



NOS Nieuws • Vandaag, 06:30

Kerstpakket dit jaar vooral gevuld met fleecedekens, truien en veel eten

Het kerstpakket van 2022 is anders dan anders. Er is minder aandacht voor bijvoorbeeld decoratie- en sfeerartikelen; dit 'inflatiejaar' gaat het veel meer om gewone levensmiddelen en producten om ons in deze psychologisch barre winter warm te houden. Zoals fleecedekens, sokken en truien.

En juist ook door die inflatie lijkt de gemiddelde prijs van een kerstpakket flink te stijgen. "De afgelopen jaren was het gemiddelde pakket 35 tot 45 euro waard, nu is dat 50 tot 75 euro", stelt Marriëtte van Wagenveld van Complementair Premiums & Gifts in Veenendaal.

Datzelfde beeld is te zien bij cadeaukaarten. Die zijn populair met Kerstmis, omdat werkgevers het makkelijk vinden om bijvoorbeeld een VVV-bon te geven waarmee werknemers zelf naar een winkel kunnen. De waarde van de uitgegeven bonnen neemt toe, zien ze bij cadeaubon.nl, de organisatie achter zeker 200 soorten bonnen. "Ik denk dat je het hebt over 10 procent meer dit jaar", zegt commercieel directeur Joost Bakker.

Zo het keukenkastje in

Bij Sligro, een van de grootste aanbieders van kerstpakketten, zien ze dat er dit jaar weinig vraag is naar modieuze, mooi vormgegeven artikelen. "Het gaat om echt bruikbare levensmiddelen, die bij wijze van spreken vanuit de doos zo het keukenkastje of de voorraadkast in kunnen", zegt Wilco Jansen van het bedrijf. "Functionaliteit, daar gaat het om dit jaar. Gewone levensmiddelen zijn duur, en dan kan de werkgever de medewerkers op deze manier goed helpen."

370 miljoen euro omzet

Volgens brancheorganisatie Promotional Products Professionals (PPP) krijgen dit jaar zo'n 7,4 miljoen werknemers in Nederland een kerstpakket of cadeaukaart. Dat zijn er iets meer dan bijvoorbeeld in 2019, toen het aantal werd geschat op 7 miljoen. "Er zijn nu gewoon meer mensen die werken", is de simpele verklaring van PPP-voorzitter Joop van Veelen. Hij schat de gemiddelde waarde van het kerstcadeau op 50 euro. Dat zou voor de hele branche een kerstomzet betekenen van pakweg 370 miljoen euro.

Groothandels als Makro, Sligro en Hanos zijn de grootste leveranciers van kerstpakketten. Daarna komen honderden middelgrote bedrijven. "Maar er zijn ook heel veel plaatselijke ondernemers die pakketten verzorgen en ook waardebonnen uitgeven", weet Van Veelen.

Volgens hem zal het kerstpakket altijd blijven. "Vraag maar aan bedrijven die ooit het pakket schraptten. Dan heb je heibel in de tent hoor. Of werknemers dachten dan - zeker in de financiële crisis - dat het bedrijf op het punt stond failliet te gaan."

Veel bedrijven zien de markt voor pakketten en cadeaukaarten dit jaar groeien. Jansen van Sligro: "Dat heeft toch te maken met de situatie op de arbeidsmarkt, schatten wij in. Als werkgever val je nu wel heel erg op als je het personeel geen cadeau geeft met Kerstmis. Dat kun je eigenlijk niet maken."

Ook bij Complementair - met klanten als ProRail en Danone - zien ze de verkoop van het aantal pakketten stijgen. "Wij plussen 9 procent dit jaar. Er is veel vraag naar bijvoorbeeld een kerstdoos met A-merk-etenswaren", zegt Van Wagenveld.

Producten uit het Verre Oosten zijn dit jaar wat minder populair, constateert Van Wagenveld. "We willen nu relatiegeschenken die zijn gemaakt in Europa". Dan gaat het bijvoorbeeld om thermosbekers met de naam van de werknemer erop. "Of sokken met het logo van het bedrijf."