

SUPERMARKT- ONDERZOEK

■ **Supermarkten besteden te weinig aandacht aan de niet-westerse allochtoon, zegt Melissa Kamstra, studente Media en Informatiemanagement.**

Kamstra onderzoekt voor haar afstuderen de communicatie van supermarkten naar de niet-westerse consument. Supermarkten zouden veel omzet mislopen doordat zij zich niet of nauwelijks richten op deze doelgroep. Producten als kousenband, couscous en halalvlees worden wel verkocht, maar acties zijn er niet echt. Kamstra: "Supermarkten denken te veel in hokjes, ze zeggen niet te weten hoe ze de consumenten kunnen bereiken." Reclames kunnen bijvoorbeeld niet vertaald te worden, maar gewoon worden opgenomen in de huidige reclame, meent Kamstra. "Met feestdagen als ramadan koopt de doelgroep heel veel, met gerichte reclame kun je daarop insprijgen." Melissa richtte zich in haar onderzoek alleen op printreclame. (MB)