

## Veranderende eetgewoonte speelt snacks in de kaart

09-03-2016 09:30

*In 2015 hebben snackbars, inclusief lunchrooms en ijssalons, een uitzonderlijk goed jaar gehad. De achterliggende oorzaak is een veranderend eetpatroon, waarbij de traditionele drie maaltijden per dag steeds meer worden vervangen door snacks onderweg. Dat is althans de constatering van Ernest van der Voort die met Albron foodservice inspeelt op de veranderende behoefte op diverse recreatieve locaties.*



### CBS cijfers

Vergeleken met dezelfde periode een jaar eerder, zette de fastfoodsector in het vierde kwartaal 8,1 procent meer om. Het was het toefje slagroom op een jaar waarin de omzet met 5,1 procent groeide. Van de ruim 8 procent komt 7 procentpunt voor rekening van het aantal verkochte ijsjes, broodjes, patatjes oorlog en andere versnaperingen (deze cijfers betreffen het volume). De prijzen van de consumpties stegen in het vierde kwartaal met gemiddeld 1,4 procent ten opzichte van een jaar eerder. **Veranderend eetpatroon** We vroegen aan Albron of dit sentiment ook doordringt in de recreatiesector? Ernest van der Voort: "Dat gasten steeds minder tijd hebben, vaker onderweg zijn en dat de 3 traditionele maaltijden per dag steeds minder traditioneel zijn is geen geheim voor de meesten in onze branche. Deze beweging is al jaren aan de gang en zal zich volgens ons ook nog wel even doorzetten. Mobiliteit zal steeds belangrijker worden, mensen zullen vaker onderweg zijn en gebruik maken van eten, drinken en andere faciliteiten. Wie hier adequaat op in kan spelen met een snel, lekker en goed assortiment, kan het verschil maken. Het juiste product op de juiste plaats op het juiste moment bieden is de succesformule. In die zin is er dus niets veranderd. Het product, en de manier waarop het wordt aangeboden, verandert wel degelijk." [caption id="attachment\_41891" align="alignright"]



width="300"]

De Grabber Joe's formule bij Center

Parcs[/caption] **In strijd met trend gezondheid?** Interessant in deze context is dat de cafetariabranche geen zonnige toekomst werd toebedeeld omdat het aanbod vooral een ongezond imago heeft. Onder het juk van de trend 'gezonde leefstijl' zouden consumenten minder vaak gebruik maken van cafetaria's. Van der Voort ziet dat de branche deze bedreiging uitstekend heeft gepareerd: "Dit segment heeft niet stil gezeten en doet er veel aan zichzelf opnieuw uit te vinden. Dat geldt voor gourmet burgersalon's tot fritesboutiques maar zeker ook voor de ijssalonrage. Snel & Lekker! Burgers zijn hot, schepijs & frozen yoghurt zijn hip en 'on the go' is mainstream aan het worden. Maar veel belangrijker is wellicht de keuze van de consument om, als hij dan toch 'zondigt', het dan maar meteen goed te doen. Goed in de zin dat hij zichzelf weinig beperkingen oplegt, maar ook dat hij dan kiest voor de maatschappelijk sympathiekere variant. Innovaties en toevoegingen buiten het traditionele snackassortiment lijken ook een zinvolle bijdrage te leveren aan aankoop frequentie en aan gemiddelde besteding. Heerlijke, vaak vers belegde, broodvarianten, Pasta's & Noodles to Go, de keur aan coffeestores, yoghurts & salades om mee te nemen. Allemaal snacks om tussendoor, onderweg of 'even snel' te nuttigen. Allen welkome en warm onthaalde oplossingen op een aloude gedragsvariant: 'snacken'. [caption id="attachment\_41890" align="alignright" width="300"]



FrozenYoghurt in de Keukenhof[/caption]

**Praktijkcase Keukenhof** Dat de trend een wereldwijd fenomeen is, blijkt wel uit de formules die Albron binnen de Keukenhof realiseert. Het is volgens Van der Voort een herkenbare case voor de recreatiewereld: "In 2015 ontvingen we ruim 1,2 miljoen bezoekers uit 100 verschillende landen. Natuurlijk bieden de verschillende vaste restaurants op het park veel afwisseling die bieden vooral een maaltijdooplossing. Veel bezoekers verblijven aar

kort op de Keukenhof. Soms hebben ze maar 3 uurtjes alvorens weer door te reizen. Een restaurantbezoek is dan niet vanzelfsprekend terwijl men wel graag gebruik maakt van kleine kwalitatieve versnaperingen. Met verschillende mobiele en vaste foodstalls kunnen we deze bezoekers optimaal bedienen. Vers fruit, frozenyoghurt, een lichte snack of brood het assortiment is flexibel in te richten. Altijd relevant dus en daar heeft men meestal wel geld voor over. Sneller, lekkerder, beter dus!" **Met dank aan:** Ernest van der Voort, [Albron Leisure](#) Ernest: "Binnen Albron verwerken we iedere dag ca. 250.000 eten & drinken transacties. Het juiste aanbod op het juiste moment zijn natuurlijk belangrijk. Het verwerken van een dergelijke grote hoeveelheid aan transacties is echter cruciaal. Gasten moeten snel kunnen kiezen (smal maar gevarieerd), makkelijk kunnen pakken (Grab & Go), snel kunnen betalen (cashless) en makkelijk kunnen consumeren (Convenient). Dat is topsport, iedere dag weer opnieuw." Bewaren Bewaren

Albron leisure