

Geschenkverpakkingen

Geschenkverpakkingen zijn leuk om te geven en nog leuker om te krijgen. Met name voor feestdagen zoals Sinterklaas, Kerst en Moeder- en Vaderdag worden veel geschenkverpakkingen verkocht. Echter ook door het jaar heen tref je in veel winkels geschenkverpakkingen aan. Zij komen zowel voor in het selectieve segment (parfumeriezaak) als in de mass market (drogisterij/supermarkt). Onder een geschenkverpakking wordt verstaan: producten voor de persoonlijke verzorging in een zakje, tasje of doosje, die bedoeld zijn om aan iemand cadeau te doen of zichzelf mee te verwennen.

In 2005 is de markt voor geschenkverpakkingen zeer sterk gegroeid. In 2006 is de omzet in deze categorie naar bijna 84 miljoen euro gegroeid, net zo groot als bijvoorbeeld de categorie haarkleurmiddelen. In 2006 was er echter wel sprake van een lichte prijsdaling en tegelijkertijd van een volumestijging. Het aantal verkochte verpakkingen laat een mooie stijging zien (6%), waardoor wel gesteld kan worden dat de geschenkverpakkingen onverminderd populair zijn.

De omzet van de mass market fabrikanten (in drogisterijen) groeit harder dan van de overige, vooral van selectieve fabrikanten. 40% van de omzet in geschenkverpakkingen komt uit de mass market. Dit is 64% van het aantal verkochte verpakkingen.

Ongeveer de helft van de omzet in geschenkverpakkingen wordt via de parfumeriezaken verkocht. Dit gaat om 25% van het aantal verpakkingen. De gemiddelde prijs van een geschenkverpakking in de parfumeriezaak ligt hoger dan bij de drogist. Bij een parfumerie wordt gemiddeld 25 euro besteed aan een geschenkverpakking en bij de drogist 10 euro. Dit verschil wordt met name veroorzaakt doordat bij de parfumerieën vooral duurdere geurenssets verkocht worden. Geurenssets vormen het grootste deel van de geschenkverpakkingenmarkt. De categorie deo-bad/douche is het hardst gegroeid, deze verpakkingen tref je vooral bij de drogist in een breed assortiment aan en kan je veelal onder de 10 euro aanschaffen.

