

## Kerst begint net na de zomer: help de chef met inspiratie!

Kerst wordt binnen veel families gezien als het culinaire hoogtepunt van het jaar! Maar wordt dit ook zo gezien door restaurants of doen zij niks bijzonders tijdens de feestdagen? Wij vroegen via de Foodservice Denktank aan beslissers uit de restaurantbranche wat zij (anders) doen tijdens kerst.

16% van de restaurants is niet geopend tijdens de kerstdagen en besteedt de tijd met familie of het gezin. Het merendeel (84%) is dus wel geopend met kerst. 19% doet echter niks 'speciaals' aan kerst, omdat:

- Ik wil iedereen de mogelijkheid bieden om uit eten te gaan met kerst. Mijn huidige à la carte menu biedt dit vanwege de prijsvariatie op de kaart.
- Onze gasten willen tijdens kerst van de reguliere kaart eten.

65% van de restaurant biedt wel een aangepast kerstmenu aan, omdat er vraag is vanuit de gast en het de mogelijkheid biedt om iets anders te maken dan normaal. Daarnaast is kerst een speciale gelegenheid die extra gezelligheid met zich meebrengt. Op eerste kerstdag serveert 94% van deze restaurants een speciaal kerstmenu. Een speciaal kerstontbijt wordt niet aangeboden en een kerstlunch wordt door 1/5 van de restaurants aangeboden. Tweede kerstdag is minder populair om speciale kerstmenu's aan te bieden (80%), maar ook hier is het diner verreweg het meest populaire moment (71%). Opvallend is dat op kerstavond slechts 38% een speciaal kerstmenu serveert.

---

### Een chef ziet kerst als iets speciaals, een moment van uitpakken, verwennen en het creëren van een bijzondere sfeer

---

#### Google en kookboeken meest gebruikt voor het opdoen van inspiratie

Kerst is een klassiek en traditioneel feest. Hier hoort in de ogen van de chef een traditionele inspiratiebron bij: kookboeken. Verder worden chefs geïnspireerd door: Google en het sparren met/eten bij collega's uit de buurt.

Dé Google zoekopdracht voor het opdoen van kerstinspiratie is: kerst. Daarna volgen kerstmenu/kerstgerecht. Deze zoekopdrachten worden gespecificeerd door bijvoeglijk naamwoorden toe te voegen als: mooi, klassiek, exclusief, trendy etc. of in te spelen op een dinergang of productgroep (vlees, vis, vega(n)).

#### Kerst vergt inspiratie

Voor een chef-kok houdt de kerstperiode nooit op: het hele jaar door wordt inspiratie opgedaan. Bij het opdoen van deze kerstinspiratie zou 88% van de chef-koks graag tijdig hulp willen krijgen op het gebied van:

- het gebruiken van technieken (o.a. bereiding-, kook- en opmaaktechnieken)
- duurzaam koken (hoe kan elk onderdeel van een product gebruikt worden?)
- smaakcombinaties

Grossiers en fabrikanten kunnen chefs ondersteuning bieden door:

- inspiratie aan te reiken op het gebied van koken met typische kerstproducten
- producten die verrassen
- het bieden van creativiteit voor het samenstellen van het kerstmenu

71% zou graag meer willen leren over nieuwe/originele producten. Denk hierbij aan traditionele kerstgerechten in een nieuw jasje, vega(n) en allergeenvrij koken. Dit leermateriaal willen zij ontvangen in de vorm van workshops en beeldmateriaal zoals online/offline magazines en flyers.

### De kalender voor het kerstdiner

Enkele maanden vóór kerst start de periode van productoriëntatie en het samenstellen van het kerstmenu. De chef-kok let bij het samenstellen van het kerstmenu op de mogelijkheid tot voorbereiding, dat iedereen het lekker vindt, de inkoopprijs en bereidingsnelheid. De grootste uitdaging wordt ervaren in het bedenken van originele gerechten: verrassend, maar toegankelijk en voor de juiste prijs.



### 83% zit vol tijdens kerst

In de maanden voor kerst wordt het kerstmenu gecommuniceerd via:

- de eigen website van het restaurant (88%)
- Facebook (81%)
- mond-tot-mondreclame (60%)
- de nieuwsbrief (56%)
- de eigen menukaart (50%)

83% van de restaurants weet al enkele maanden/weken/dagen van tevoren dat de zaak vol zit met kerst. Het zorgen voor een volle zaak wordt gerealiseerd door vroegtijdige promotie en het inspelen op bekende gasten.

### Levering vanuit grossier/fabrikant belangrijk pijnpunt met kerst

Een maand voor kerst start de inkoop van producten. Uitdagend tijdens de inkoop is het bestellen van de juiste hoeveelheden en de leverbaarheid/verkrijgbaarheid. Chefs willen op die gebieden meer/betere communicatie én flexibiliteit van grossiers en fabrikanten:

#### Communicatie

Neem de bestelling door met je klant, deel tijdig mankementen en biedt alternatieven voor producten die er niet meer zijn/niet meer komen. Communiceer wanneer en hoe laat de levering komt. Lever op tijd!

#### Flexibiliteit

Lever flexibeler en rijdt extra gedurende de kerstperiode. Ook zou de chef het prettig vinden wanneer de grossier/fabrikant levert tijdens kerst of een mogelijkheid biedt tot het bijhalen van producten.

---

**Elke chef wil tijdens kerst iets unieks bereiden  
waarop hij het hele jaar trots terugkijkt!**

---

FOOD SERVICE | Denktank

*De Foodservice Denktank is een initiatief van [Marketing4Results](#) en [Sligro Food Group](#) in samenwerking met [Horecava](#). Het doel is om snel, makkelijk en betaalbaar in contact te komen met foodprofessionals in de segmenten restaurants, cafetaria's en/of bar-cafés om inzicht te krijgen in hun behoeftes.*

*Ben jij beslisser binnen één van deze segmenten en wil jij jouw mening geven over relevante thema's voor jou en/of jouw bedrijf? Word dan lid van de Foodservice Denktank, door [hier](#) te klikken.*