

Retail & Brands Festival: De gouden combinatie van kwaliteit en gemak

21-07-2017 11:47



Door Vincent Hosman, countrymanager Foodora en spreker op [Retail & Brands Festival](#)
Bron: RetailTrends 7/8

Toen ik zo'n tweeënhalf geleden mijn entree maakte in de maaltijdbezorgingsmarkt hadden mensen in mijn directe omgeving weinig vertrouwen in de bezorging van iets anders dan fastfood. Bezorging stond synoniem voor slappe, in olie doordrenkte pizza's en niet al te verse sushi. Als mensen kwalitatief hoogstaand willen eten, dan gaan ze wel uit eten, was de heersende gedachte. Uiteindelijk bepaalt de consument anders. Natuurlijk bezoeken mensen nog steeds restaurants, maar er is ook een enorme vraag naar het bezorgen én afhalen van kwalitatief hoogstaande gerechten. Soms hebben consumenten behoefte aan het comfort van hun huis of de tijd die ze besparen door op het werk te eten. Dat betekent echter niet dat ze genoeg nemen met pizza of sushi van een twijfelachtige kwaliteit. Alles draait uiteindelijk om de combinatie van kwaliteit en gemak.

Ik zie in onze markt een toename aan concepten waarbij fastconvenient centraal staat. Een goed voorbeeld zijn de restaurants van Sla. Een aantal jaar geleden was het vrijwel onmogelijk een gezonde en lekkere maaltijd af te halen of te laten bezorgen, tegenwoordig heeft de consument in Amsterdam een saladebar in de buurt waar een verse maaltijd binnen een paar minuten voor

hem wordt bereid. Foodbezorging zorgt dat dergelijke concepten een nog grotere groei zullen doormaken. Dat is ook de reden dat in Amsterdam steeds meer zaken worden omgebouwd tot fastconvenient-stores. Dit zijn centraal gelegen restaurants, zonder zitruimte, waar klanten alleen nog maar kunnen bestellen of afhalen. Poké Perfect op de Prinsengracht en de Kinkerstraat bijvoorbeeld. Deze speler biedt Hawaïaanse bowls met verse, hoogstaande ingrediënten aan en brengt het fastconvenient-concept op een uitstekende manier in de praktijk.

In de toekomst zal de markt zich nog meer aanpassen aan de wensen van de steeds kritischer consument. Met name als we het hebben over de herkomst van de gerechten. Alleen maar lekker eten is niet meer genoeg. Men wil weten wat ze eten én waar de ingrediënten vandaan komen. Daarnaast willen ze er niet te lang op hoeven te wachten. Kwalitatief hoogstaand eten, waar en wanneer de consument met een lege maag maar wil.

Retail & Brands Festival 2017

Donderdag 7 september is het zover: dan vindt het tweede Retail & Brands Festival plaats. Luister naar inspirerende talks, doe mee met hands-on workshops of ga lekker relaxen op de dagcamping. Wij garanderen een fantastische line-up van denkers, doeners, visionairs, strategen, creatieven en innovators. [Klik hier voor meer informatie en aanmelden.](#)

Vincent Hosman