



FOODSERVICE
SOLUTIONS

MAAK JE KLAAR VOOR DE NIEUWE REALITEIT

DE 5 ERVARINGSGERICHTE CONSUMENTENTRENDS VOOR HET DINER

De komende jaren groeien de gemaksgeneraties Millennials en Generatie Z uit tot maar liefst **53%** van de volwassen bevolking in Nederland⁹. Wat betekent dat voor de foodservice sector? Millennials en Generatie Z besteden namelijk het meest aan avondeten buitenshuis, maar verwachten dan ook wel wat. Met de groei van deze generaties ontstaan er kansen voor de foodservice sector. Ze vinden een **smaakvolle eetervaring** belangrijk, zijn gek op gemak en bestellen eten vooral vanuit gemak en als ontspanning.

Onderscheid jezelf van de concurrentie en trek nieuwe gasten uit deze generaties aan: investeer in multisensorische en **onvergetelijke ervaringen**.

**ONTDEK DE
5 NIEUWE
CONSUMENTEN-
TRENDS**





1



VERHOOGDE SMAKEN

Consumenten verlangen naar authentieke en meeslepende ervaringen die hen verbinden met andere culturen.

SPEEL IN OP DE TREND: 25% van de consumenten geeft aan bereid te zijn om nieuwe producten te proberen als het een unieke draai geeft aan iets wat ze al kennen en waarderen. Combineer daarom vertrouwde smaken en texturen op een innovatieve manier en bied ze zo een unieke culinaire ervaring.

Loaded fries tillen friet als geliefde klassieker naar een geheel nieuw niveau. Combineer hartige toppings zoals gesmolten kaas, knapperige bacon en jalapeños met premium sauzen.

[KLIK HIER VOOR MEER
LOADED FRIES INSPIRATIE](#)

2



UITZONDERLIJKE TEXTUREN

Maar liefst 52% van de consumenten is op zoek naar nieuwe avontuurlijke producten³. Aangezien 54% prioriteit geeft aan textuur⁴ is dit het moment om je op een opvallende textuur te focussen, ook met bezorging.

SPEEL IN OP DE TREND: Ontdek nieuwe texturen voor jouw broodjes, dumplings en friet. Vaak nemen deze producten 30% of meer van het bord in beslag, waardoor het wisselen van deze producten het hele gerecht aanzienlijk kan verbeteren.



OPSCHALEN NAAR XL

Gezelligheid is eveneens een belangrijk motief om maaltijden te bestellen⁹. Die hang naar sociale verbondenheid vraagt om shared diners of hele grote porties, waardoor je de gerechten in een handomdraai omdraait tot deelbare, gezellige gerechten.

TAP INTO THE TREND: Vergroot bekende favorieten door populaire menu-items extra groot te maken. Door menu-items op te schalen of door deelbare maaltijden aan te bieden voldoe je aan de behoefte van de gemaksgeneraties om samen te eten.

Denk aan decadente borrelplanken met verschillende dips, XL-shared sandwiches, dumplings en pasta of porties friet op maat om te delen naast voorgerechten en snacks.



4 ONTSPANNING

Gemak is de belangrijkste reden waarom consumenten uit eten gaan of eten bestellen. Van alle consumptiemotieven groeit gemak tot 2030 het hardst, de verwachting is zelfs 89%. Eten is voor de gemaksgeneraties bovendien een manier om te ontspannen⁹.

SPEEL IN OP DE TREND: Jouw gasten zijn op zoek naar een moment van ontspanning. Jij kunt ze dit bieden en dat zorgt voor een sterkere emotionele band met ze op. Dit betekent dat ze waarschijnlijk een positieve online recensie achterlaten. Met 90% van de restaurantbezoekers die online recensies bekijken voordat ze bestellen, is dit een goede manier om terugkerende gasten te krijgen. Stel daarom gerechten samen met klassieke comfortfood, voorzien van een moderne twist of haal inspiratie uit retro- of nostalgische ingrediënten. Niets roept zo'n sterke herinnering op aan vroeger als de smaak en herkenning van knapperige friet. Wie is daar niet dol op? Dit maakt ze een perfecte toevoeging aan jouw menu.



5 THUIS UIT ETEN

De gemaksgeneraties zijn positiever over maaltijdbezorging⁹. Sterker nog: meer dan de helft van GenZ en de Millennials ziet maaltijdbezorging als een goed alternatief voor uit eten gaan. 41% van Generatie Z laat minstens een keer per week een maaltijd bezorgen. Thuis etentjes organiseren met bezorgde gerechten, thuis uit eten als date en gedeelde maaltijden thuis: het biedt kansen voor jouw bezorgdienst. Deze consumenten zijn op zoek naar goede producten om hun maaltijden thuis nog specialer te maken.

SPEEL IN OP DE TREND: Verbeter de sociale momenten van jouw gasten thuis door prioriteit te geven aan kwaliteit. Dit betekent dat je producten levert die onmiddellijk indruk maken bij aankomst.



TIL DE EETERVARING NAAR EEN HOGER NIVEAU MET DEZE 5 BELANGRIJKE TRENDS

91% van de consumenten vindt nieuwe producten belangrijk voor hun eetervaring³.

Speel in op de vraag naar:

1. Verhoogde smaken
2. Textuurervaringen
3. Extra grote opties
4. Ontspannende momenten
5. Thuis uit eten

62% van de consumenten is vaker op zoek naar een ervaring tijdens het eten¹, daarvoor moet je een bijzondere zintuiglijke ervaring bieden om te worden herinnerd. Maar als het om friet gaat, kan het vaak moeilijk zijn om ze te laten opvallen. **Tot nu, nu is er de oplossing: SureCrisp Max.**



OM DE SMAKEN TE MAXIMALISEREN

Door gebruik te maken van deze vijf belangrijke trends, zijn McCain SureCrisp Max de nieuwe trendy friet voor bezorging, die een nieuwe knapperige ervaring aan gasten biedt, waar ze ook zijn.

Met zijn kenmerkende zichtbare coating en unieke gezouten smaak biedt SureCrisp Max een nieuwe en verbeterde eetervaring. De verwachtingen van je gast worden overtroffen, want SureCrisp Max zorgt voor een superieure smaak, textuur en prestaties bij bezorgen en afhalen (tot 30 minuten in een gesloten bezorgzak).

LEES MEER OVER SURECRISP MAX