

PERSBERICHT: 8 miljoen cadeaubonnen in de keukenla
In keukenlades in Nederland 'zwerft' 200 miljoen euro aan cadeaubonnen
21 februari 2008

Amsterdam, 8 januari 2008 - Bijna 8 miljoen cadeaubonnen met een totale waarde van 200 miljoen euro liggen bij mensen thuis in de keukenlades. Dit blijkt uit de Nationale Geschenkbonnen Monitor van The Choice Marktonderzoek & Advies. Gemiddeld hebben we iets meer dan 2 cadeaubonnen oningewisseld thuis liggen, 2,2 om precies te zijn.

Cadeaubonnen geven we vooral bij verjaardagen, maar ook regelmatig in verband met een 'afscheid', 'bruiloft', 'vader-/moederdag' of zomaar zonder specifieke reden. Kerst of Valentijn zijn geen typische cadeaubon-momenten. Cadeaubonnen zijn voor ons bovenal praktisch. Als voordelen van cadeaubonnen noemen we dat de ontvanger het altijd kan gebruiken, ze makkelijk verkrijgbaar zijn en dat de ontvanger dan zelf iets kan kiezen.

De populairste cadeaubonnen zijn de Boekenbon, de IRIS-cheque, voorheen bekend als de VVV-bon en de Nationale Entertainmentbon (voorheen Nationale Platenbon). Dit zijn ook de drie bonnen die we het leukste vinden om te kopen, te geven en om te krijgen. "Wij zijn niet verrast door deze resultaten. Boeken, cd's en dvd's zijn cadeaus waarvoor je de smaak van de persoon in kwestie nu eenmaal goed moet kennen. Daarnaast komen er het hele jaar nieuwe boeken, cd's en dvd's op de markt. Daardoor staan deze cadeaus altijd hoog op de verlanglijstjes én lenen zij zich uitstekend voor een 'uitgestelde aankoop' via een cadeaubon", aldus Arno van Welzen van The Choice marktonderzoek & advies.

Naast het feit dat cadeaubonnen praktische cadeaus zijn, reduceren ze ook onzekerheid. Het belangrijkste keuzecriterium bij het kiezen van een cadeau is namelijk dat we er zeker van zijn dat de ontvanger het leuk vindt. Met een cadeaubon beperken we als koper de onzekerheid van 'heeft hij/zij deze al?', 'vind hij/zij deze wel leuk?' of 'moeten we toch niet die andere nemen?' "Interessant om te zien is dat dit een schijnzekerheid is", aldus Arno van Welzen. "Enerzijds reduceert het onzekerheid over wát we moeten kopen, maar vervolgens blijken we ons weer zorgen te maken of een cadeaubon wel persoonlijk genoeg is." We kunnen hierbij overigens opgelucht ademhalen: ontvangers vinden dit veel minder belangrijk dan gevers van cadeaubonnen denken.

De cadeaubon die het meest bekend is, is de 'oudste' cadeaubon van Nederland: de boekenbon. De Nationale Bioscoopbon volgt. Toch zijn dit niet de bonnen waar we het eerst aan denken bij een cadeaubon. Dat is namelijk met afstand de IRIS-cheque.

Twee derde van de Nederlanders staat positief tegenover cadeaubonnen. Toch kunnen we met z'n allen van niet meer dan 3 cadeaubonnen de naam noemen. En een derde van de Nederlanders vindt dat er al teveel cadeaubonnen zijn. "Wat we zien, is dat nieuwe cadeaubonnen zich niet of nauwelijks onderscheiden. Je kunt ze alleen voor iets anders inwisselen. Verder zijn ze exact eender aan het bestaande aanbod. Wij zien kansen voor cadeaubonnen gekoppeld aan 'koopmomenten', zoals bijvoorbeeld de Afscheidsbon of de Kerstbon. Ook zien wij mogelijkheden voor themabonnen, bijvoorbeeld de IRIS Cheque Kersspecial" of de 'IDFA Bioscoopbon', aldus Arno van Welzen.

Een laatste advies van Arno van Welzen van The Choice Marktonderzoek & Advies betreft de presentatie van het product: "Maar een vijfde vindt cadeaubonnen niet saai verpakt. Wij wachten op de eerste bon-in-a-box. Dit biedt tal van voordelen: een groter communicatie-

oppervlak voor de uitgever van de cadeaubon, meer visibility in de winkel en een leukere uitpak-ervaring voor de ontvanger. Men vergeet wel eens dat het uitpakken 'half-the-fun' is."

Maar wat nu te doen met die 8 miljoen cadeaubonnen die nog in de keukenlades liggen? Arno van Welzen: "We zijn op dit moment met een aantal grotere charitatieve instellingen aan het kijken of we hier een inzamelingsactie voor op touw kunnen zetten. Het zou natuurlijk geweldig zijn om je nog niet ingewisselde cadeaubon kosteloos te kunnen doneren aan een goed doel. Beter dan ze te laten verstoffen in die keukenla."