i dag sikrer, at forbrugerne kan få præcis de tilbudsaviser, de ønsker at modtage. Brancheforeningen sidder stadig med ved forhandlingsbordet når den nuværende Nej tak-ordning diskuteres med Forbrugerombudsmanden.

"Papir er Danmarks mindste affaldsproblem. Brugt papir er nemlig ikke affald, men en vigtig råvare skabt af en miljøvenlig, vedvarende, fornybar og genanvendelig naturressource. Samtidig er papir et af de eneste områder, hvor vi er foran EU's målsætninger om sortering. Derudover kommer nye papirfibre fra udtyndingstræ brugt i andre træindustrier, så som møbler og byggeri. Papirproduktionen er derfor med til at sikre europæiske skovvækst – Europas skove vokser årligt med et areal, der svarer til Fyn."

Kilde: Grakom 2021

CO2 udledning fra tilbudsaviser og ugeaviser

Der eksisterer mange fordomme og myter om miljøbelastningen ved produktion af tilbudsaviser. Realiteterne er dog ifølge brancheorganisationen Grakom, at stort set alle tilbudsaviser i Danmark bliver produceret på et svanemærket trykkeri.

Svanemærket stiller strenge klima- og miljøkrav til blandt andet energiforbrug, råvarer, kemiske tilsætninger og affaldshåndtering.

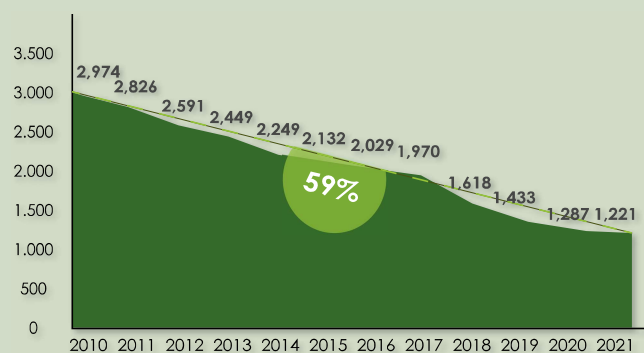
Langt størstedelen af det papir, der bliver brugt til tilbudsaviser, kommer fra certificeret skov. Gennem vores forskellige retursystemer bliver papiret fra tilbudsaviser genanvendt 7-10 gange. I første omgang til nye tilbudsaviser og aviser. Senere til emballager, æggebakker, køkkenruller og meget andet.

Ifølge Martin Einfeldt, kommunikationschef i Dansk Skovforening, har papirproduktion faktisk en gavnlig effekt på klimaregnskabet. Og det er noget, der overrasker mange, fortæller han.

"Papir er jo opsparet solenergi, og når vi er færdige med at bruge papiret, bliver det enten sendt til genbrug eller brændt af. Det frigiver energi til fx varme, så vi bruger mindre kul, olie og gas. Papirproduktion er en rigtig god måde at udnytte de udtyndingstræer, der alligevel skal fældes, så de store træer får plads til at vokse sig større, inden de anvendes i andre produktioner".

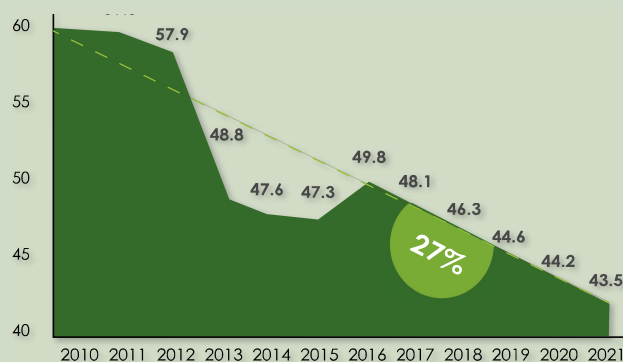
Martin Einfeldt
Kommunikationschef i Dansk Skovforening

Udvikling i omdelte tilbudsaviser i Danmark mio. stk.



Kilde: Reklameforbrugsundersøgelsen & Brancheforeningen (2010 – 2021)

Udvikling i vægten på en gennemsnitlig tilbudsavis hos et af Brancheforeningens medlemmer – gram pr. stk. i gennemsnit



Kilde: Brancheforeningen (2010 – 2021)

Danmark har mindsket mængden af uønskede tilbudsaviser

Siden 2010 er den samlede mængde af tilbudsaviser reduceret med 59% fra ca. 3 mia. stk. i 2010 til ca. 1,2 mia. stk. i 2021. Denne udvikling forsætter, og markedet regulerer med andre ord sig selv. En dag vil tilbudsavisen sikkert blive erstattet af andre kanaler og medier, der kan bruges lokalt. Men udviklingen bør ske i god ro og orden, så detailhandlen kan nå at omstille sig. Der er ingen grund til at trække tæppet væk under en hel branche. Dertil kommer, at vægten på en gennemsnitlig tilbudsavis i samme periode er faldet med 27%. Det betyder et ekstraordinært fald i den samlede volumen af tilbudsaviser.

Indeks retail skriver i deres notat fra maj 2021 vedr. at lade branchen regulere sig selv: "Derfor vil vi gerne opfordre til, at man lader udviklingen ske af sig selv, i et tempo hvor hele forsyningskæden kan følge med".

Eksport af miljøvenlig teknologi

Et af Brancheforeningens medlemmer har gennem flere år investeret i ny teknologi, der gør individuel husstands-pakning mulig. Det er baggrunden for, at fritvalgsordninger som NejTak+ overhovedet kan lade sig gøre. Samtidig sætter de samme investeringer i pakke-teknologi branchen i stand til at reducere mængden af

plast betragteligt, da det ikke længere er nødvendigt at indpakke tilbudsaviser mv. i plastfolie.

Vi er i Danmark længere end i de fleste andre lande, og et medlem af Brancheforeningen er nu også med til at understøtte den grønne omstilling hos Deutsche Post.

Den tyske postgigant Deutsche Post har en ambition om at gøre omdelingen af tryksager mere miljøvenlig. I den forbindelse har postvirksomheden netop indgået en tre-årig aftale med den danske distributionsvirksomhed FK Distribution, som har udviklet en grønnere emballage til tryksager. Deutsche Post har længe ønsket at udskifte plastikfolien med en mere bæredygtig indpakning. FK Distribution udviklede derfor en papirblanderole til det tyske marked.

Den nye form for emballage har vakt stor tilfredshed hos forbrugerne i Nordtyskland, men også hos Deutsche Post, som har valgt, at de på sigt vil indføre det som standard på deres tryksager i resten af Tyskland.

"FK Distribution besidder en unik teknologi og er rigtig langt fremme, hvad angår udviklingen af miljøvenlig pakketeknologi. Vi er glade for at have fundet en stærk partner, som gør os i stand til at fjerne den folie, vi normalt pakker vores tryksager i. Vi har stor tiltro til, at de kan hjælpe os med at løfte et samfundsmæssigt ansvar i forhold til bæredygtighed, miljø og klima", siger Torsten Gröske, som Vice President hos Deutsche Post.

Deutsche Post





De næste skridt

Mon vi var grønnere end du troede?

Tilbudsaviser bliver ofte kritiseret for en negativ påvirkning af miljøet. Og det er selvfølgelig korrekt, at det i lighed med enhver anden produktion efterlader et aftryk. Vi hævder ikke, at omdelte tilbudsaviser og lokale ugeaviser er en miljøneutral operation. På den anden side mener vi med denne rapport at have påvist, at den reelle miljømæssige påvirkning ligger langt fra de mange myter, der desværre stadig eksisterer. Vi håber også at have gjort det klart, at der her er tale om en branche, der leverer væsentlig værdi til det omgivende samfund. Økonomisk så vel som socialt.

Kan vi blive bedre?

Vi vedkender os uden tøven vores samfundsansvar i forhold til bæredygtighed, miljø og klima. Vi lever i en global virkelighed med en række store og fælles udfordringer, som det enkelte individ og den enkelte virksomhed må være med til at løfte. Ikke mindst ved at skabe større gennemsigtighed, når det gælder vores egen rolle og indsats.

Brancheforeningen har derfor igangsat en komplet livscyklusvurdering af tilbudsavisers samlede påvirkning af miljøet. Vurderingen rækker fra produktionen af papir over styrkelsen af biodiversiteten undervejs gennem en vurdering af transport og distribution for til sidst at kigge

på energien brugt til genanvendelse. Arbejdet er allerede igangsat med hjælp fra 2.-0 LCA Consultants, der er nogle af landets førende eksperter, så vi sikrer en uvildig og korrekt beregning af tilbudsavisers samlede aftryk.

Vi glæder os til at præsentere vores livscyklusvurdering og til en sober, reel og faktabaseret diskussion om vores branche. Den er vigtig for mennesker, lokalsamfund og erhvervsliv.

"Vores vigtigste opgave er at hjælpe virksomheder på deres rejse mod et mere bæredygtigt aftryk. Dette gør vi ved at levere livscyklusvurderinger af højeste kvalitet. Fundamentet for, at fremtidig udvikling sker både miljømæssigt og socialt ansvarligt er at få gennemført en retvisende livscyklusvurdering. Med udgangspunkt i dette fundament kan vi i fællesskab med virksomheden opsætte mål, der gør en reel forskel til fordel for miljøet."

Jannick Schmidt, PhD og CEO, 2.-0 LCA Consultants



Brancheforeningen
af Danske Distributionsvirksomheder