Branche Vereniging Cadeaukaarten Nederland

PERSBERICHT

Cadeaukaarten blijken corona proof

Cadeaukaart versterkt zijn positie als hét cadeau voor familie, vriend én collega

HILVERSUM, 22 MAART 2021 – Cadeaukaarten blijken ook tijdens de pandemie een geliefd cadeau om te geven en om te krijgen. Dat blijkt uit onderzoek dat de Branchevereniging Cadeaukaarten Nederland liet uitvoeren door GfK Nederland. Voor veel consumenten behoren cadeaukaarten tot hun favoriete geschenken en vragen zij zelfs specifiek om een cadeaukaart. Met als hoogtepunt de kerstperiode. Inmiddels is voor 52% van de werknemers een cadeaukaart het favoriete eindejaarsgeschenk.

Veel mensen vinden een cadeaukaart leuk om te schenken. Als voornaamste reden (57%) geven ze hiervoor aan dat een cadeaukaart geven leuker is dan contant geld geven. Samen met de verschillende mogelijkheden die cadeaukaarten bieden, is dat het belangrijkste aankoopmotief. Natuurlijk speelt ook de wens van de ontvanger een belangrijke rol. In 2020 vroeg 1 op de 5 ontvangers om een specifieke cadeaukaart als geschenk.

Een steeds persoonlijker cadeau
32% van de mensen die een cadeaukaart koopt, geeft deze als verjaardagsgeschenk. De kaarten worden dan met name voor kinderen (22%), familieleden (22%) en vrienden (16%) gekocht. Dat maakt cadeaukaarten tot een heel persoonlijk cadeau. Bij werkgevers is de cadeaukaart veruit favoriet als eindejaarsgeschenk. Meer dan de helft van alle werknemers die een eindejaarsgeschenk hebben ontvangen, geeft de voorkeur aan een cadeaukaart. Daarmee is de cadeaukaart als eindejaarsgeschenk een stuk populairder dan het kerstpakket.

Veranderingen door corona
In ons land wordt jaarlijks naar schatting ter waarde van € 1,5 miljard aan cadeaukaarten gekocht. Logischerwijs zijn er afgelopen jaar duidelijke verschillen te zien ten opzichte van voorgaande jaren. In horeca en cultuur stonden cadeaukaarten onder druk terwijl webshops het vaak extra goed deden. Die verschillen zijn ook te zien bij de plekken waar consumenten hun cadeaukaarten kochten. Op supermarkten na waren in december - de belangrijkste verkoopperiode voor cadeaukaarten - veel van deze winkels gesloten. Dit heeft ook tot gevolg gehad dat cadeaukaarten steeds vaker digitaal gekocht en verzilverd werden.

Waarde en extra besteding stijgt
Cadeaukaarten zorgen bij de locatie waar ze worden verzilverd voor extra omzet. 54% van de consument geeft meer uit dan de waarde die op de cadeaukaart staat. De gemiddelde extra besteding was in 2020 maar liefst € 47. Een stijging van 9% ten opzichte van 2019. Daarmee zijn ze belangrijk voor onder meer lokale ondernemers die de omzet goed kunnen gebruiken. De gemiddelde waarde van een cadeaukaart steeg vorig jaar significant van € 35 naar € 39.

Fysieke kaart versus online code
Hoewel online stijgt als voorkeurkanaal voor het kopen van cadeaukaarten, geeft 59% nog steeds de voorkeur aan het kopen in een fysieke winkel. De belangrijkste redenen daarvoor zijn dat de koper de cadeaukaart graag direct in huis heeft en dat de kaarten mooier verpakt worden.

- EINDE PERSBERICHT –

Noot voor de redactie (niet voor publicatie):
Voor extra informatie kunt u contact opnemen met:
René de Wit, Relationship Manager, 06-24517645 of rdewit@bvcnl.nl.

Over Branchevereniging Cadeaukaarten Nederland
De Branchevereniging Cadeaukaarten Nederland (BVCNL) behartigt de belangen van stakeholders in de Cadeaukaart en belevenissenmarkt. De vereniging is opgericht in 2017.