

Kerstpakketten groter en duurder, maar branche vreest de cadeaubon

MAANDAG, 05:58 ECONOMIE



Kerstpakketten bij groothandel Sligro in Veghel NOS

Slagroom, koffie, thee, chocolade, Ardenner-paté, ragout: voor veel werknemers klinkt het vertrouwd, want dit is vaak de inhoud van het kerstpakket. Naar schatting 6 miljoen mensen krijgen deze dagen een blijk van waardering van de baas. Meestal in de vorm van een doos met vooral levensmiddelen, maar het kan ook een cadeaubon zijn.

De kerstpakkettenbedrijven zijn ook dit jaar opgetogen. "Het aantal pakketten neemt toe en ook de gemiddelde waarde", zegt Arjan de Knecht van branchevereniging Platform Promotional Products. In 2014 kostte een kerstpakket gemiddeld 41 euro, inmiddels is dat opgelopen tot 47 euro. "Met uitschieters tot wel 50 of 60 euro. Daaraan merk je dat een pakket weer iets mag kosten en dat het met veel bedrijven goed gaat." Omgerekend zou er in deze branche dus 250 miljoen euro omgaan.

Makro en Sligro

Makro en Sligro zijn de grote spelers met - naar eigen zeggen - respectievelijk 1,5 miljoen en 1 miljoen pakketten. Daarna volgen twintigtal middelgrote bedrijven die volgens De Knecht tussen de 100.000 en 200.000 pakketten verzorgen. De Knecht: "De markt is nogal versnipperd. Dat maakt een schatting van het aantal moeilijk. En bedrijven hebben nog weleens de neiging om het aantal enigszins mooier voor te stellen."

Volgens Sligro is Kerst een feest van traditie, en het pakket dus ook. "Je ziet heel langzaam dat trends veranderen. Verwacht geen schokkende wijzigingen", aldus Wilco Jansen van Sligro. "Het populairste thema is en blijft 'gezelligheid in en rondom het huis'. Je ziet wel nieuwe dingen: speciaalbieren zijn *hot* en relatief nieuw. Ook thema's als *Méditerranée* of tapas zijn iets van de laatste jaren."

Bon bedreigt pakket

De branche is dus goedgehumt, maar ziet in de opkomst van bijvoorbeeld de cadeaukaart wel een bedreiging. "Een grote webwinkel (bol.com, red.) geeft cadeaukaarten uit. Kunnen mensen zelf iets uitzoeken. Gelukkig horen wij wel terug dat werknemers die zo'n kaart krijgen, toch vaak denken: 'Het bedrijf had zeker geen zin om zich te verdiepen in het fenomeen kerstpakket.' Met een bon maakt een bedrijf zich er een beetje makkelijk vanaf. De branche moet gewoon bewijzen dat het geven van een pakket gewoon het allermooiste is."