PERSBERICHT NAMENS PPP – Promotional Products Professionals

Leerdam, 26 November 2025

Kerstpakket populairder dan ooit!

Werkgevers investeren meer in waardering: kerstpakket onderdeel van bredere strategie

Nederlandse werkgevers geven dit jaar naar schatting ruim 8 miljoen aan kerstpakketten en waarderingsgeschenken uit. Dat blijkt uit een rondgang van brancheorganisatie Promotional Products Professionals (PPP) onder bedrijven die actief zijn in de waarderings-, kerstpakketten- en eindejaarsgeschenkenmarkt.

Volgens PPP speelt waardering via geschenken een steeds grotere rol in het behouden van medewerkers in een tijd van schaarste op de arbeidsmarkt. “Het kerstpakket is allang geen aardigheidje meer,” zegt Joris Jansen van den Berg, bestuurslid van PPP. “Werkgevers zien dat waardering medewerkers motiveert, bindt en trots maakt. Het is een relatief kleine investering met een groot effect, zeker vergeleken met kostbare wervingscampagnes.”

Meer waardering door het jaar heen

De traditionele eindejaarsattentie is inmiddels onderdeel geworden van een bredere waarderingsstrategie. Sinds de coronajaren verspreiden werkgevers hun budgetten over meerdere momenten, zoals Dag van de Zorg, Pasen, zomerpakketten en natuurlijk het kerstpakket. Het gemiddelde budget per werknemer blijft daardoor groeien.

De gemiddelde verkoopwaarde van het kerstpakket bedraagt dit jaar circa 50 euro (excl. btw). De inhoud van pakketten is kwalitatief hoger dan voorheen. Door inflatie en stijgende containerprijzen liggen de kosten voor leveranciers eveneens hoger.

Trends in kerstpakketten 2025

Uit de rondgang van PPP blijkt dat werkgevers bewuster kiezen voor praktische, duurzame en kwalitatieve producten. De belangrijkste trends zijn:

- De underseater – handbagage die onder de vliegtuigstoel past – is de opvallende nieuwkomer en voldoet aan de nieuwe regels van vliegmaatschappijen.

- LED-tafellampen blijven onverminderd populair, mede omdat het item vorig jaar snel was uitverkocht.

- Vintage-verpakkingen geven pakketten het klassieke kerstgevoel en doen het opvallend goed.

- De pasteitjes en ragout hebben plaats gemaakt voor herkenbare en bruikbare producten. Voedselverspilling heeft veel aandacht en levensmiddelen zijn aanmerkelijk duurder geworden.

- In food zijn de mocktails en cocktails populair. De hippe en non alcoholische drankjes zijn een echte favoriet.

- Voor de bereiding van de smakelijke maaltijden scoren de elektronica, zoals de blender, pizzamaker en de airfryer, hoog.

- Duurzaamheid is geen trend meer maar een standaard vereiste: werkgevers kiezen vaker voor minder, maar kwalitatief betere cadeaus.

- Meer inzicht in waar goederen vandaan komen. Ketentransparantie

Over Promotional Products Professionals (PPP)
PPP is de Nederlandse brancheorganisatie voor intermediairs en leveranciers van promotionele producten, relatiegeschenken en kerstgeschenken. De organisatie zet zich in voor professionalisering van de sector, ontwikkeling en verspreiding van vakkennis en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). PPP stimuleert bewuste inzet van promotionele producten als effectief marketing- en waarderingsmiddel.

Leden voldoen aan strikte accreditatie-eisen en ondertekenen de Code of Conduct.
Ledenlijst: https://www.ppp-online.nl/lidmaatschap/vind-een-lid/

Noot voor de redactie, niet voor publicatie:
Voor meer informatie of interviewverzoeken kunt u contact opnemen met:
Joris Jansen van den Berg – bestuurslid PPP
T: 06 41 233 610
PPP brengt redacties desgewenst in contact met bedrijven binnen de waarderings- en kerstpakkettenmarkt voor interviews en achtergrondreportages.