

Cadeautrends 2024: dit zijn de favorieten voor de feestdagen

Van VR tot wearables: wat scoort onder de kerstboom?

Rotterdam, 19 december 2024 – Nederlanders kopen steeds vroeger hun kerstcadeaus. MediaMarkt ziet dat de aankopen van afgelopen Black Friday een goede indicatie geven voor de populairste cadeaucategorieën aankomende Kerst. Uit onderzoek blijkt dat 42% van de Black Friday aankopen gedaan worden ter voorbereiding op Kerst¹. Opvallend is dat vier van de 10 populairste producten uit consumenten-elektronica komen. De grote vraag naar smartphones, laptops en huishoudelijke apparaten laat zien dat technologie een van de cadeaus is die het feestdagenseizoen domineert.

Groot, premium en indrukwekkend

In december kiezen veel consumenten voor grote en hoogwaardige televisies, vooral om thuis een "wauw-factor" te creëren tijdens feestelijke gelegenheden. "In december zien we een piek in de verkoop van premium televisies; meer dan 58% van de televisies worden verkocht in 55 inch of groter²," zegt Patrick van der Linden, Chief Commercial Officer Benelux van MediaMarkt. Bij audioproducten blijkt multiroom-geluid belangrijk bij aankopen. Meer dan de helft van de jaarlijkse verkoop in de multiroom-geluidcategorie vindt plaats in november en december. Hoofdtelefoons zijn een andere favoriet tijdens de feestdagen; consumenten investeren vaker in duurdere modellen.

Gaming: een klassieker onder de kerstboom

Gaming-producten blijven populair als kerstcadeaus. Consoles, games en accessoires worden grofweg allemaal evenveel verkocht. De PlayStation 5 is een duidelijke trekker dankzij specifieke promoties tijdens Black Friday. VR-headsets laten een sterke groei zien van 31%². Vooral jongvolwassenen geven de voorkeur aan cadeaus die unieke en levensechte ervaringen bieden, zoals gaming-consoles en VR-headsets.

Top-10 meest verkochte artikelen tijdens Black Friday

- Bovenkleding
- Schoenen
- Geurtjes
- Speelgoed
- **Huishoudelijke apparaten**
- Beauty/make-up
- Boeken
- **Smartphones**
- **Laptops**
- **Videogames**

Slimme cadeaus voor een gezond leven

Wearables winnen elk jaar aan populariteit. Consumenten kiezen steeds vaker voor geavanceerde smartwatches die gezondheids- en lifestylefuncties combineren met dagelijkse praktische toepassingen, zoals contactloos betalen en activiteitentracking. Er is toenemend bewustzijn rond gezondheid en welzijn, wat de stijgende verkoop van wearables zoals

smartwatches en fitness trackers verklaart. De apparaten helpen gebruikers hun gezondheid te monitoren en actiever te blijven. Een opkomend product als alternatief voor smartwatches zijn smart rings, die een discreet maar functioneel cadeau vormen en technologie subtiel in het dagelijks leven integreert.

Digitale fotolijstjes maken een comeback

Door de functie om via smartphones op afstand de content van de fotolijstjes bij te werken, zijn fotolijstjes terug van weggeweest. Zo hoeven grootouders bijvoorbeeld nooit meer een moment van hun (klein)kinderen te missen, ook als zij fysiek niet bij elkaar zijn. “Een cadeau waarbij mensen iets met elkaar kunnen delen, scoort daarom goed onder de boom”, aldus Van der Linden. Andere fotoproducten, zoals instant camera’s en fotoprinters, blijven geliefd tijdens de feestdagen. De verkoop van bijbehorende vullingen bereikt in december een piek, wat aantoont hoe populair deze categorie weer is. Van der Linden legt uit: “Dat heeft te maken met de heropleving van oude trends, iets wat ook vaker in het modebeeld wordt gezien. Mensen hechten veel waarde aan nostalgie en vinden het prettig om iets te krijgen wat ze ook kennen, maar willen dat combineren met wat er tegenwoordig allemaal mogelijk is.”

[1] Data van Motivaction naar aanleiding van onderzoek in Nederland

[2] Cijfers uit de interne dataset van MediaMarkt Benelux

Over MediaMarkt

MediaMarkt is de grootste elektronikaketen van Europa en is sinds 1999 actief in Nederland met momenteel 55 winkels. Inmiddels zijn er in België 27 winkels en 2 in Luxemburg. In totaal is de winkelketen met zo’n 1000 winkels actief in 11 Europese landen. Bij MediaMarkt staat de consument centraal. Jaarlijks bezoeken meer dan 100 miljoen consumenten MediaMarkt: door een bezoek aan de winkels of online. Door middel van de omnichannel-propositie wordt de consument via allerlei kanalen bediend en kan zelf worden bepaald hoe, waar en wanneer elektronica wordt gekozen, gekocht en ontvangen. Sinds maart is daar in de Benelux ook nog een marketplace bij gekomen. Bij de Smartbar die zich in elke MediaMarkt-vestiging bevindt, wordt de klant totaal ontzorgd met advies en extra services, zoals het aanbieden van een unieke TV-kalibratie en het gebruiksklaar maken van laptops, tablets en smartphones. Daarnaast kan worden gekozen uit een ruim assortiment aan televisie- en telefoonabonnementen of uit diverse groene stroomaanbieders. Met BetterWay, onze duurzaamheidspropositie, helpen we consumenten bij hun duurzamere productkeuze en het verduurzamen van hun eigen gedrag. De winkelketen werd in 1979 opgericht en is onderdeel van de MediaMarkt Saturn Retail Groep. Meer info op www.mediamarkt.nl.

Einde bericht

Noot voor de redactie, niet voor publicatie

Perscontact

2twintig pr

Britt Kennedie

britt@2twintig.nl

010 280 15 55