

Ramadan: een feest voor retailers?

18-06-2015 11:44

Ramadanshappen in de winkels, het is niets nieuws. Zo heeft HEMA ieder jaar een assortiment met onder meer halal snoepjes. Dit jaar zijn die opgenomen in 243 winkels, laat de retailer weten tegenover [NRC Q](#). HEMA staat zo 'midden in de samenleving en de actualiteit', stelt een woordvoerder. Maar belangrijker: er wordt 'enthousiast op gereageerd'.

De afgelopen dagen was er zelfs enige sprake van [shopstress](#), stelt Omroep West. Moslims gingen nog snel even naar de slager, bakker en supermarkt voordat de ramadan vandaag van start ging. HEMA is dan ook allesbehalve de enige retailer die zich mengt in de vastenmaand van de moslims. Zo hoopt V&D dit jaar ook een graantje mee te pikken.

Ramadancollecties

"De parterre wordt de homepage van de winkel", vertelde ceo John van der Ent van V&D begin mei bij de presentatie van [het nieuwe V&D](#). De verdiepingen worden uitgerust met een marktplaats, om de klant net als in de webshop 'te blijven verleiden'. Daar wil de retailer zijn producten wisselend onder de aandacht brengen via bijvoorbeeld een fashion catwalk, schoolcampus, regionale events of de productlancering van La Place. In de winkels in grote steden hangt daar deze maand een ramadancollectie, met kleding die ontworpen is om in te spelen op de wensen van allochtone klanten. De accessoiresafdeling zorgt voor sjaals en hoofddoeken, terwijl La Place vol ligt met zoetjes voor het Suikerfeest.

Ook Mango doet mee met een collectie voor de ramadan, maar dan niet voor ons land. De collectie met outfits voor 'speciale avonden' is alleen te koop in de Arabische landen waar de modeketen actief is. Daarmee volgen de Spanjaarden het voorbeeld van DKNY, dat vorig jaar al met een speciale ramadan-kledingcollectie kwam. Die bestond uit conservatieve broeken, blouses, rokken en jurken met feestelijke kleuren en prints.

IMAGE NOT FOUND

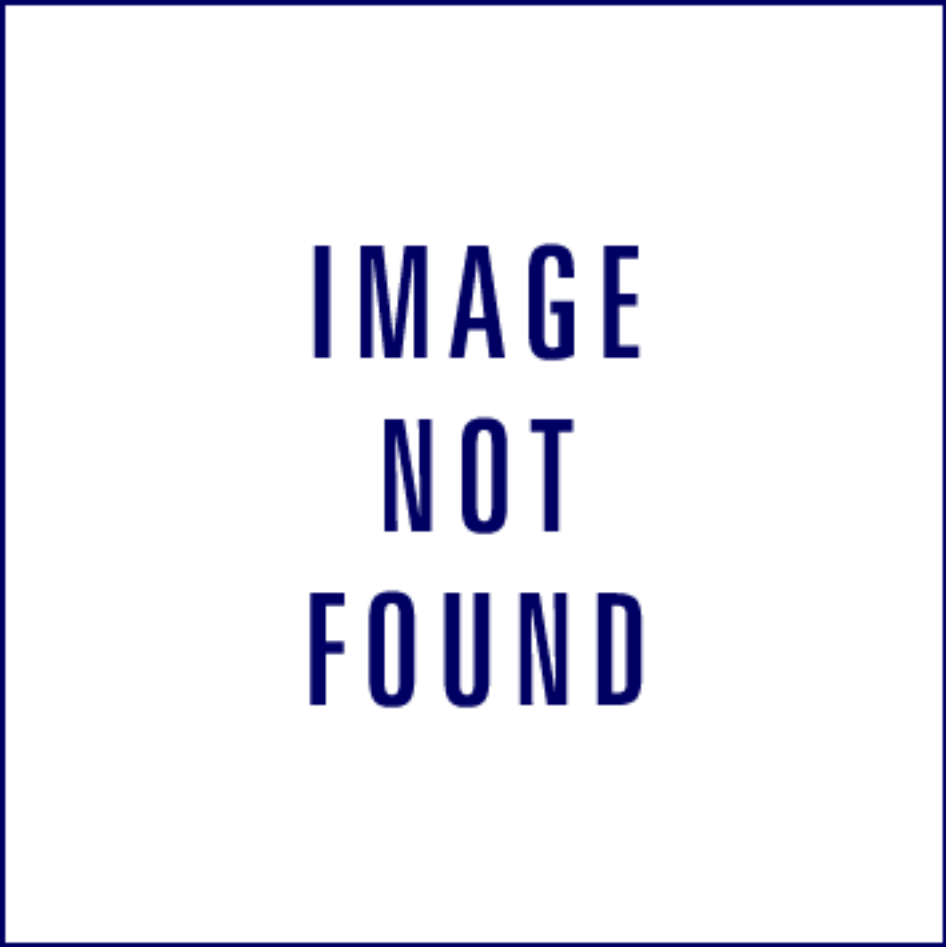
The Body Shop introduceerde op zijn beurt ramadangeschenken. Tijdens de ramadan is het immers gebruikelijk om cadeaus te geven. De sets zijn echter alleen in Groot-Brittannië online te verkrijgen, en niet in ons land. Vanwege de reactie van klanten op de introductie van deze geschenken besloot de retailer toch ook in de Benelux een beperkt assortiment op te nemen in een aantal winkels.

Gat in de markt?

Dat de geschenken echter niet luxe hoeven te zijn, merken ze in Engeland. Waar normaal de luxe winkelstraten volliepen tijdens de ramadan, krijgen zelfs winkels als Primark en H&M een [omzetboost](#). Het zijn vooral toeristen die hun hand even van de knip halen. Klanten uit het Midden-Oosten besteden gedurende de ramadan vier tot zeven keer meer dan de gemiddelde Brit, vond Global Blue.

In ons land geven moslims volgens onderzoeksbureau Motivaction 35 procent meer uit tijdens de ramadan. Een [gat in de markt](#), noemt Ali Topal van restaurantketen Meram het dan ook tegen de NOS. Toch lijkt die boodschap nog niet helemaal over te komen. Sowieso wordt er in het buitenland meer op de ramadan ingespeeld. Daar verplaatst het hele leven – ook de winkels – zich namelijk naar de nacht, vertelt onderzoeker Ahmed Ait Moha van Motivaction. In Nederland is er echter te weinig kennis over de wensen en behoeften van moslims, stelt hij. “En ik denk dat er angst is om niet-moslims voor het hoofd te stoten door iets alleen voor moslims te doen.”

De ramadan en het Suikerfeest bieden retailers volop mogelijkheden om moslimklanten te bedienen, zei Ait Moha vorig jaar al tegen RetailNews. Islamitische klanten willen in deze periode bijvoorbeeld veel zoetigheden en deegwaren. “Waar rond oud en nieuw bij elke supermarkt oliebollenkraampjes staan, kunnen retailers tijdens de ramadan of het Suikerfeest kramen inrichten met producten die dan veelvuldig worden gebruikt.”



**IMAGE
NOT
FOUND**

Zeg dat maar tegen Albert Heijn. De Zaanse supermarktketen besloot dit jaar geen ramadandisplays meer in zijn vestigingen te plaatsen. Ze oogden namelijk rommelig en bovendien sloot het assortiment niet aan op de behoefte van de klant, aldus een woordvoerder. Waar de displays vorig jaar nog in ruim 250 supermarkten te vinden waren, verkopen nu zo'n 150 winkels alleen wat grotere verpakkingen van onder meer bulgur, dadels, vijgen en olijven. Albert Heijn heeft het gat in de markt niet gevonden.