

Recreatief Totaal; De Foodservice special

12-04-2017 08:11

Vakblad *Recreatief Totaal 2*, die vorige week op de mat viel bij veel recreatiebedrijven, is nu ook online te bekijken. In deze editie wordt veel aandacht besteed aan de foodservice op recreatiebedrijven. Zo wordt er gekeken naar de trends, en zoomt Albron in op een specifiek segment: het ontbijtje.



Meer rendement uit het ontbijtmoment

(p.8) In de meeste vakantieparken is het ontbijtje nog een onderontwikkeld segment voor de parkrestaurants. De meeste gasten halen hun boodschappen en verse broodjes op in de supermarkt en keren vervolgens terug naar hun huisjes. Albron ziet in de parken van Center Parcs dat steeds meer mensen hun ontbijtje genieten aan het ontbijtbuffet. Het is een extra omzetmoment voor deze restaurants. Volgens Ernest van der Voort van Albron is een goed ontbijt ook van belang voor het welbevinden van de gasten. Een goed ontbijt geeft je meer energie om allerlei activiteiten te ondernemen. Om de gast te verleiden om naar het buffet te komen, moet je wel wat extra's bieden. **Trends in Foodservice; kansen voor leisure** (p.6) Op de Horecava van januari presenteerde het Food Service Instituut Nederland een trendrapport over de Nederlandse horeca. In het artikel in *Recreatief totaal* wordt bekeken welke trends ook kansrijk zijn voor de recreatiesector. Avast een tipje van de sluier opgelicht: De Nederlandse recreatiesector kan zich nog flink verbeteren op het gebied van 'prijs', 'een goed verhaal' en 'gewetensvolle producten'. **Levensgenieten en ondernemerschap in Maastricht** (p.13) Als één stad de titel van Bourgondische hoofdstad van Nederland verdient, dan is dat wel Maastricht. Dat bleek wel tijdens de Inspiratietour Maastricht, georganiseerd door Conradi Concepts en @LLeisure Suport. Er zijn vier thema's die regelmatig terugkeren bij de aanbieders van food en gastvrijheid;

De warme deken; Zorg dat je gasten zich thuis en welkom voelen. Geef ze persoonlijke aandacht en bekijk per individu welke diensten nodig zijn om juist hun bezoek bijzonder te maken. **De (historische) omgeving;** Maak gebruik van de locatie en het aanwezige cultureel erfgoed, en versterk dit in je concept. **Wees trots op je streek;** De restaurants maken veel gebruik van streekproducten, maar ook de eigen festivals en evenementen

(André Rieu, Tefaf), worden door alle horecabedrijven omarmd en gepromoot. **Innovatie en kwaliteit;** Innovaties in horecaconcepten zijn bedoeld om de kwaliteit van de gastvrijheid te verhogen. Maastricht staat, als gevestigde naam, zeker niet stil als het gaat om experimenteren met nieuwe concepten.

En verder in deze editie:

Kwaliteit en rendement begint bij de inkoop (i.s.m. Xandrión) Cijfers en stand van zaken in de Nederlandse verblijfsrecreatie Kan het je echt schelen? - Column door Bas Hoogland, voormalig commercieel directeur Landal EuroParcs slaat de vleugels uit over Amsterdam Weg uit het middensegment; overlevingsstrategie van Familiehótel Tummers in Valkenburg Van informatie naar inspiratie: over de campagne Gelderse Streken Leiden, stad van de vergeten ontdekkingen - en de rol van de VVV daarin Overschot aan recreatiebedrijven dreigt. Waar of niet waar? - Blog door Hans van Leeuwen Verschillen tussen vakantieparken en pretparken worden steeds kleiner Vooruitblik op congres: Vakantiepark van e Toekomst (op 8 juni in De Efteling) Omgeving wordt steeds belangrijker voor investeringsbeleid Productnieuws en noviteiten

Bekijk de online bladerbare editie op: www.recreatietotaal.nl/bladen/0217/

Redactie