

'Winkels doen nog steeds weinig met Suikerfeest'

21-04-2023 09:09



Retailers schenken nog altijd maar beperkt aandacht aan het Suikerfeest, de afsluiting van de Ramadan. Dat blijkt uit de jaarlijkse Suikerfeestmonitor van onderzoeksbureau Labyrinth.

Labyrinth onderzocht of kernwinkelcentra en wijkwinkelcentra in de vier grootste Nederlandse steden aanbiedingen of acties in het kader van het Suikerfeest hebben. Ook keek het onderzoeksbureau of er speciale Suikerfeestproducten worden aangeboden in de winkel of online. Slechts enkele supermarkten, waaronder Albert Heijn, Dirk en Jumbo, deden dat. Dat gold ook voor een paar retailers gericht op persoonlijke verzorging, waaronder Douglas, Ici Paris XL en Lush. Zo worden er in de winkels displays geplaatst met dadels en bakproducten of worden er cadeaupakketten uitgesteld.

Ook online ziet Labyrinth maar een klein aandeel ketens en webshops adverteren met producten en aanbiedingen voor het Suikerfeest. Het gaat onder meer om Amazon, Douglas en Hallmark.

De mate waarin winkeliers inspelen op het Suikerfeest staat volgens Labyrinth niet in verhouding met de behoeften. Door moslimconsumenten beter te bedienen zouden retailers volgens het onderzoeksbureau veel meer omzet kunnen draaien.

Hoe komt het dat retailers in Nederland nog steeds te weinig doen met moslimshoppers? We bespraken het met Abdelaziz Aouragh, auteur van Islamic Branding. Het verhaal verschijnt vanmiddag op RetailTrends.

