

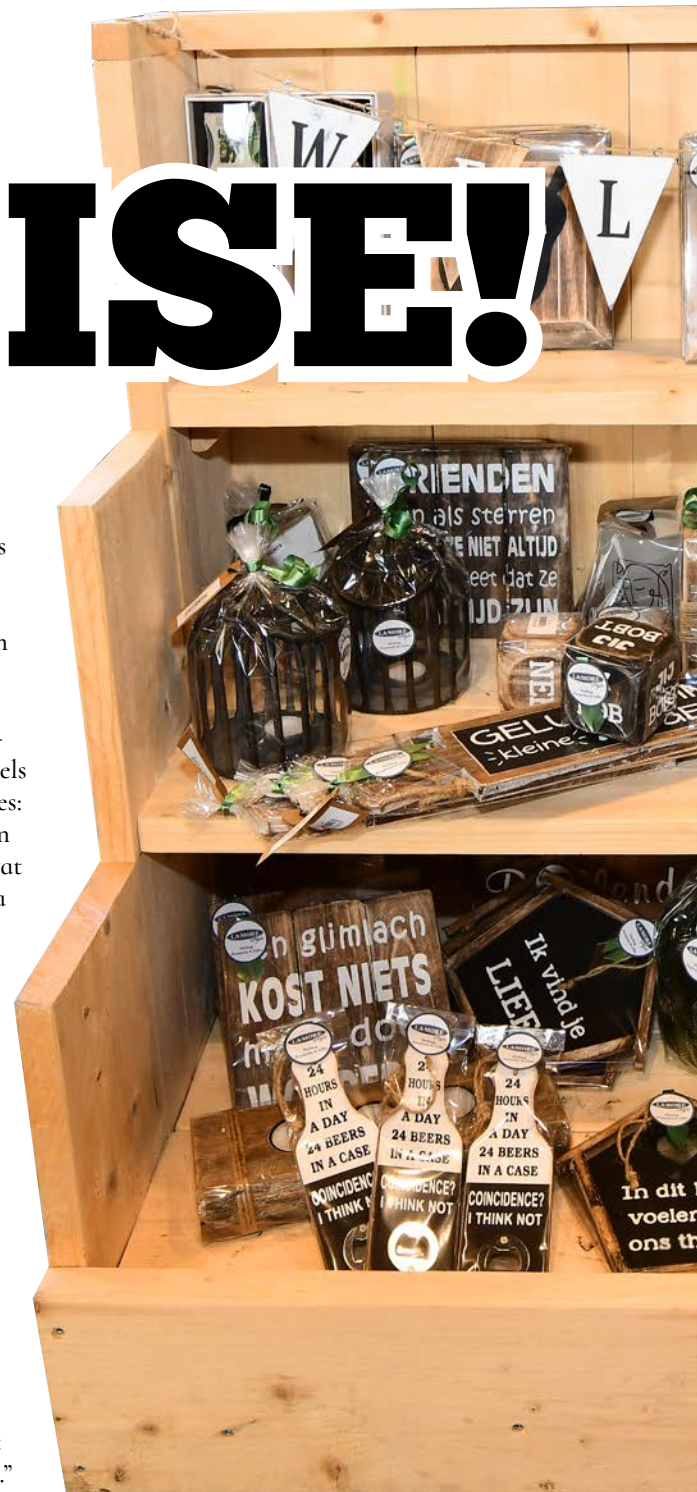
VERRASSEND. NIET TE DUUR. KWALITATIEF GOED. EN MOOI VERPAKT. HET ZIJN VOLGENS DE MARKTPARTIJEN ENKELE VAN DE BELANGRIJKE SUCCESFACTOREN VOOR DE CATEGORIE GIFTS IN TANKSTATIONS. EN HOEWEL DE BELANGSTELLING BIJ KLANTEN GROEIT EN DE MARGES GOED ZIJN, DURFT NOG NIET IEDERE TANKSTATION-ONDERNEMER ER RUIMTE VOOR VRIJ TE MAKEN. WAAROM IS DAT?

SURPRISE!

Blitse sieraden, stijlvolle portemonnees, frisse geurkaarsen, moderne sjaals en cadeaukaarten. De categorie gifts is breder dan ooit. En presteert beter dan ooit. Althans, dat zeggen de leveranciers. “Wij zien een toenemende belangstelling. Meer tankstations richten een gifthoek in waar ze de cadeaus bij elkaar presenteren. En dat trekt klanten, die steeds vaker eens iets anders cadeau willen doen dan het bekende bosje bloemen”, vertelt Willeke de Vries van Kletsplot. Haar producten zijn dan ook op steeds meer verkooppunten te verkrijgen, inmiddels zo’n zevenhonderd. Hieronder ook een groot aantal tankstations. De Vries: “Gezelschapspellen zijn enorm in trek en met de Kletsplot op tafel beleven mensen mooie lachmomenten met vrienden, familie en visite. De pot bevat namelijk lachwekkende vragen, leuke suggesties en dilemma’s om over na te denken.”

Van twee tot dertig euro

Bij Nouka eenzelfde geluid. Zij bieden als groothandel vooral sieraden, haar-, mode-, en badaccessoires aan. Van twee euro tot dertig euro. Vooral in tabaks- en gemakswinkels. Nog niet in tankstations. “In coronatijd biedt de categorie gifts kansen voor het tankstation, daarvoor ben ik overtuigd. Mensen winkelen niet graag meer in de stad, ze zoeken de winkels in de buurt en de wijk op. Dat merken wij sterk. Ze zoeken ruimte en rust en dat biedt het tankstation ook”, aldus Anouska Barends van Nouka. En wat volgens haar ook een voordeel is, de ruime openingstijden van tankstations. “Bovendien zie ik dat mensen elkaar vaker graag iets cadeau doen. Ze gunnen elkaar iets, ze willen elkaar blij maken met iets leuks. Niet te duur, gewoon een kleinigheidje van tien tot vijftien euro. Niet duurder. En dat biedt mogelijkheden voor tankstations.” En veel moeite hoeft het volgens haar niet te kosten. “Wij bieden kant-en-klare molens aan, die wij zelf helemaal onderhouden. Het enige wat de ondernemer eigenlijk hoeft te doen is de artikelen afrekenen.”



Zuivel & Gekoelde dranken



CADEAUARTIKELLEN

Succesfactoren

- Goede presentatie
- Juiste leverancier
- Wisselend assortiment
- Enthousiasme bij ondernemer en medewerkers

Valkuilen

- Inkoop op basis van eigen smaak
- Rommelig schap
- Te dure cadeaus

Toch zegt Barends ook dat het samenstellen van een cadeau-pakket de omzet sterk kan stimuleren. “Kijk, bij de kassa een cadeau nog even inpakken werkt natuurlijk niet in het tankstation. Daarvoor heeft de klant te veel haast. Dus mijn advies: stel een pakket samen, pak het leuk in en presenteer het leuk. En dat kost misschien even tijd, maar doe het gewoon. Je hebt gegarandeerd succes.”

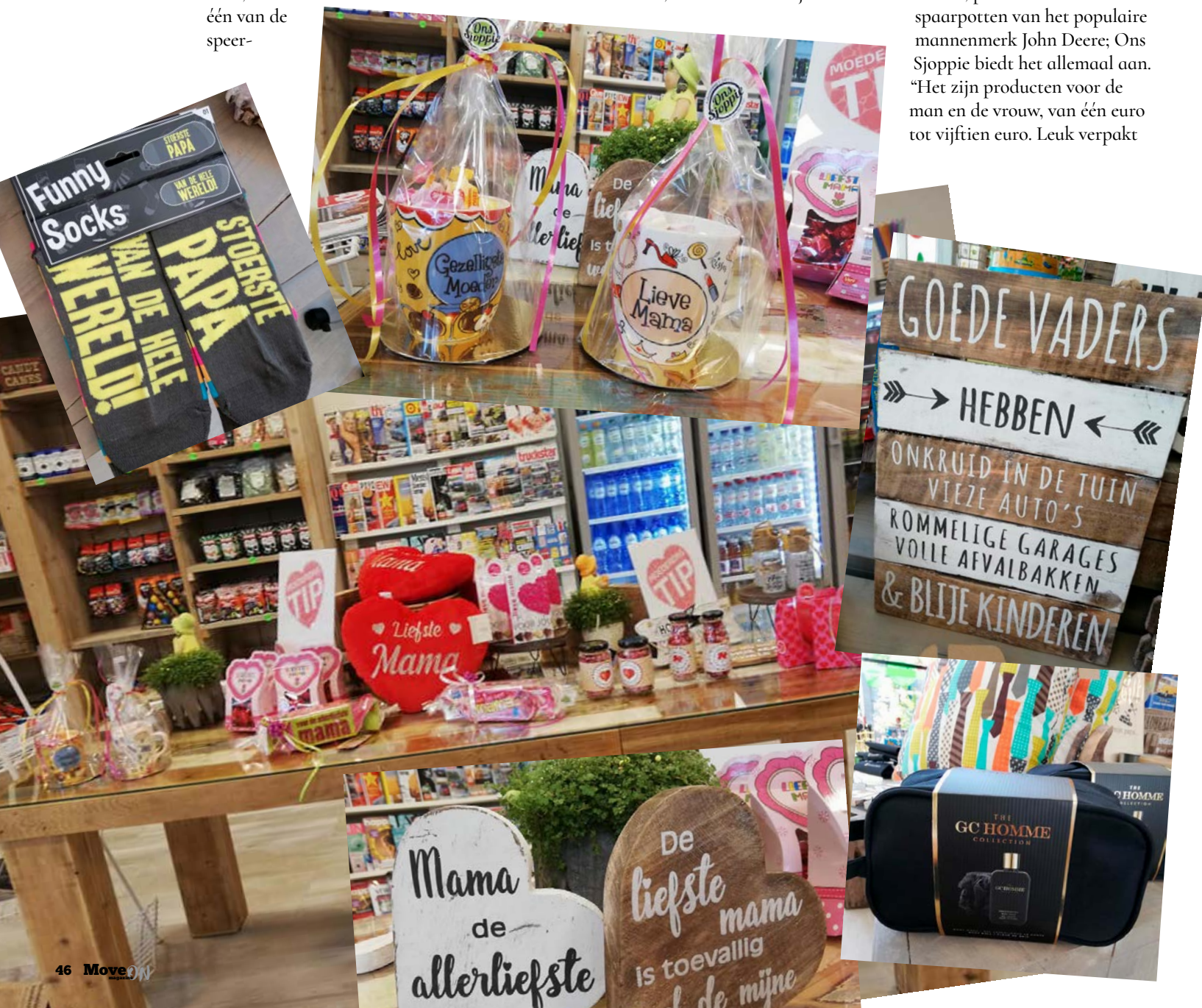
16 procent gestegen

In andere sectoren scoren ze al langer met gifts, onder meer door ze leuk in te pakken. Neem bijvoorbeeld de gemakswinkels, waar de omzet van de categorie gifts bij Primera in 2019 als geheel met 16 procent is gestegen. En ook in 2020 gaat het die kant op. “Natuurlijk worden er door de coronacrisis minder verjaardagen gevierd, en daardoor minder cadeaus gegeven, maar de algemene trend is erg positief”, laat marketeer Manon van den Herik van Primera weten. Cadeau was in 2019, en is in 2020, één van de speer-

assortimenten bij Primera. Hierdoor breiden steeds meer Primera-winkels hun assortiment cadeau uit, legt Van den Herik uit. ‘Er zit nog heel veel potentie in deze groep, waarbij de focus ligt op het uitbreiden van de distributie met bestaande leveranciers, maar ook het testen en toevoegen van nieuwe leveranciers. We hebben in het plan voor gifts bepaald op welke segmenten we ons willen richten, denk bijvoorbeeld aan home deco en sieraden en accessoires. Dit is voor ons de leidraad in het toevoegen van nieuwe artikelen en leveranciers.’

Spaarpotten van John Deere

Ook bij Ons Sjoppie, een tankstationconcept bij de onbe-mande Avia Xpress aan de Kalkhovenweg in Alphen aan den Rijn, zijn ze bijzonder actief met het giftassortiment. “Natuurlijk, cadeaus leveren een mooie omzet op en een mooie marge”, verklaart Sandra Strijkert van Ons Sjoppie. Van verse snijbloemen tot sieraden, portemonnees en spaarpotten van het populaire mannenmerk John Deere; Ons Sjoppie biedt het allemaal aan. “Het zijn producten voor de man en de vrouw, van één euro tot vijftien euro. Leuk verpakt



en het wordt allemaal goed verkocht. Als impulsaankoop, bijvoorbeeld na het tanken of als ze een pakketje komen afleveren bij ons DHL-pakketpunt. Maar mensen komen ook gericht. Hierachter zit een woonwijk en aan het einde van de dag bedenken ze dan ineens dat ze nog een cadeau voor een verjaardag voor diezelfde avond nodig hebben. Nou, wij ontvangen ze met open armen”, aldus Strijkert. Toch doet lang niet iedere tankstation-ondernemer dat, weet zij. “Ik denk dat ze bang zijn dat het te veel werk is, te veel rompslomp. En ja, je bent er best druk mee. Zeker als je een beetje naam wilt opbouwen, dan moet je erg actief zijn en veel dynamiek in het assortiment hebben. Maar goed, je krijgt er ook veel voor terug in de vorm van nieuwe klanten, omzet en marge.” Annemarie van Wijk van Peut Abswoude in Noordwijk laat weten dat het een valkuil kan zijn als ondernemers alleen de spullen kopen die ze zelf heel leuk vinden. “Je moet juist alleen de artikelen inkopen die commercieel zijn. En natuurlijk kan het een voordeel zijn om er een persoonlijk tintje aan te geven. Immers, deze artikelen bepalen voor een groot deel de sfeer in je shop. Maar wees wel voorzichtig, je moet niet blijven zitten met oude voorraad.” Van Wijk zegt dan ook dat de keuze voor een leverancier het succes bepaalt. “Ik heb een aanbieder waarbij ik geen risico loop; wat onze klanten niet kopen gaat gewoon retour. Het voordeel is bovendien dat je altijd goede producten presenteert. En het kost mij ook geen tijd om het zelf in te kopen.”

Kleine winkeltjes in de shop

La-More Style is zo'n aanbieder die zegt dat de ondernemer geen risico loopt. “En wij nemen eigenlijk alles uit handen bij de pomphouders als het gaat om het leveren en onderhouden van het assortiment”, vertelt directeur Yvonne de Lange van La-More Style. De leverancier werkt op deze basis voor meer dan honderd tankstations in Nederland. “De succesfactoren? De presentatie is heel belangrijk. Daarnaast zijn een mooischap en een goede plaats in de shop belangrijk, evenals het

CADEAUKAART

Een cadeau wordt tegenwoordig ook vaak gegeven in de vorm van een cadeaukaart. Die specifieke giftcategorie neemt inmiddels dan ook in het tankstation een belangrijke positie in. Bij de BVCNL (BrancheVereniging Cadeaukaarten Nederland) weten ze heel goed waarom de cadeaukaart zo populair is. “We willen allemaal graag een goed en passend cadeau geven, maar vaak weten we niet precies wat iemand graag wil hebben of van houdt. Dat maakt het geven van een cadeau moeilijk, een cadeaukaart is dan het juiste alternatief voor velen. Immers, met een cadeaukaart geef je de ontvanger de gelegenheid iets naar zijn of haar zin te kopen. Er is keuzevrijheid. En vanwege de veelheid aan verschillende cadeaukaarten, kun je heel gericht kiezen. Dat maakt ook duidelijk dat er gezocht is naar een leuk en passend cadeau, dat is anders dan bij het geven van een envelop met alleen geld.” De BVCNL laat verder weten dat er gemiddeld aan een cadeaukaart voor bloemen 17,50 euro wordt besteed, aan een cadeaukaart voor huis- en tuinartikelen tussen de 25 en 30 euro, aan gastronomie 50 euro.

enthousiasme van de medewerkers. Wanneer zij enthousiast zijn over de artikelen die zij verkopen, dan werkt dat door. We proberen dan ook, indien mogelijk, kleine cadeauwinkeltjes in de shop te maken met een uitgebreid assortiment.” De Lange geeft aan dat cadeauartikelen heel goed passen bij de ontwikkeling die tankstations doormaken. “Het is al lang niet meer alleen de plek voor brandstof en tabakswaaren. Tankstations zijn een belevingswereld aan het worden waar van alles verkrijgbaar is. Daarbij adviseren wij, als het om de cadeauartikelen gaat, een duidelijke presentatie. Los van de andere standaardartikelen als knuffels en geurstokjes.” Er zit volgens De Lange overigens een verschil tussen wijkstations en snelwegstations als het om het presentatieadvies gaat. “Bij snelwegstations hebben we de cadeaus verspreid staan, bij buurtstations is de ervaring dat één plek het beste werkt.” Bij Gerard Verveer van BP Ziedewij worden de cadeauartikelen dan ook geconcentreerd op één plek in de shop. “Ik heb bij de recente verbouwing van mijn station extra ruimte vrijgemaakt voor gifts. Met succes. Deze hoek loopt goed en het is echt verbeterd sinds wij onze zaak hebben verbouwd en het zo netjes bij elkaar wordt gepresenteerd.” Ook hij zegt dat de leverancier voor een belangrijk deel het succes bepaalt. “Wij hebben steeds op tijd leuke nieuwe items en er ontstaan geen winkeldochters.” **b**

*'Cadeauartikelen
bepalen voor een
groot deel de
sfeer in je winkel.
Maar wees wel
voorzichtig, je moet
niet blijven zitten
met oude voorraad'*

