

Forbrugerpanelet om reklamer "Nej tak" og "Ja tak" ordninger

Forbrugerpanelet har i februar 2021 svaret på spørgsmål om "Reklamer Nej tak" ordningen og en eventuel mulighed for en ny "Reklamer Ja tak" ordning.

Resume

60 % eller 6 ud af 10 forbrugere oplyser i forbrugerpanelundersøgelsen, at de på nuværende tidspunkt er tilmeldt "Reklamer Nej tak" ordningen, så de ikke modtager husstandsomdelte reklamer, som fx tilbudsaviser.

3 ud af 4 forbrugere, der på nuværende tidspunkt er tilmeldt "Reklamer Nej tak" ordningen, har truffet dette valg for at mindske belastningen af miljø og klima, mens halvdelen af disse forbrugere oplyser at være tilmeldt ordningen, fordi der kommer for mange reklametryksager i postkassen. Halvdelen af forbrugerne, der på nuværende tidspunkt *ikke er* tilmeldt "Reklamer Nej tak" ordningen, har fravalgt denne ordning, fordi de orienterer sig efter tilbuddene i reklametryksagerne, mens lige under halvdelen af disse forbrugere oplyser, at de ikke er tilmeldt ordningen, fordi de ofte læser og bruger reklametryksagerne.

Men 75 % eller 3 ud af 4 forbrugere foretrækker helt eller delvist en "Reklamer ja tak" ordning, hvor de ikke modtager husstandsomdelte reklamer og tilbudsaviser i deres postkasse, med mindre de selv aktivt siger ja. Ud af de helt eller delvist "Reklamer Ja tak" positive forbrugere, foretrækker 61 % i meget høj grad eller i høj grad en eventuelt ny "Reklamer Ja tak" ordning, mens 14 % siger, at de foretrækker det i nogen grad. Forbrugere under 40 år svarer i signifikant større omfang, i forhold til forbrugere på 60 år eller derover, at de i meget højere grad foretrækker en ny "Reklamer Ja tak" ordning frem for den nuværende "Reklamer Nej tak" ordning.

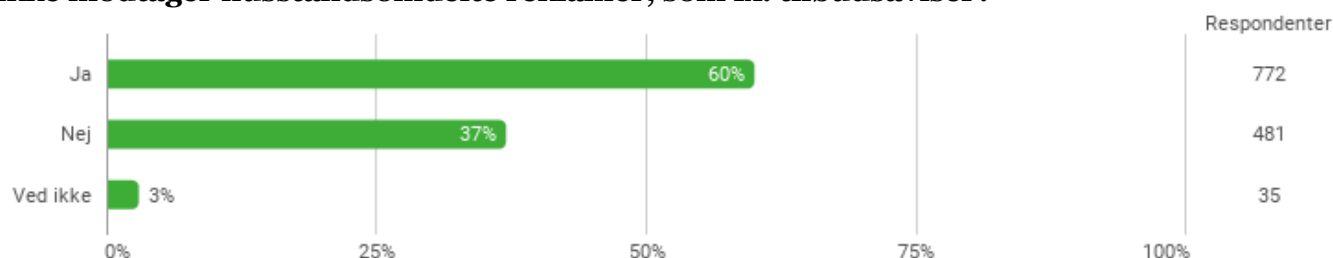
Analysebetinger

Forbrugerpanelet er sammensat som et webpanel. Forbrugerpanelets respondenter er tilfældigt rekrutteret via telefoninterviews af en ekstern leverandør af dataindsamlinger og repræsenterer et bredt udsnit af den danske befolkning. Forbrugerpanelet består af ca. 2.200 forbrugere. S sammensætningen af respondenterne i forhold til populationen, defineret som forbrugere på 18 år eller ældre ud fra data fra Danmarks Statistik, kan i nogle undersøgelser mangle fuldstændig repræsentativitet. Dette løses ved at foretage en vægtet korrektion af stikprøven ud fra relevante baggrundsvariable.

I denne undersøgelse har 1.288 respondenter besvaret dette tema i undersøgelsen helt eller delvist. Svarprocenten er 58%. Svarene er efterfølgende vægtet i forhold til køn og alder.

For at undgå, at der bliver husstandsomdelt reklamer i din postkasse, har du i mange år kunnet tilmelde dig en ”Reklamer Nej tak” ordning.

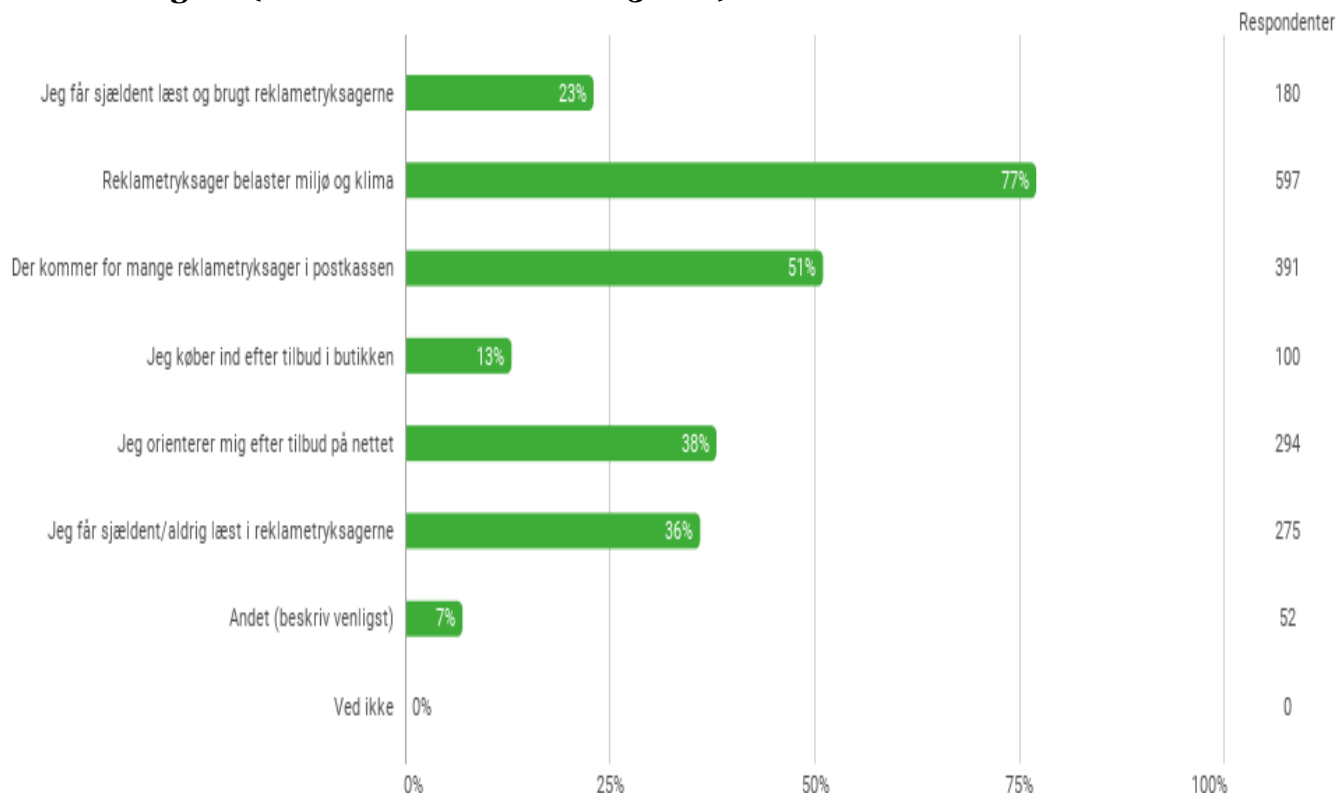
Er du på nuværende tidspunkt tilmeldt ”Reklamer Nej tak” ordningen, så du ikke modtager husstandsomdelte reklamer, som fx. tilbudsaviser?



Figur 1 – Alle.
N = 1.288

Det fremgår af figuren ovenfor, at 60% eller 6 ud af 10 forbrugere på nuværende tidspunkt er tilmeldt ”Reklamer Nej tak” ordningen, så de ikke modtager husstandsomdelte reklamer, som fx tilbudsaviser.

Hvad er de vigtigste årsager til, at du har valgt at tilmelde dig ”Reklamer Nej tak” ordningen? (Du kan markere fra 1 til 3 svar)



Figur 2 – Respondenter der på nuværende tidspunkt er tilmeldt ”Reklamer Nej tak” ordningen.
N = 772

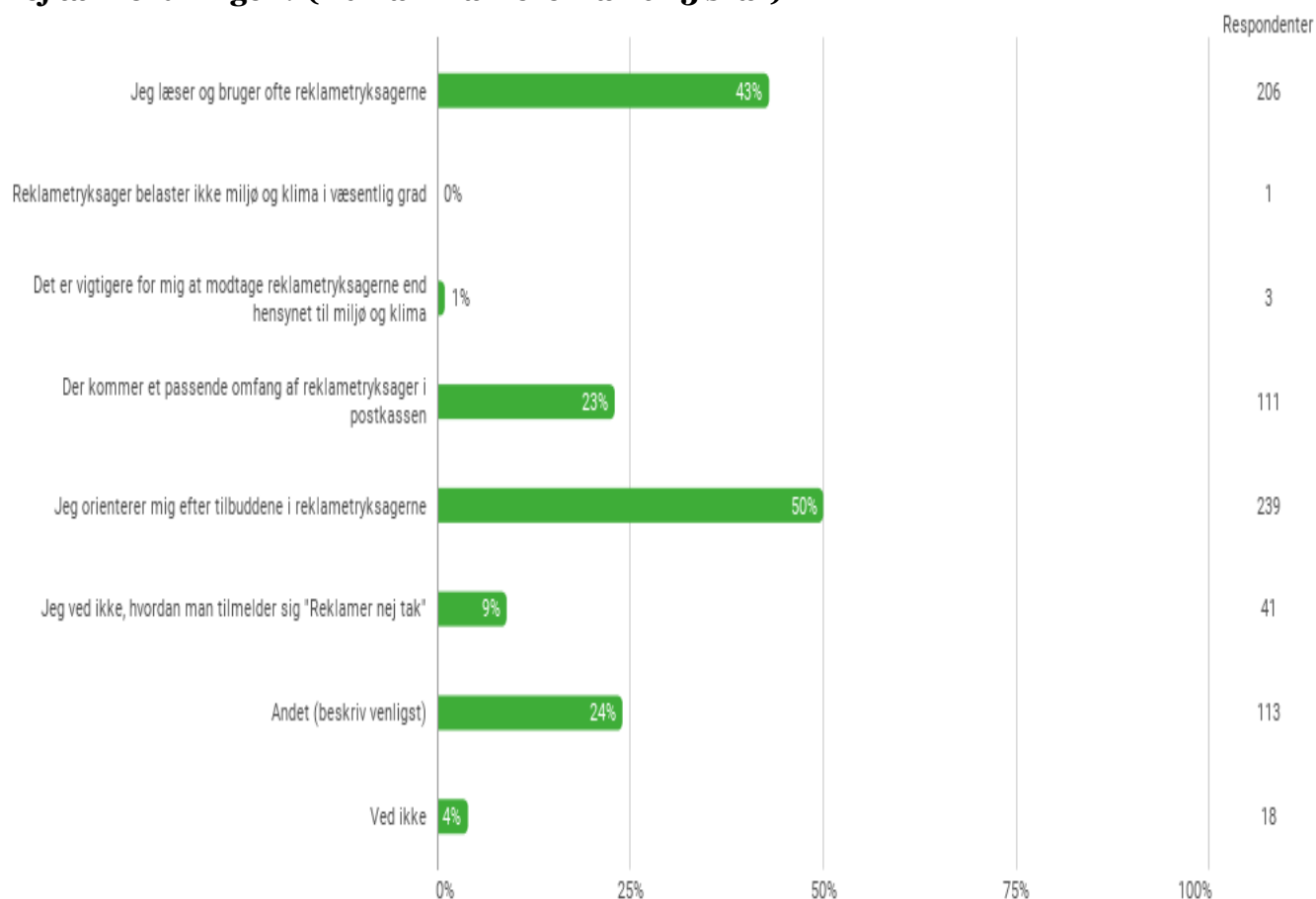
Det fremgår af figuren ovenfor, at 77% eller 3 ud af 4 forbrugere, der på nuværende tidspunkt er tilmeldt "Reklamer Nej tak" ordningen, har truffet dette valg for at mindske belastningen af miljø og klima. 51% eller halvdelen af disse forbrugere oplyser at være tilmeldt ordningen, fordi der kommer for mange reklametryksager i postkassen. Herudover oplyses de typiske årsager til at være tilmeldt ordningen, at de orienterer sig efter tilbud på nettet, hvilket 38% eller 4 ud af 10 forbrugere oplyser som årsag, og at de sjældent/aldrig får læst i reklametryksagerne, hvilket 36% eller 7 ud af 20 forbrugere oplyser som årsag.

Andet (beskriv venligst)

- Gider ikke at slæbe dem til 4 sal for at slæbe dem ned igen.
- Jeg køber når jeg har behov uden at skele til tilbud
- har ordningen med selvvalgte reklamer
- netop flyttet og "overtaget" ordningen
- fokuserede reklamer/lokale butikker
- Tilmeldt minetilbud
- Jeg er tilmeldt ordning med valgmuligheder
- Har ikke behov for de store indkøb og køber, hvad jeg har brug for.
- Jeg handler mest på nettet
- Spild af papir. reklamerne ligger i alle buikkerne i forvejen.
- Jeg rejser meget
- Jeg var med i organisationen, der var med til at få det indført i sin tid - det er en principalsag for mig
- Får det jeg vil se på Nettet.
- Modtager 4 reklamer om ugen
- har valgt reklamer som jeg bruger og handler tilbud fra
- Jeg benytter apps, og handler samme steder uanset tilbud.
- er generelt imod reklamer
- Googler tilbud over nettet på hvad jeg mangler
- Jeg får adr. Reklamer
- Jeg køber ikke ind efter tilbud
- Får 3 reklamer efter eget valg
- Syntes ikke det er nødvendigt med al det papir spild
- plus-ordningen gør at jeg kun modtager de få reklamer jeg læser/bruger
- Vil hellere læse dem online
- jeg vil ikke lade mig friste til køb jeg ikke har brug for
- På daværende tidspunkt havde jeg ikke tid til at læse reklamerne, nu vil jeg gerne have reklamerne i min postkasse igen, men har ikke fået mig tilmeldt igen.
- Læser dem aldrig
- Jeg er modstander af reklamer
- vi har valgt flexordning; vi får 2 reklamer i postkassen hver uge
- rabatordninger som favoriserer visse kundegrupper fremfor andre
- Jeg modtager udvalgte reklametryksager, som jeg selv har valgt på minetilbud.dk
- Modtager 3 udvalgte reklamer
- Jeg bruger bare for mange penge
- har ikke brug for alle reklamer
- vil bestemme hvilke reklamer jeg vil modtage
- Jeg køber det jeg vil have og har brug for - ikke fordi det er på tilbud.
- De var altid våde, når de bliver afleveret i et rør ved vejen.

- Jeg har ikke plads i skraldespanden til de store mængder
- Tilbud skal ikke styre mit liv.
- Generel modstand mod at blive plaget med reklamer.
- Fylder affaldscontaineren unødigt.
- Besvær med at smide dem ud.
- Jeg køber det jeg har brug for, og ikke hvad der er på tilbud
- Jeg køber det jeg har brug for og anvender trustpilot og pricerunner
- Tilbud hos Coop app
- Får ganske få og relevante reklamer
- Miljøsvineri
- jeg ønsker ikke at blive lokket til at købe noget, jeg ikke har brug for.
- Og er fuldstændig unødvendige!
- Mit kollegie har valgt det for alle beboere

Hvad er de vigtigste årsager til, at du ikke har valgt at tilmelde dig ”Reklamer Nej tak” ordningen? (Du kan markere fra 1 til 3 svar)



Figur 3 – Respondenter der på nuværende tidspunkt ikke er tilmeldt ”Reklamer Nej tak” ordningen.
N = 481

Det fremgår af figuren ovenfor, at 50% eller halvdelen af forbrugerne, der på nuværende tidspunkt ikke er tilmeldt ”Reklamer Nej tak” ordningen, har fravalgt denne ordning fordi de orientere sig efter tilbuddene i reklametryksagerne. 43% eller 9 ud af 20 forbrugere oplyser,

at de ikke er tilmeldt ordningen, fordi de ofte læser og bruger reklametryksagerne. Herudover oplyses en typiske årsag til ikke at være tilmeldt, at de synes, at der er et passende omfang af reklametryksager i postkassen, hvilket 23% eller hver fjerde forbruger oplyser som årsag.

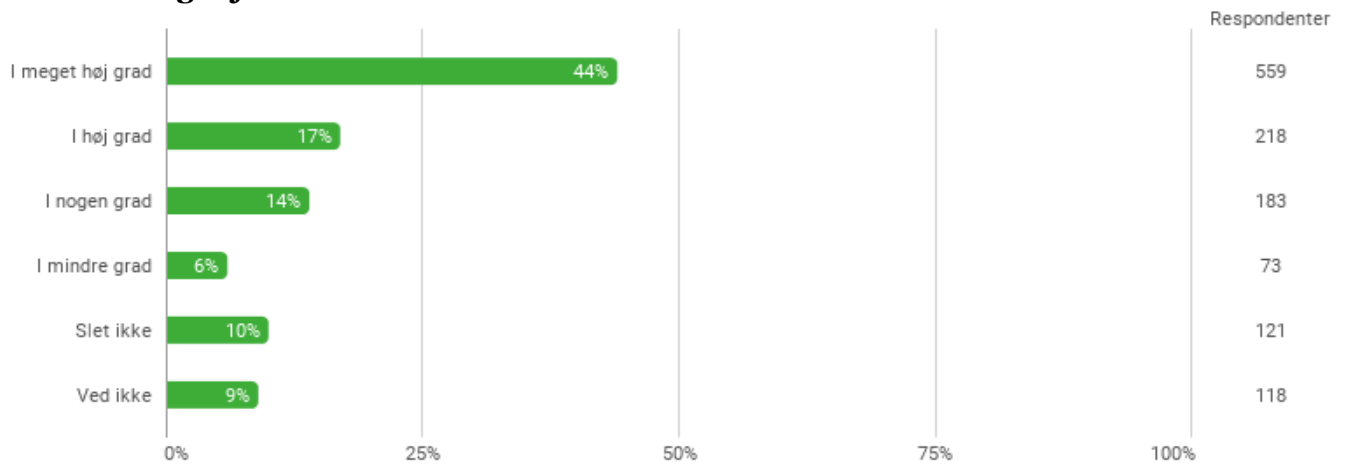
Andet (beskriv venligst)

- Konen vil have dem
- Dovenskab
- Omdelerne skal også ha' en chance
- en del lokalstof
- Min hustru vil meget gerne have reklamerne, som hun orienterer sig efter før hun tilrettelægger sine indkøb.
- Det svinger hvor meget alle i husstanden læser dem
- nogle i husstanden vil gerne modtage
- har kun tilvalgt de få dagligvarerbrochurer fra forretninger vi handler i, alt andet er fravalgt
- Er lige flyttet i lejebolig i etageejendom
- Jeg har tilmeldt mig den ordning hvor jeg sælge vælge hvilke jeg vil modtage
- Tilmeldt nej tak sæt med mine udvalgte reklamer
- Må tilstå, at jeg kommer fra at få det gjort
- Fravalgt de fleste, modtager kun de relevante
- Modtager kun enkelte reklamer og har valgt hvilke
- Er tilmeldt Nej Tak + og modtager kun få udvalgte
- Jeg er med i Gallups panel til tjek af reklamer
- Jeg har overvejet at afmelde reklamerne og læse dem digitalt
- Der kommer kun dem, jeg har bedt om
- Jeg har ikke fået tilmeldt mig "nej tak", men burde nok gøre det.
- min kone ser i dem
- får motion til og fra postkasse samt papiraffaldsbøtten
- Min fattige nabo overlever ved at uddele reklamer
- har sagt nej tak til udvalgte, så vi kun får dem vi læser
- Har forsøgt at fravælge reklamer uden held.
- dovenskab
- får kun udvalgte reklamer
- Framelding fungerer ikke
- Min mand vil gerne se i dem.
- Min mand læser dem
- jeg læser aldrig reklamer
- Jeg har fravalgt de reklamer jeg ikke bruger og tilvalgt få stykker jeg bruger, for at skåne miljøet.
- Jeg har valgt de reklamer, jeg ønsker at modtage fra valgt resten
- Har nej tak+
- Jeg har "valgt" de reklamer, jeg modtager.
- Jeg får 2 reklamer på papir. Andre ser jeg på nettet
- Har selv valgt antal reklamer
- Jeg modtager ikke reklamer
- Jeg har afmeldt dem, men får dem alligevel stadig
- Har ikke fået afmeldt efter flytning
- Er tilmeldt ordning med få reklametryksage.

- Har bestilt de reklamer der er nødvendige
- Dovenskab
- Herude på landet er det den eneste kilde til info om lokale forhold
- Jeg har ikke fået meldt mig til
- Har valgt de reklamer jeg er mest interesseret
- Har ikke fået det afmeldt
- Jeg har hørt at e_reklamer belaster miljøet lige som trykreklamer. Jeg er tilmeldt "nej tak +" og få meget få reklamer.
- Jeg modtager kun de reklamer, som jeg bruger til lokale indkøb. har frameltd resten.
- Ikke fået meldt fra igen. Det er tidsbestemt tror jeg
- Min mand læser dem
- vi bor fast i sommerhus, og der deles ikke reklamer ud
- Der kommer ikke nogle reklamer i det område jeg bor i
- jeg har skræddersyet hvilke reklamer jeg får
- Jeg modtager kun udvalgte reklamer
- Modtager udvalgte relevante reklamer
- Har ikke fået meldt fra
- Men langt de fleste kunne jeg let undvære
- Jeg har været inde og vælge hvilke reklametryksager jeg vil modtage - og hvilke jeg ikke vil modtage
- Der kommer ikke reklamer helt herud hvor jeg bor
- Jeg modtager kun få udvalgte, men har lidt dårlig samvittighed over ikke at sige nej tak til det hele
- Reklamer i almindelighed fravalgt, men har valgt 3, som bliver leveret.
- jeg har valgt "Nej tak+" ordningen, så jeg kun får reklamer fra de 4-5 butikker, hvor jeg faktisk handler
- det virker ikke og melde, fra de kommer stadig
- Er tilmeldt: "din reklame"- så jeg får kun dem der er tilmeldt
- Jeg er tilmeldt en ordning, hvor jeg kun får de reklamer, jeg vil have, så jeg får kun 3 reklamer om ugen.
- Jeg styrer selv, hvad der kommer af reklametryksager i postkassen
- Vi modtager af en eller anden grund aldrig reklamer, hvorfor det ikke er nødvendigt med et "nej tak" skilt
- vi har et udvalg af reklamer, som vi bruger
- Lokalaviser kommer sammen med reklamerne
- jeg har fravalgt de reklamer, jeg ikke bruger
- Min kone vil gerne modtage trykte reklamer
- Vi kun udvalgte reklamer
- Det er ikke mig der styrer dette. Da jeg bor til leje
- Det er ikke lykkedes at få sendt
- Vi har selektivt udvalgt de reklamer der er relevante for os
- Jeg vil gerne have enkelte af reklamerne
- Andre på matriklen bruger dem
- Jeg har fået at vide det er besværligt
- Min mand læser reklamerne, men ikke mig!
- Skiltet bliver overset eller ignoreret alligevel.
- og check på web sider
- Engang var jeg, men da man skulle forny pr. år var det for besværgeligt, spild af tid.
- er lige flyttet. Modtog ikke reklamer tidligere

- Det lader jeg konen om
- min kone vil gerne have dem
- Jeg synes, at der kommer meget for meget reklamer i min brevkasse og dem der er der smider jeg ud med det samme.
- Jeg har valgt de reklamer jeg gerne vil have
- Bor hvor ingen reklamer omdeles
- Har valgt kun at modtage de reklamer, som er relevante for mig
- Jeg er tilmeldt ordning, hvor jeg får udvalgte tilbudsaviser
- Vi har valgt at modtage relevante reklamer.
- Har ikke fået tilmeldt mig
- Får kun tilvalgte reklamer
- Hyggeligt at læse reklamer
- Min kone
- min ægtefælle ønsker at reklamerne leveres - jeg gør ikke :-)
- min kone læser dem
- har fravalgt en del irrelevante reklamer
- Modtager udvalgte reklamer
- Har selv besluttet antal af reklamer
- Uenighed i husstand om hvorvidt vi skal tilmelde os ordningen har betydet, at vi ikke er tilmeldt
- hensyn til beskæftigelse for omdelere
- Det skaffer job
- Jeg er tilmeldt min reklame og modtager kun de reklamer jeg ønsker
- Det er inden for den seneste tid en overvejelse at tilmelde husstanden
- Er lige flyttet i nyt hus, hvor jeg ikke har fået tilmeldt mig "nej tak" endnu
- jeg har valgt de reklamer der har relevans for mig og fravalgt de øvrige reklamer
- Hører fra andre at reklamer nej tak mærket ikke respekteres - så har ikke gjort mig ulejligheden at få det
- burde nok fravælge nogle
- Jeg har følt at det var nemmere bare at smide reklamerne ud til når de kommer
- Jeg har tidligere været tilmeldt nej tak til reklamer, men kan ikke få rekvireret et nyt mærke til min postkasse
- Kone læser de fleste reklamer
- bor i sommerhus hele året
- Jeg har fra valgt reklamer jeg ikke læser

I hvilken grad ville du, frem for den nuværende "Reklamer Nej tak" ordning, foretrække en eventuelt ny "Reklamer Ja tak" ordning, hvor du ikke modtager husstandsomdelte reklamer og tilbudsaviser i din postkasse, med mindre du selv aktivt siger ja?

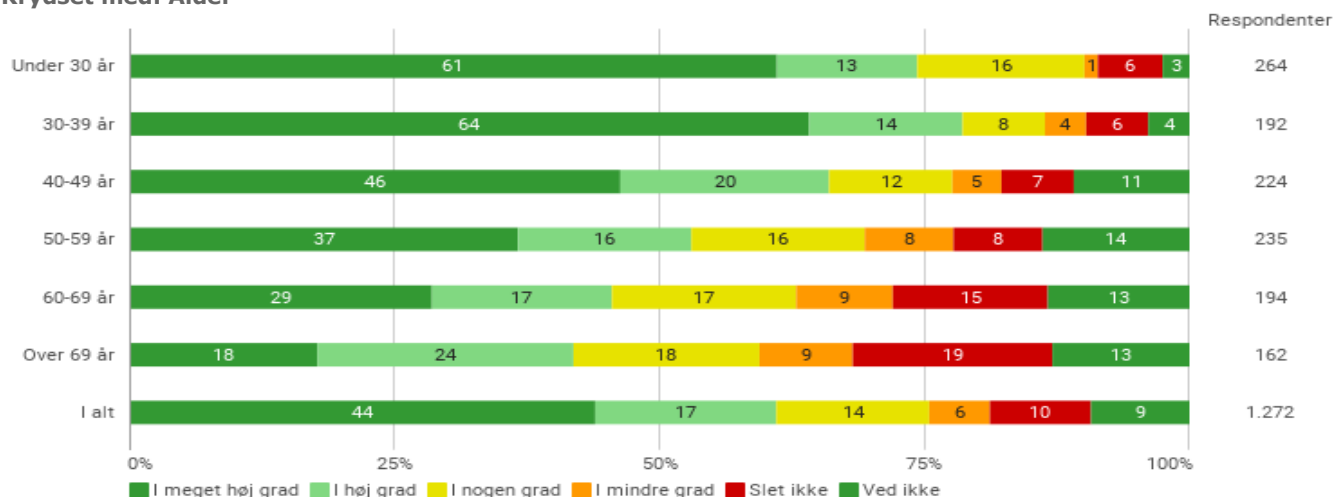


Figur 4 – Alle.
N = 1.272

Det fremgår af figuren ovenfor, at 61% i meget høj grad eller i høj grad foretrækker en eventuelt ny "Reklamer Ja tak" ordning, hvor de ikke modtager husstandsomdelte reklamer og tilbudsaviser i deres postkasse, med mindre de selv aktivt siger ja. Hertil kommer 14%, der i nogen grad foretrækker en ny "Reklamer Ja tak" ordning. Dvs., at 75 % eller 3 ud af 4 forbrugere helt eller delvist foretrækker en ny "Reklamer Ja tak" ordning. Omvendt er der 16% eller 3 ud af 20 forbrugere som i mindre grad eller slet ikke ville foretrække en "Reklamer Ja tak" ordning frem for den nuværende "Reklamer Nej tak" ordning.

I hvilken grad ville du, frem for den nuværende "Reklamer Nej tak" ordning, foretrække en eventuelt ny "Reklamer Ja tak" ordning, hvor du ikke modtager husstandsdelte reklamer og tilbudsaviser i din postkasse, med mindre du selv aktivt siger ja?

Krydset med: Alder

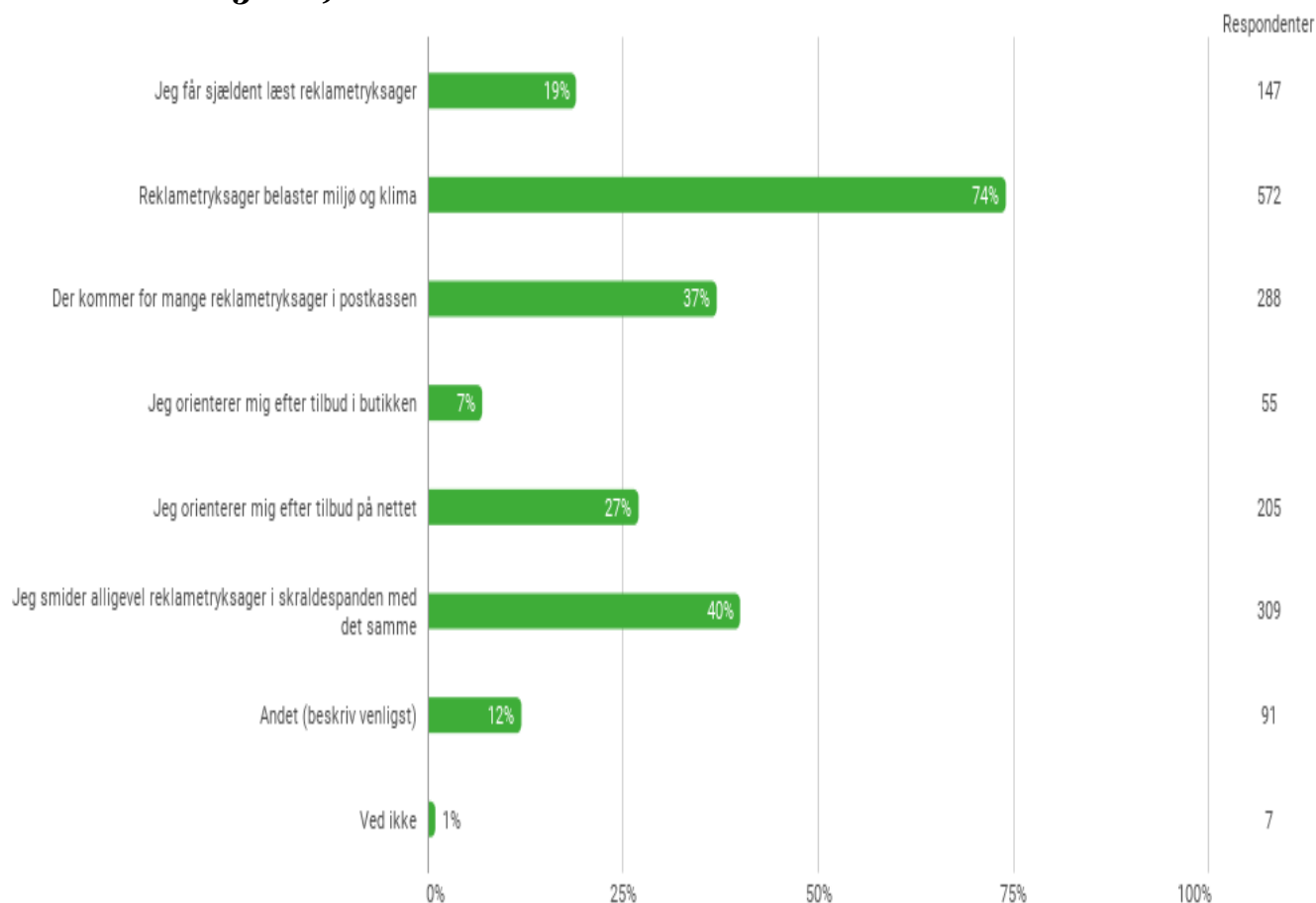


Figur 5 – Alle.

N = 1.272

Det fremgår af figuren ovenfor, at forbrugere under 40 år i signifikant større omfang, i forhold til forbrugere på 60 år eller derover, svarer, at de i meget højere grad foretrækker en ny "Reklamer Ja tak" ordning frem for den nuværende "Reklamer Nej tak" ordning. Omvendt forholder det sig med forbrugere på 60 år eller derover, der i signifikant større omfang, i forhold til forbrugere på under 40 år, svarer, at de slet ikke foretrækker en ny "Reklamer Ja tak" ordning frem for den nuværende "Reklamer Nej tak" ordning.

Hvad er de vigtigste årsager til, at du i meget høj/i høj grad ville foretrække en ”Reklamer Ja tak” ordning frem for en ”Reklamer Nej tak” ordning? (Du kan markere fra 1 til 3 svar)



Figur 6 – Respondenter der i meget høj grad/i høj grad foretrækker en ny ”Reklamer Ja tak” ordning.
N = 777

Det fremgår af figuren ovenfor, at 74% eller 3 ud af 4 forbrugere, der i meget høj grad/i høj grad foretrækker en ny ”Reklamer Ja tak” ordning, foretrækker en ny ordning af den årsag, at reklametryksager belaster miljø og klima. 40% eller 4 ud af 10 forbrugere oplyser årsagen, at de smider alligevel reklametryksager i skraldespanden med det samme, mens 37% eller 7 ud af 20 forbrugere oplyser som årsag, at der kommer for mange reklametryksager i postkassen.

Andet (beskriv venligst)

- At man tager aktiv action
- Reklamer fordyrer varerne.
- De er en belastning for detailhandelen
- Man leder på nettet efter det man skal bruge
- omkostningen pålægges forbrugeren
- Mere positiv ordlyd
- Kan få reklame for bestemte butik
- Dem der ønsker trykte reklamer, som mig, skal nok få sig tilmeldt
- Vælger reklame på minetilbud = ja tak til valgte
- Modtager kun udvalgte

- butikker kan annoncere i ugeaviser og dermed støtte dem
- selv vælge hvad reklamer man ønsker
- modtage reklamer fra de to dagligvarebutikker, jeg handler i
- Jeg køber, hvad jeg har brug for og lader mig meget sjældent til at købe "vildt ind".
- Jeg tror der er mange som slet ikke læser dem men som ikke får sat et nej tak på postkassen
- Så ville flere ikke få reklamer som de alligevel ikke kigger i, gælder dog ikke for mig.
- Jeg får måske ikke afmeldt selv
- mindre motion - ja tak!
- Vi har i forvejen en reklameservice, hvor vi selv vælger de reklamer, vi ønsker. Alt for mange husstande smider dem bare ud uden at læse dem.
- Det er bedre at vælge til frem for at skulle vælge fra
- Man kunne udvælge få relevante reklamer hvis nogen overhovedet. Folk skal selv tage stilling til, om de vil have fysiske reklamer eller læse dem på nettet
- Det er et samfundsansvar at nudge til bedre miljøvalg. Så derfor bedst med forbud. Nr2 er aktiv tilvalg i stedet for fravalg. Man skal også tilvælge papirbrev framfor e-boks så jeg kan modtage dem jeg ønsker
- Så ville man sikre at dem ikke ønsker reklametryksager heller ikke modtager dem.
- jeg bruger kun ca 4 butikker
- Jeg bruger ikke reklameaviser, så jeg gider ikke bøvle med nej tak.
- Dem der ikke får taget sig sammen til nej tak - kommer nu med
- De husstande, der ikke læser reklamer mv. kasserer dem bare. Mange vil ikke have ulejligheden med at afmelde reklamer mv.
- For at hjælpe dem, der ikke får frameldt reklamerne...
- Det vil være bedre for miljøet da mange ikke gider bøvlet med at få et nej tak skilt og så hellere vil smide reklamerne direkte ud
- så fik jeg kun reklamer som interesserer mig
- jeg er generelt imod reklamer
- Budene smider reklamer ind selv om det er afmeldt
- Jeg læser altid reklamerne
- Mange smider reklamerne direkte ud fordi de ikke får meldt det fra, tænker der kunne spares meget på miljø hvis alle interesserede skulle tilmelde sig
- Vælger selv få reklamer
- Jeg har en "Reklamer ja tak ordning"
- De aktive valg vil få de fleste til ikke at gøre noget - sparer reklamer
- Så får man ikke uønskede reklamer
- Folk er dovne og mange får sig aldrig tilmeldt reklamer nej tak
- Nej tak glemmes for ofte af budene
- Jeg er mere til aktive tilsagn
- Miljøbelastningen bliver mindre fordi dem, der ikke får sagt nej tak alligevel bare smider dem ud.
- Det er spild at omdele til husstande, der ikke læser alligevel og ikke får afmeldt.
- Det er jo nærmest det jeg har med "NEJ TAK +" ordningen
- jeg bruger etilbudsavis
- Vil helst vælge de relevante
- Igen, jeg får kun de reklamer, jeg har bedt om.
- jeg går ikke efter tilbud
- Miljøet

- Der er en besværlig overgang, hvor "nej tak"-mærkatet er forældet(?) og man skal bestille nyt. I den periode får man reklamer (som man ikke ønsker)
- modstander af reklamer
- så kan jeg vælge hvilke butikker jeg ønsker reklamer fra
- Det vil være positivt for miljøet, at man skal lave et aktivt tilvalg fremfor et aktivt fravalg.
- En differentieret ordning for ugeaviser ville give mig et valg
- mærkeligt at man aktivt skal vælge fra - mere fair at man skal vælge til ...
- Fritvalgsordning fremfor en fravalgsordning
- reklamerne er økoogisk og åndelig forurening
- jeg får ofte reklamer trods klistermærket nej tak
- Så kan jeg selv vælge, hvilke reklamer jeg vil have, alt efter skiftende behov.
- Jeg bor inde i en skov..Har altid haft problemer med at få aviser, reklamer, blade..
- Det er jo ren spild, hvis der ikke bruges - det er altså tilfældet rigtig mange steder.
- Læser aldrig reklamerne
- Der er for mange, der ikke får afmeldt reklamerne.
- så kan jeg vælge hvorfra jeg skal få reklame
- selv at kunne udvælge ønskede reklamer
- Det har flere gange været besværligt at forny 'Nej tak ordningen', så det vill være meget smartere/nemmere at tilmelde sig de reklamer man ønskede sig.
- Man undgår at skulle melde fra igen, hver gang man flytter.
- Bliver fristet til at købe ting jeg ikke har brug for
- Vil så kun få dem, jeg læser.
- ønsker kun få udvalgte reklamer
- Sådan set bestemmer jeg allerede, hvilke butikker, jeg vil høre fra
- Mange smider den ud uden at have læst dem
- Har Nejtak+ ordning hos forbrugerkontakt
- Har valgt tre reklamer pr. uge
- Jeg er tilmeldt en ordning hvor jeg selv vælge
- Så skal man aktivt tilvælge reklamer, og det tror jeg folk får gjort i mindre grad end de bliver fravlt
- Det er naturligt at man kun skal modtage noget man har bedt om.
- Mine naboers postkasser bliver fuld af tryksager og ikke tømt
- Jeg vil vælge de få, som jeg bruger
- Som sagt "Reklametryksager belaster miljø og klima", og tror det er de færreste som reelt læser dem. I min husstand synes vi det er hyggeligt og vi orienterer os efter tilbudene i reklamerne. Jeg er en ung pige på snart 20 og når jeg flytter hjemmefra, ville jeg nok tilmelde mig ordningen "Reklamer Nej Tak", da jeg selv ville bruge nettet, og ville synes det var en skam at belaste miljøet og klimaet på noget der ikke bliver brugt.
- som jeg skrev tidligere, så har jeg i forvejen valgt de få reklamer der har betydning for min husstand
- Jeg ønsker kun ganske få og relevante reklamet
- Så kan man aktiv selv vælge hvad man gerne vil modtage!
- Dovenskab
- Det ville være godt for miljøet overordnet set, da der sikkert er mange mennesker, der ikke får taget sig sammen til at melde sig fra (ingen fordømmelse, det var sådan det var med mig i flere år)
- Reklametryksager bør helt afskaffes, da det er unødvendigt
- Tror det ville have en stor effekt på mængden af tryksager, hvis man selv aktivt skal tilmelde sig reklamer.

- Personligt ville det ingen forskel gøre, da jeg nok skal sørge for at sige "nej tak". Dette får mange dog ikke gjort, så de modtager reklamer for blot at smide dem ud - eller på gulvet i den fælles opgang, hvilket er spild er ressourcer.
- nogle har vi glæde af
- Vil selv bestemme hvilke reklamer jeg modtager

Bilag A

I hvilken grad ville du, frem for den nuværende "Reklamer Nej tak" ordning, foretrække en eventuelt ny "Reklamer Ja tak" ordning, hvor du ikke modtager husstandsomdelte reklamer og tilbudsaviser i din postkasse, med mindre du selv aktivt siger ja?

Krydset med: For at undgå, at der bliver husstandsomdelt reklamer i din postkasse, har du i mange år kunnet tilmelde dig en "Reklamer Nej tak" ordning. Er du på nuværende tidspunkt tilmeldt "Reklamer Nej tak" ordningen, så du ikke modtager husstandsomdelte reklamer, som fx. tilbudsaviser?



Krydsanalysen viser, at af de respondenter der på nuværende tidspunkt ikke er tilmeldt "Reklamer Nej tak" ordningen og dermed modtager reklamer, er der 73 % eller ca. 3 ud af 4 af disse respondenter, der enten i meget høj grad, i høj grad eller i nogen grad foretrækker en eventuelt ny "Reklamer Ja tak" ordning. Omvendt foretrækker 14% eller hver syvende af disse respondenter kun i mindre grad eller slet ikke en eventuelt ny "Reklamer Ja tak" ordning.

Krydsanalysen viser også, at af de respondenter der på nuværende tidspunkt er tilmeldt "Reklamer Nej tak" ordningen og dermed ikke modtager reklamer, er der 76% eller ca. 3 ud af 4 af disse respondenter, der enten i meget høj grad, i høj grad eller i nogen grad foretrækker en eventuelt ny "Reklamer Ja tak" ordning. Omvendt foretrækker 17% eller hver sjette af disse respondenter kun i mindre grad eller slet ikke en eventuelt ny "Reklamer Ja tak" ordning.

