

Kapitein Iglo houdt niet meer stand op diepvriesmarkt

nieuws

Kapitein Iglo vaart binnenkort onder een andere vlag. Eerder meldden we al dat moederbedrijf Unilever het merk in de etalage heeft gezet. Ook voedingsgigant Heinz trekt zich terug uit het vriesvak en Nestlé deed dat al eerder. "Er wordt nog altijd evenveel diepvriesvoeding verkocht, maar we eten steeds minder van de grote merken", zegt Katrien Verbeke van Delhaize in De Morgen. Volgens de krant is er echter meer aan de hand dan een verschuiving van duurdere naar goedkopere merken.

🕒 15 FEBRUARI 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:32

Kapitein Iglo vaart binnenkort onder een andere vlag. Eerder meldden we al dat moederbedrijf Unilever het merk in de etalage heeft gezet. Ook voedingsgigant Heinz trekt zich terug uit het vriesvak en Nestlé deed dat al eerder. "Er wordt nog altijd evenveel diepvriesvoeding verkocht, maar we eten steeds minder van de grote merken", zegt Katrien Verbeke van Delhaize in De Morgen. Volgens de krant is er echter meer aan de hand dan een verschuiving van duurdere naar goedkopere merken. De consument gedraagt zich prijsbewust tussen de vriezers. Voor bevroren voeding zijn merken van weinig tel. Het moet vooral goedkoop zijn, anders kan je net zo goed verse producten kopen. "De grote merken hebben het inderdaad moeilijk in het vriesvak", zegt Chris Moris van Fevia, de federatie van de voedingsindustrie. "Omdat de consument zich nauwelijks identificeert met een diepvriesproduct, maakt het weinig uit of zijn frietjes van een merk zijn of niet".

Hoewel Delhaize er op wijst dat de verkoop van diepvriesproducten niet gedaald is, zijn er ook aanwijzingen dat de consument steeds bewuster omspringt met zijn voeding. "De interesse voor het koelvak is toegenomen. Dankzij nieuwe verpakkingstechnieken kunnen bereide schotels en voorgesneden groenten ook langere tijd in de koelkast bewaard worden. De consumenten hebben de indruk dat die producten gezonder zijn", zegt Annemie Pellaers van de Food Academy, een promotie- en kenniscentrum voor de kant-en-klaarsector.

Volgens Pellaers kampen diepvriesproducten nog steeds met een negatief imago. "Door de vriesbehandeling verliezen de groenten een beetje smaak. Een consument met gezonde smaakpapillen zal het verschil met een vers product wel proeven. Maar in tegenstelling tot wat algemeen gedacht wordt, hebben die voedingswaren niets van hun voedingswaarde verloren".

Vooraf jonge studenten, jonge gezinnen zonder kinderen en singles zouden de vriesafdeling van de supermarkt vaker links laten liggen. Hun diepvries is vaak niet veel groter dan een vakje boven de koelkast. Daarom is deze groep ook meer geneigd om een paar keer per week de winkel binnen te lopen voor de booschappen van de dag. Die mensen vormen een steeds grotere groep.

VILT vzw


Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

 screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

 screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

 screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

 screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

 screenreader.visit us on our bluesky page:
<https://bsky.app/profile/viltnieuwbsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra