

Fredrix haalt uit naar fabrikanten

02-11-2007 00:00

Superunie-directeur Frans Fredrix is niet te spreken over de prestaties van fabrikanten van zoetwaren en snacks. 'Het is drie keer niks', beet hij de producenten toe op het najaarscongres 'De kracht van impuls' van het Studiecentrum Snacks en Zoetwaren.

De productpresentatie in de winkels kan volgens Fredrix flink beter. "Als ik naar het snoepschap kijk, dan zie ik een industriële uitstraling. Ook al is alles geel, rood en groen, het geheel is drie keer niks. In zoetwaren proberen de fabrikanten nooit eens wat anders. Het ziet er vooral uit als wasmiddelen."

Het merk Gulden Krakeling werd door Fredrix als voorbeeld gesteld. "Zij hebben in 30 jaar zo'n merk opgebouwd dat het in drie dagen helemaal weg is als wij hun producten kopiëren en onder het huismerk Bakkersweelde in het schap zetten. Dat kunnen we straffeloos doen. Dan heb je toch iets niet goed gedaan in die 30 jaar."