



## Presse-Information

### **Social-Selling-Projekt „The Tasty Table by bofrost\*“ beendet**

**Straelen, im Januar 2020 – Nach einer Planungs- und Testphase hat bofrost\* im Februar 2019 das Social-Selling-Projekt „The Tasty Table“ als Startup-Initiative in Deutschland und in Österreich eingeführt, um den personengestützten Direktvertrieb – das Kerngeschäft von bofrost\* – auch mit engagierten Vertriebspartnern persönlich-digital zu vermitteln und auf die Sozialen Netzwerke auszuweiten. Die Startup-Initiative sollte durch Einsatz von Genuss-Coaches das bofrost\*Sortiment für eine jüngere Zielgruppe attraktiver machen und so weiteres Wachstum erzielen. Aus den Erfahrungen des ersten Jahres hat bofrost\* allerdings den Eindruck gewonnen, dass das Projekt aktuell nicht wirtschaftlich ist und auch langfristig nicht in eine Rentabilität gebracht werden kann. Daher hat das Familienunternehmen jetzt entschieden, „The Tasty Table“ mit Ende Januar zu beenden.**

Als eine unter vielfältigen Maßnahmen zur Modernisierung hatte bofrost\* mit „The Tasty Table“ ein komplett neues und zusätzliches Geschäftsmodell entwickelt. In den vergangenen Monaten wurde aber deutlich, dass die Wirtschaftlichkeit des Geschäftsmodells auch in Zukunft nicht ausreichend gegeben ist, insbesondere weil der Markt für Vertriebspartner im Direktvertrieb in Deutschland hart umkämpft und auch der Wettbewerb im Lebensmittelhandel extrem fordernd ist. Des Weiteren bedurfte die Integration der „The Tasty Table“-IT in die bestehende bofrost\*Infrastruktur sowie die notwendige Anbindung an die bofrost\*Prozesse wesentlich höhere Aufwände als ursprünglich angenommen. Die jetzige Entscheidung, das Projekt nicht fortzuführen, ist auch vor dem Hintergrund vielfältiger Maßnahmen gefallen, die bofrost\* aktuell unternimmt, um das Unternehmen zukunfts- und wettbewerbsfähig auszurichten. Um diese Projekte mit der notwendigen Qualität voranzutreiben und zum Erfolg zu führen, sieht sich das Familienunternehmen gezwungen, sich zu fokussieren und Projekte zu priorisieren.

Obwohl „The Tasty Table“ nun eingestellt wird, hat das Projekt gezeigt, dass neue Kundengruppen erschlossen werden können, und die gewonnenen Erkenntnisse bieten eine wertvolle Basis für zukünftige innovative Ansätze des europäischen Marktführers für den Direktvertrieb von Eis- und Tiefkühlspezialitäten.



## Presse-Information

bofrost\* steht seit mehr als 50 Jahren für erstklassige Qualität, herausragenden Service und vor allem individuelle Beratung. Das 1966 gegründete Familienunternehmen mit Hauptsitz in Straelen am Niederrhein ist heute mit 248 Niederlassungen in 12 europäischen Ländern der europäische Marktführer im Direktvertrieb von Eis- und Tiefkühlspezialitäten. Vier Millionen Kunden, davon rund 2,3 Millionen in Deutschland, wissen die lückenlos geschlossene Tiefkühlkette und die erstklassige Frische, aber auch die Reinheits- und Geschmacksgarantie zu schätzen. Nachhaltigkeit, der verantwortungsvolle Umgang mit den Ressourcen der Natur und soziales Engagement sind wichtige Bestandteile der Firmenphilosophie.

Seit Unternehmensgründung setzt sich bofrost\* für Kinder in Not ein. In den vergangenen Jahren hat das Unternehmen durch das Engagement seiner Kunden und Mitarbeiter verschiedene Projekte für hilfsbedürftige Kinder mit insgesamt über elf Millionen Euro allein in Deutschland unterstützt. Seit 2016 ist bofrost\* Partner der „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e.V.“

Mehr Informationen zu bofrost\*, den Produkten und Dienstleistungen finden Sie unter [www.bofrost.de](http://www.bofrost.de).

### **Ihre Ansprechpartner:**

bofrost\* Dienstleistungs GmbH & Co. KG  
Andrea Merkens  
Tel.: 02834 707-727  
E-Mail: [andrea.merkens@bofrost.de](mailto:andrea.merkens@bofrost.de)

impact Agentur für Kommunikation  
Esther Ritthoff  
Tel.: 040 4313023-3  
E-Mail: [e.ritthoff@impact.ag](mailto:e.ritthoff@impact.ag)