

Discussie over krokettenrecessie

13-08-2006 00:00

Snackproducent Ad van Geloven snapt niets van uitlatingen van Wessanen over een krokettenrecessie. Volgens Wessanen-topman Veenhof is de Nederlandse consument enigszins uitgekeken op traditionele snacks als de kroket en de frikadel. Dat negatieve beeld is echter niet overeenkomstig met de ervaring van de Tilburgse fabrikant, aldus Ad van Geloven-directeur Hans Vermeulen.

“We zijn stomverbaasd door Veenhofs uitspraken. Kroketten en frikadellen zijn nog steeds een solide basis voor een snackproducent. Misschien wil Veenhof af van de snackdivisie. Maar door dit soort uitspraken wordt die divisie wel minder waard.”

Een andere fabrikant, Cold Food, ondersteunt de visie van Ad van Geloven. Marketing manager Jelle Molenaar: “In Nederland rollen jaarlijks 350 miljoen kroketten van de band, ik kan me niet voorstellen dat die markt ineens is ingezakt.”