

Vier keer halalretail in Nederland

17-02-2015 12:35

Waar Nederlandse retailers vooralsnog schitteren door afwezigheid, springen halalretailers in het gat dat maar open staat te zijn. Vier retailers op een rij, die zich richten op islamitische consumenten: een aanbieder van maaltijdboxen, een etailer annex groothandel, een fashionretailer en een sensuele webshop.

Halalbox

De jongste in de rij is Halalbox. Deze aanbieder van maaltijdboxen is sinds een week live. De start-up werkt alleen met leveranciers die hun producten verwerken volgens halalrichtlijnen, die bijvoorbeeld gelden voor vlees. Consumenten kunnen kiezen uit drie boxen: een classic-, delicatessen- en fruitvariant. Net als bij HelloFresh worden de ingrediënten afgemeten en geleverd met recepten. Bezorging is gratis en gebruikers hoeven geen abonnement af te sluiten. De boxen wordt tot nu toe alleen op zaterdag bezorgd. Als het volume groeit, wordt het aantal bezorgmomenten uitgebreid. Binnen een half uur staat er een maaltijd op tafel, belooft Halalbox.

Islamproducten.nl

Een andere online speler is islamproducten.nl, naar eigen zeggen de grootste islamwebwinkel van Nederland. Islamproducten.nl fungeert tegelijkertijd als online groothandel voor islamitische scholen, moskeeën en wederverkopers. Een greep uit het assortiment: boeken, kleding, halaltests, speelgoed, elektronica, huidverzorging cadeauartikelen... Een halalwinkel van Sinkel dus. Via nieuwsbrieven, een blog en social media-accounts onderhoudt de etailer contact met zijn doelgroep. Elke aankoop levert loyaliteitspunten op, die uiteindelijk goed zijn voor korting op de producten.

Boutique Sarah

Tegenover station Hollands Spoor in Den Haag bevindt zich fashionretailer Boutique Sarah. In deze stenen vestiging zijn alleen damescollectie en verzorgingsproducten verkrijgbaar en de winkel is ook alleen toegankelijk voor vrouwen. Sinds 2007 is de bijbehorende webwinkel islamitischekleding.nl live, waar zowel heren-, dames-, als kinderkleding wordt aangeboden. Een groot deel van de kleding wordt door de retailer zelf ontworpen en dat valt blijkbaar in de smaak, getuige de bijna dertienduizend likes op de Facebookpagina van islamitischekleding.nl. Een rondleiding door de winkel:

El Asira

In de webwinkel van El Asira vinden consumenten producten voor sensuele momenten tussen man en vrouw, zoals het label het zelf omschrijft. Geen halalsexshop dus. Wel een aanbieder van kaarsen, massageolie en crèmes. El Asira komt uit de koker van Abdelaziz Aouragh, die 'met zijn concept een ode wil brengen aan vrouwen, moslim of niet'. Vorig jaar sloot hij een joint venture met erotiekconcern [Beate Uhse](#) om de oliën te verkopen bij onder meer drogisterijketens in Nederland en het buitenland. Ook de webwinkels van Beate Uhse dochters Christine le Duc en Pabo bieden de halalproducten tegenwoordig aan.

Dat Nederlandse retailers islamitische consumenten links laten liggen komt vooral doordat retailers niet weten

hoe ze hen kunnen bedienen, denkt Aouragh. Door kleine aanpassingen in de productverpakkingen door te voeren, zou een retailer als [Rituals](#) moslims echter goed kunnen bedienen. Zij hebben namelijk veel dagelijkse rituelen die te maken hebben met reiniging van het lichaam. Maar omdat Rituals veel Boeddhabeelden in zijn winkels en op de verpakkingen plaatst, staat de keten niet hoog op het lijstje van veel moslims, schetst Aouragh. "Je hoeft maar die verpakking aan te passen en je hebt er in alleen al in Nederland al meteen een potentiële doelgroep van een miljoen mensen bij."

Dat Westerse retailers [nauwelijks inspelen](#) op moslimconsumenten ziet ook senior researchmanager Ahmed Ait Moha van onderzoeksbureau Motivaction. Oké, HEMA doet dat een beetje, door hoofddoeken aan te bieden. Maar verder valt het tegen. En een display met halal snoep neerzetten als het Suikerfeest in aantocht is, telt niet mee.

Binnen winkelketens worden de assortimenten nauwelijks afgestemd op de locatie van de winkels. Zo verschilt het aanbod van een Albert Heijn in Maastricht volgens hem niet van een Albert Heijn in Bos en Lommer. "Terwijl het logisch zou zijn als retailers hun assortiment kunnen afstemmen op wijk- of stadsniveau op de demografie."