

Retailers richten zich op Arabische luxeshopper

09-06-2016 07:30



Verschillende retailers en bedrijven in toerisme en marketing hebben zich verenigd om vermogende Arabieren naar Nederland te lokken. Waar luxeshoppers uit China en Rusland ons land al weten te vinden, is dat voor Arabieren nog niet het geval, constateren de partijen volgens [Het Financieele Dagblad](#).

Het platform is een initiatief van de Nederlandse ondernemer Abdelaziz Aouragh. Onder meer juweliersketen Schaap en Citroen en eigenaar MacArthur Glenn van Designer Outlet Roermond hebben zich erbij aangesloten. Het doel is om Nederland onder de aandacht te brengen in het Midden-Oosten.

Schaap en Citroen wil 'de rode loper naar het Midden-Oosten' onder meer uitleggen door klanten in hun eigen taal te ontvangen. "We vinden het belangrijk om ook zelf Arabisch te spreken", zegt directeur travel-retail Denis Wortelboer van de juweliersketen. Hij verwacht niet dat Arabieren in ons land 'met hun geïmporteerde Lamborghini's de luxewarenhuizen af rijden', zoals in Londen gebeurt. "Amsterdam is meer een stad van boutiques, daarmee kunnen we ons ook onderscheiden van de grote shoppingmalls in het Midden-Oosten zelf."

In Londen slaan Arabieren jaarlijks voor miljoenen aan cadeaus voor het Suikerfeest in. Die 'ramadan rush' is in Nederland nog niet echt zichtbaar, bleek deze week uit een rondgang van BNR. De meeste grote retailers spelen niet in op het islamitische feest. "Wij merken dat onze klant er niet speciaal behoefte aan heeft om een speciaal assortiment met de naam 'ramadan' of 'Suikerfeest' te vinden", liet een woordvoerder van HEMA

weten. Ook Detailhandel Nederland twijfelt over de kansen voor de Nederlandse detailhandel, omdat het volgens directeur Sander van Golberdinge met één miljoen moslims om een relatief een kleine groep gaat.