De Telegraaf lanceert Heimweewebwinkel

17-05-2011 11:12



Gerdien de Jong, E-commerce Manager van De Telegraaf: "In het buitenland wonen meer dan 20 miljoen Nederlanders of mensen die zich met Nederland verbonden voelen. Maandelijks bezoeken honderdduizenden van deze mensen onze nieuwssite. Uit onderzoek is gebleken dat de overgrote meerderheid vooral echt Nederlandse producten mist. We richten ons dan ook primair op de vele miljoenen Nederlanders "in den vreemde"; emigranten, ambassadepersoneel, expats of gepensioneerden. Maar ook op familieleden en vrienden in Nederland die deze mensen af en toe willen verrassen."

De Heimweewinkel beschikt over een uitgebreid assortiment; van pindakaas tot erwtensoep en van hagelslag tot Jip en Janneke rompertjes van HEMA. "De Heimweewinkel voorziet in de behoefte van deze Nederlanders om af en toe het gevoel van "thuis" te ervaren door zich te verwennen met producten die als typisch Nederlands kunnen worden getypeerd", aldus Gerdien de Jong.

De Telegraaf werkt bij het realiseren van de Heimweewinkel samen met The Source, een groeicatalysator die bedrijven helpt te groeien en samen met het bedrijf, of geheel geoutsourced, het traject van producten/diensten vanaf idee tot en met de uiteindelijke marktintroductie in handen neemt. The Source is in 2005 opgericht door Maurits van Oranje en Felix van der Houwen.

David Huijzer