

Meer winkelketens besteden aandacht aan Suikerfeest

12-05-2021 14:56



Steeds meer grote winkelketens besteden aandacht aan het Suikerfeest, de afsluiting van de ramadan. Na het dipje van vorig jaar wordt de stijgende lijn van de voorgaande jaren nu wel voortgezet.

Dat blijkt uit de jaarlijkse Suikerfeestmonitor van onderzoeksbureau Labyrinth. Voor het onderzoek zijn 149 winkels in de vier grote steden onderzocht. Daarvan biedt 14,8 procent speciale artikelen voor de islamitische feestdag aan. Vorig jaar was dat 8,3 procent en in 2019 9,4 procent. Bij 12,8 procent van de winkels was sprake van zichtbare reclame-uitingen.

Bijna vier op de tien winkels (38,3 procent) houdt in elk geval rekening met het Suikerfeest, dat donderdag wordt gevierd. Ze verwachten bijvoorbeeld extra omzet, hebben extra artikelen ingekocht of zetten meer personeel in.

Net als de laatste jaren besteden vooral Ici Paris XL, Holland & Barrett, Douglas en Albert Heijn er met promotie en artikelen aandacht aan. In mindere mate geldt dat voor Dirk van den Broek, SoLow en Hoogvliet.

In de 38 onderzochte webshops is het Suikerfeest nauwelijks zichtbaar. Ici Paris XL is de enige die er op de homepage aandacht op vestigt. In zeven webshops zijn artikelen te vinden als daar specifiek naar wordt gezocht.