

Meer winkels spelen in op Suikerfeest, webshops zelden

02-05-2022 09:08



Grote winkelketens spelen dit jaar meer in op het Suikerfeest, de afsluiting van de ramadan. Dat blijkt uit de jaarlijkse Suikerfeestmonitor van onderzoeksbureau Labyrinth.

21,5 procent van de 144 bezochte winkels in Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht besteedt aandacht aan Eid Al Fitr, zoals het feest officieel heet. In 17,4 procent van de winkels was er sprake van speciale artikelen, tegenover 14,8 procent in 2021 en 8,3 procent in 2020. Bij 14,5 procent van de winkels waren reclame-uitingen te zien, tegen 12,8 procent vorig jaar.

Net als voorgaande jaren besteden onder meer parfumeries en winkels met verzorgingsproducten als Ici Paris XL, Holland & Barret, Douglas, Rituals en Lush veel aandacht aan het Suikerfeest. **"Je hoort dat er rond het Suikerfeest meer aan vrouw en kinderen wordt besteed", zegt woordvoerder Samater Geddi. "Daarnaast valt het net als vorig jaar samen met Moederdag. Het zou kunnen dat die winkels toch al met acties bezig waren."** Ook Albert Heijn, Jumbo en de Bijenkorf staan stil bij het Suikerfeest.

Webshops

Online is er weinig aandacht voor het Suikerfeest. Slechts twee van de 37 onderzochte webshops van grote winkelketens besteden er op de homepage aandacht aan. Wel werden er bij zeven winkels artikelen en/of pagina's voor het Suikerfeest gevonden als er specifiek naar werd gezocht.

Geddi: "Webshops focussen zich op een groter publiek. Wij gaan langs 144 winkels in de vier grote steden. En in die grote steden zijn er natuurlijk meer mensen die al Suikerfeest vieren, daarom spelen winkels daar er op in."