



PERSBERICHT

Leidschendam, 11 november 2009

Sinterklaas pakt traditiegetrouw groot uit

Traditie staat dit jaar hoog in het vaandel, consumenten vieren zoals vanouds massaal Sinterklaas. Uit onderzoek van Detailhandel Nederland blijkt dat consumenten juist in het huidige economische klimaat gezelligheid en familietradities nog belangrijker vinden. De consument wil dan ook niet inleveren op de cadeaus. In een gemiddelde week zet de detailhandel € 1,6 miljard om. In de week voor Sinterklaas wordt € 450 miljoen extra omzet verwacht.

Voor Sinterklaas staan er dit jaar naast de vertrouwde Lego en Nintendo Wii en DSi opvallende trends hoog op de verlanglijstjes: Hello Kitty-artikelen, Bakugan-artikelen, waveboards en Tech Deck Fingerskateboards. Sinterklaas koopt naast de traditionele chocoladeletters, marsepein en pepernoten, ook steeds meer gezond snoepgoed. Een andere opvallende trend is dat volwassenen weer meer Sinterklaas vieren, vaak met kleine, grappige cadeautjes die 'gewonnen' kunnen worden door middel van spelletjes.

December is van oudsher een 'gouden' maand voor de detailhandel. Voor winkeliers is goed ondernemen in de huidige retailmarkt een uitdaging. De consument is nog kritischer en profiteert van het 'best value for best price'-principe waar de winkelier extra aandacht aan besteedt.

Om te zorgen dat de Sint zaterdagmiddag voor de pakjesavond niet misgrijpt, zijn in de meeste gemeenten donderdag 3 en vrijdag 4 december de winkels 's avonds ook open.

Noot voor de redactie:

Detailhandel Nederland is het samenwerkingsverband van de Nationale Winkelraad van MKB-Nederland en de Raad Nederlandse Detailhandel (RND). Detailhandel Nederland vertegenwoordigt alle winkeliers van Nederland.

Voor meer informatie kunt u terecht bij Yvonne Fernhout, PR en Communicatie, 06 204 923 62 of yvonne.fernhout@dedetailhandel.nl