



Het vakantiegeld is een extreem dik spaarvarken van 12 miljard euro dat de komende weken wordt geslacht. © Shutterstock

Ondernemers staan klaar om uw vakantiegeld binnen te hengelen

Het vakantiegeld komt volgende week binnen. Ondernemend Nederland heeft een advertentiebombardement voorbereid om een zo groot mogelijke hap uit die zilvervloot van 12 miljard euro te nemen.

Ton Voermans 18-05-18, 15:34



Het is financieel de leukste maand van het jaar: mei is de vakantiegeldmaand. Even is de bankrekening lekker gevuld. Even, want als gieren cirkelen middenstanders, autodealers en touroperators boven uw bankrekening. De folders en aanbiedingen ploffen de komende dagen op de mat en floepen onafgebroken op het beeldscherm. Opeens zijn er heel veel lastminutereizen en barst het van de verleidingen.

Ook voor de handige winkelier kan mei een van de leukste maanden van het jaar zijn. „Afgelopen jaren wist de detailhandel in mei 400 miljoen euro extra omzet te draaien vergeleken met een doorsnee maand. Daarmee is mei na december een goede tweede”, zegt Sander van Golberdinge van Detailhandel Nederland. „Er worden ook veel schulden afgelost door mensen die hun vakantiegeld afgelopen maanden al besteed hebben. Dat moet je er eigenlijk nog bij optellen.”

‘MediaMarkt, de betere bestemming voor je vakantiegeld!’, roept de elektronikaketen nu al. De aanbiedingen voor stofzuigers en enorme televisies met nóg meer pixels worden over het land uitgestort.

MediaMarkt, de betere bestemming voor je vakantiegeld!

Reclameslogan MediaMarkt

Zoveel extra geld kún je niet laten liggen

Paul Moers

„Retailers weten dondersgoed dat het vakantiegeld binnen is”, zegt retaildeskundige Paul Moers. „Dit is natuurlijk ook een uitgelezen kans op extra omzet. Nederlanders zijn in de crisisjaren gewend geraakt om het vakantiegeld ook aan andere zaken uit te geven; aan die stofzuiger die vervangen moet worden of aan de aflossing van schulden. Ik verwacht dat steeds meer bedrijven expliciet op het vakantiegeld inspelen. Mediamarkt doet dat al, maar ook concerns als De Bijenkorf en Hudson’s Bay zullen iets doen. Zoveel geld kún je niet laten liggen.”

„De detailhandel gaat absoluut extra zijn best doen, want er is veel extra geld,” zegt Sander van Golberdinge. „Het is ook een gunstige periode. De seizoenen wisselen en mensen hebben aandacht voor hun huis, tuin en kleding. Barbecues, tv’s, hifi, zweefparasols, dat wordt allemaal veel verkocht komende weken.” Om het geld te laten rollen, kennen winkels extra openingsuren en stunts webshops met gratis bezorging. Ook worden klanten gelokt door tickets voor attractieparken met korting te verkopen. Zo rinkelt de kassa én de kopers krijgen een vakantiegevoel.

Het zijn vooral de retailers met de duurdere spullen die een advertentiebombardement voorbereiden. „Ook de reisbranche gaat dat doen,” zegt Moers. „Verwacht volgende week maar een e-mail van KLM met goedkope tickets. En ik denk dat de bouwmarkten ook hun duurdere assortiment gaan promoten.”