

‘Heimweemarketing biedt groeikansen’

10-07-2007 00:00

Het midden- en kleinbedrijf zou veel beter moeten inspelen op sentimenten van de verschillende nationaliteiten. Dat stelt trendwatcher Adjiedj Bakas in het tijdschrift Events.

“In totaal wonen er een miljoen landgenoten in het buitenland. Daar liggen kansen voor diasporamarketing ofwel heimweemarketing. Nederlanders die in het buitenland wonen, eten bijvoorbeeld tien keer zoveel speculaas als Nederlanders in Nederland”, zegt Bakas.

Volgens dit idee zouden oer-Nederlandse producten beter in het buitenland kunnen worden afgezet. Maar het omgekeerde is ook het geval. “De tientallen buitenlandse nationaliteiten die in Nederland wonen, vallen nog meer terug op oude gewoonten dan hun landgenoten in eigen land. Een heel interessante markt dus”, aldus Bakas.