

IJsmanschap mikt op out-of-homemarkt

15-09-2017 16:10



RetailRookie IJsmanschap is in gesprek met retailers om zijn ijsjes op grotere schaal aan consumenten te verkopen. Daarbij richt de ijsmaker zich op out-of-homespelers, zegt oprichter Martijn Doets tegenover [RetailTrends](#).

Doets opende anderhalf jaar geleden zijn eerste ijsbar in Amsterdam. Omdat hij zichzelf vooral als ijsproducent ziet, is hij niet van plan meer eigen winkels te openen. Met welke spelers gesprekken lopen, kan Doets vanwege 'communicatierestricties' nog niet kwijt. Hij richt zich voorlopig in ieder geval niet op supermarkten.

IJsmanschap maakt ijs zonder kunstmatige kleur- en smaakstoffen. Verder onderscheidt de RetailRookie zich door de vorm, de zogeheten popsicles. Dit verse ijs op stokjes is volgens Doets een unieke verschijning in ons land en zorgt bij de consument voor een 'wow-element'. "Ze zien een handijsje en weten niet echt wat ze moeten verwachten, maar als ze het proeven, zijn ze positief verrast."

Op [RetailTrends](#) wordt uitgebreid stilgestaan bij het concept van IJsmanschap. De ijsbar een van de tien RetailTrends RetailRookies 2017-2018.