

Vrieskast geeft marketeer rilling

07-07-2006 00:00

Nederlandse supermarkten richten vrieskasten –en bakken weinig aantrekkelijk in. Volgens menig marketeer “zijn de vrieskasten –en bakken vaak onoverzichtelijke eilanden vol moeilijk bereikbare en slecht geplaatste producten.”

Retailers investeren traditioneel weinig in de aankleding van de vrieskasten, omdat ook de consument de diepvriesproducten geringschat. Voor de doorsnee klant zijn diepgevroren voedingsproducten alleen “een redding in nood”.