NATIONAAL Foodservice Congres 2026



FSA FOODSERVICE ALLIANCE



ALS DE MARKT ONDER DRUK STAAT
KOMT DE GAST NIET VANZELF

Waarom kiest een gast nog voor ons?

'WELKOM'

IS EEN VERDIENMODEL

DE VASTE GAST

rendeert

Hoe meer 'vaste' gasten

Hoe beter bestand tegen

marktdruk




Yōko Café
Healthy & sporty place
YŌKO
CAFÉ


YŌKO
CAFÉ


Girls be like "I need this"
& it's just a yap session
and good coffee

YOKO:
unlimited coffee
een andere relatie

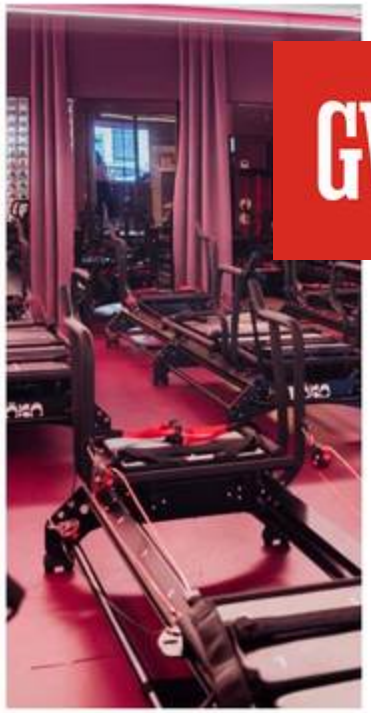
Dagelijks terugkerende klanten
met een slimme formule

€ 49/maand unlimited **coffee**

€ 69/maand unlimited **matcha**







Dunia Fernandez (links), zaakvoerster van Yōko Café, samen met Charlotte De Deken en Justine Decuypere, oprichters van Yōko Studio. © rr

GVA

Na Gent en Knokke strijkt Yōko nu ook neer in Antwerpen met pilatesstudio en café: “Klanten babbelen graag na de les”

ANTWERPEN Een pilatesles volgen en nadien blijven hangen voor koffie of een gezonde snack: vanaf woensdag kan het op het Antwerpse Zuid, in de Vorstermanstraat. Yōko opent er een nieuwe pilatesstudio met bijhorend café, dat al op 24 maart de deuren opende.

Een bezoek begint bij **het gevoel** dat deze plek bij jou en je gezelschap past.

MARKTDRUK

MENUPRIJS (FORS) OMHOOG

Wat doet de gast?

Inflatie drukt zwaar op volume



Regio Mechelen

Een derde van de horecazaken op Mechelse Grote Markt staat leeg: "Meer overleven dan vooruit geraken"

Artikel luisteren | 6min

Meer info

De Grote Markt in Mechelen moet het al een tijdje met minder horeca stellen.

Horeca **2026**est

MINDER BEZOEKEN

-6,2%

STIJGENDE MENUPRIJZEN

+4,2%

DALENDE BESTEDING

-2,2%

VOLUME

Onder blijvende druk

-6,14%



HORECA +4,2% duurder dan vorig jaar

Totale Belgische foodservice +3,8%



+42,4%

duurder geworden dan 10 jaar geleden

Uit eten gaan **+28% tegenover 5 jaar geleden**
(gecumuleerde inflatie post-corona)

Stijgende kosten

Prijsevolutie tegenover 10 jaar geleden

- Boter, room **+89%**
- Plantaardige olie **+87%**
- Rund & kalfsvlees **+46%**
- Vis & schaaldieren **+43%**
- Brood & bakkerij **+41,5%**
- Kip & gevogelte **+35%**
- Bier **+25%**
- Wijn **+17%**
- Koffie **+40%**
- Aardgas **+160%**
- Elektriciteit **+70%**
- Brutolonen **+35%**

Algemene stijging bij groothandel

+58%

vs menuprijzen

+42,4%

zet forse druk
op verdienmodel
horeca ondernemer

Afgelopen 10 jaar veel nieuwe kosten bijgekomen

- Reserveringssoftware
- Spotify abonnement
- Energietoeslag
- Alarmsysteem
- Kassasysteem (abonnement)
- Management software
- Commissie aan The Fork
- +5% Brandstoftoeslag
- Social Deal
- Bancontact, % Creditcards
- Website & social media
- …



Overal
elk jaar
een euro erbij

Vroeger standaard
in business model
'verzekering & maandelijks
terugkerende kosten'

Wordt vandaag altijd
te laag ingeschat

De omzet houdt relatief goed stand, **de winst niet**



49%

zag winstgevendheid (sterk) verslechteren



27%

Mentale druk en te zware werklast



Eén op vijf

ervaart amper nog plezier in ondernemen

ism strobbo

Wat houdt **ondernemers** 's nachts wakker?

1. **29%** Cashflow en liquiditeit
2. **19%** Personeel vinden en houden
3. **14%** Eigen mentale gezondheid en energie

ism strobbo



Groei is dood.

Leve beter!

3% wil eigen zaak uitbreiden

72% wil marge verbeteren

Maar geen idee

hoe!?

CONTRA INTUÏTIEF DENKEN

Oude HORECA wetten werken niet meer

Inkoop
Maximaal
33%

Personeel
Maximaal
30%

Aankoop flesje cola
x 3

Ingrediënten Cocktails
x4 of x5



IJSBLOK IN COCKTAIL

kost 0,65 euro per stuk
Inkoop x 4 = theoretisch
+3 euro duurder dan cocktail dan zonder ijsblok

Cocktail 16 euro ipv 13 euro



SUPPLEMENT KAVIAAR

inkoop = menuprijs
Bestellingen stegen fors
Impactvolle verhoging beleving en gastwaardering

Bezettingsgraad?



Hoeveel levert een

stoel per gast?

x

Hoe vaak is die

stoel bezet?

LIFE TIME VALUE

Hoeveel is je gast levenslang waard?



De Foodcost VALKUIL

Van Foodcost naar Cost to Serve!

	ZELF GEMAAKT	CONVENIENCE	
Menuprijs vol-au-vent	**€ 27,00** €8,50 **x3** = €25,50	**€ 27,00** €12,00 **x3** = €36,00	
Ingrediënten / inkoop	€ 8,50	€ 12,00	"Convenience is **41% duurder**"
Foodcost %	31,5%	€44,4%	
Arbeid à € 36/u	8 min = € 4,80	2 min = € 1,20	
Energie + waste	€ 0,75	€ 0,25	
Totale directe kost	€ 14,50	€ 13,45	"Convenience is **€ 0,60 goedkoper**"
Resultaat	**€ 12,95**	**€ 13,55**	

DE STRIJD OM HET EETMOMENT

Welke keuze maakt de gast vandaag?

3 bezoekmotieven
ordenen de concurrentie tussenhoreca,
retail, bezorgen en afhalen



Geef mensen een reden om te komen

DRIE BEZOEKMOTIEVEN



Hier kan ik **zonder twijfel** terecht



Hiervoor wil ik **speciaal** komen



Hier spreken we af om **samen** iets te doen

Geef mensen een reden om te komen

DRIE BEZOEKMOTIEVEN



Hier kan ik **zonder twijfel** terecht



Hiervoor wil ik **speciaal** komen



Hier spreken we af om **samen** iets te doen

Hier kan ik **ZONDER TWIJFEL** terecht

1. **Betaalbaarheid**
2. **Herkenbaarheid**
3. **Klassiekers**
4. **Informeler genieten**

Hoe kunnen prijs, kaart, keuken, capaciteit en service samen een aantrekkelijk aanbod vormen?

1	2	3	4
Klassieke bistro	**Quickservice (frituur, ...)**	**Foodservice bij retail (IKEA, ...)**	**Familie-restaurants**





Foodservice bij Retail

2026est vs 2025

bezoeken	besteding
+9,6%	+11,6%



Familierestaurants

2026est vs 2025

bezoeken	besteding
+2,9%	+7,1%

Quickservice

De toegankelijke markt beweegt niet als 1 blok

Frituren	Bezoeken -2,8%	Besteding +0,6%
Fastfood	Bezoeken -5,9%	Besteding -2,2%
Etnic fastfood	Bezoeken -2,1%	Besteding +1,3%



Foodservice Barometer 2026est



Frituren

Bezoeken 2010 **135 mio**

Bezoeken 2026 **68 mio**

-49%



Fastfood

Bezoeken 2010 **55 mio**

Bezoeken 2026 **74 mio**

+34%

Hoe goedkoop **voelt** klassieke fastfood nog?





	Prijs pak friet	Prijs Big Mac
2005	€ 1,38	€ 2,91
2010	€ 1,75	€ 3,00
2015	€ 2,06	€ 3,50
2020	€ 2,42	€ 4,30
2025	€ 3,85	€ 5,25

x 2,8

x 1,8


LE MENU À
5 BALL€S
1 BURGER
1 FRITE
1 BOISSON
1 SUNDAE
5 €
OFFRE VALABLE JUSQU'AU 23 NOVEMBRE
KFC
PEPSI

DELIVERY

Hoeveel geld heeft de consument nog over voor **bespaarde tijd en moeite?**



DELIVERY VANUIT FOODSERVICE

VERLIEST VEEL BEREIK

Penetratie Q3 2025: 4,4%

Penetratie Q3 2026: 3,7%

De laagste Q3-penetratie sinds de start van de meetreeks





Onderdeel van de bestelling	MAKISU Rechtstreeks afhalen	MAKISU Via Deliveroo
1 × Dragon Roll	€6,90	€7,80
1 × Philly Roll	€6,60	€7,90
1 × Coca-Cola Zero 33 cl	€2,60	€2,80
Subtotaal eten en drinken	**€16,10**	**€18,50**
Servicekosten	-	€0,56
Bezorgkosten	-	€4,95
Totaal bestelling	**€16,10**	**€24,01**

49% duurder



Resto & Bistro

-5,4% bezoeken

-2,1% bestedingen

Traditionele restaurants

-6,2% bezoeken

-2,0% bestedingen

Eetcafés & Brasseries

-8,7% bezoeken

-5,0% bestedingen

Fastcasual

-3,6% bezoeken

+0,3% bestedingen



Staat de toekomst op een **klassieke kaart**?

- Vertrouwde gerechten
- Toegankelijke prijzen
- Ontspannen sfeer & gezellige drukte

CONCEPT 2027

DeMorgen.

Reportage Bouillons

‘Goedkoop is het nieuwe chic’: de opmars van de bouillon, het volksrestaurant voor wie betaalbaar wil tafelen



UNITED BY FOODSERVICE INTELLIGENCE

De **bouillon** is terug.

Herkenbare gerechten + Levendige zaal + Toegankelijke prijzen

BOUILLON CHARTIER · PARIS ·

LA CARTE

Bouillon Chartier

La carte change tous les jours, selon arrivage des produits frais.
Cette carte est à titre indicatif.

LES ENTRÉES

entre 1€ et 7,5€

- Potage de légumes maison
- Salade verte mélangée
- Rosette de Lyon
- Terrine de campagne Maison
- Avocat sauce crevettes
- Crevettes roses mayonnaise
- Salade frisée aux lardons
- Œuf dur mayonnaise
- Céleri rémoulade Maison
- Poireaux vinaigrette
- 6 ou 12 Escargots
- Filet de Hareng pommes à l'huile
- Museau de porc vinaigrette
- Salade de lentilles

LES PLATS

entre 7€ et 13€80

- Poulet Fermier Rôti Label Rouge, frites
- Spaghetti à la bolognaise
- Saucisse de Francfort, frites
- Confit de canard pommes de terre grenailles
- Choucroute alsacienne
- Andouillette de Troyes, sauce moutarde
- Pièce Boucher, Sauce Poivre Maison, frites
- Bœuf Bourguignon, coquillettes
- Boudin noir, purée maison
- Spaghetti aux légumes
- Saucisse de l'Aveyron, purée
- Daurade rôtie au four, légumes
- Langue de bœuf, Sauce Diable
- Pièce Boucher Grillée, Beurre MDH, frites
- Darne de saumon, sauce vierge, riz

LES LÉGUMES

- Pommes anglaise
- Champignons à la provençale
- Frites
- Haricots verts frais à l'anglaise

LES DESSERTS

entre 2€ et 4€90

- Compote de pommes Maison
- Riz au lait Maison
- Chou chantilly
- Coupe Mont Blanc
- Moelleux au chocolat Maison
- Coupe de crème chantilly
- Mousse au chocolat Maison
- Pruneaux au vin glace vanille
- Crème au caramel Maison
- Baba au rhum

LES GLACES

entre 3€ et 5€50

- Glace vanille
- Dame blanche meringuée
- La Profiterole "Chartier"
- Supplément Glace Vanille
- Sorbet du jour
- Pêche Melba chantilly
- Supplément Chantilly
- La Normande Sorbet pomme arrosé

Geef mensen een reden om te komen

DRIE BEZOEKMOTIEVEN



Hier kan ik **zonder twijfel** terecht



Hiervoor wil ik **speciaal** komen



Hier spreken we af om **samen** iets te doen

Geef mensen een reden om te komen

DRIE BEZOEKMOTIEVEN



Hier kan ik **zonder twijfel** terecht



Hiervoor wil ik **speciaal** komen



Hier spreken we af om **samen** iets te doen



Eén goed product kan de **bestemming** zijn

Een herkenbaar, overtuigend product geeft gasten een concrete reden om voor een zaak te kiezen.

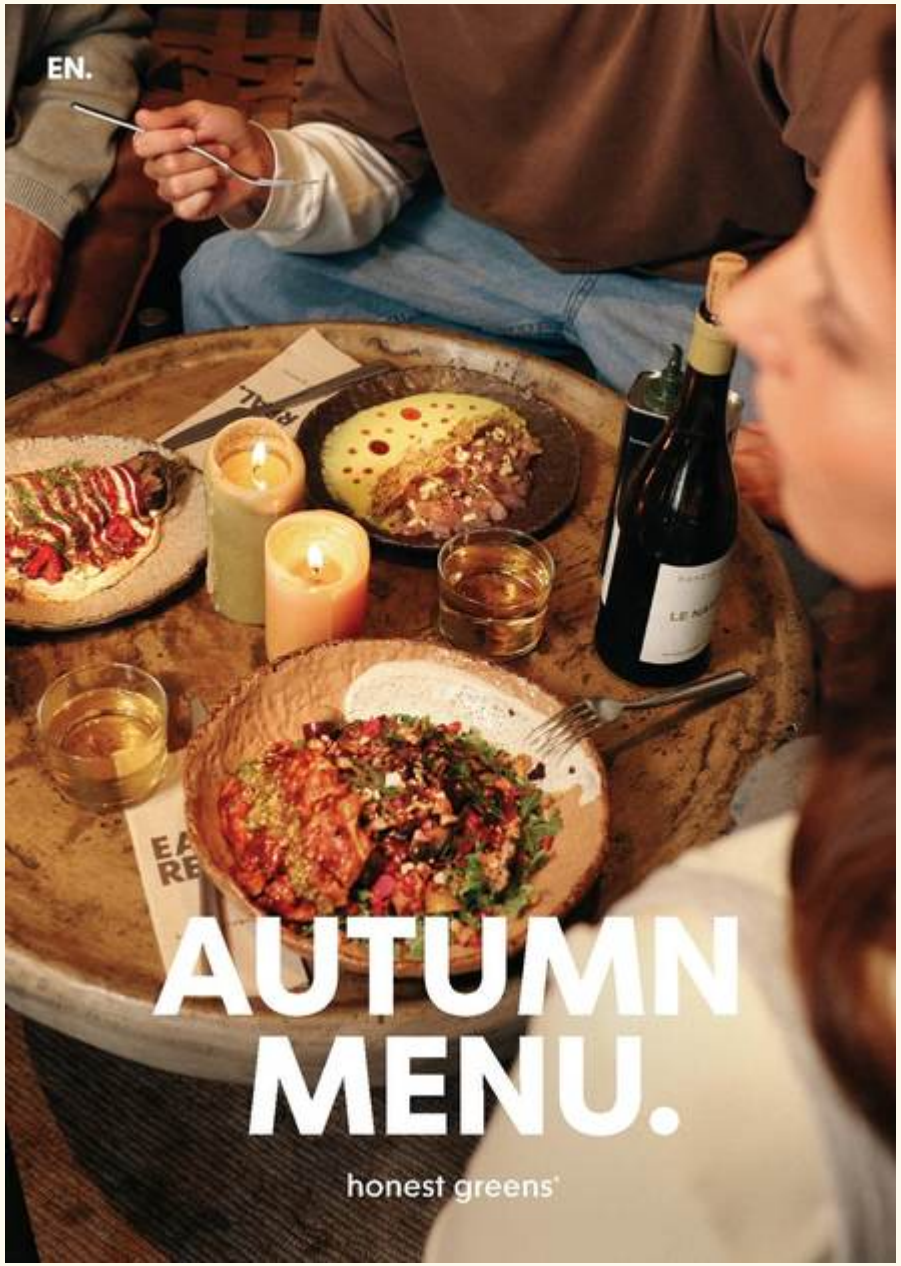


Ceres Pizza NYC
Pizza als bestemming.

Het herkenbare product draagt de bezoekreden:
mensen komen gericht voor de pizza

Ceres: kwaliteit, beleving en prijs in één aanbod.

Wat maakt juist deze pizza het bezoek en de gevraagde prijs waard?



honest greens®

Nieuwe marktzone

midden tussen RESTO en QUICKSERVICE

Gezondheid als volwaardig horecaconcept.

Groenten, seizoen en zichtbare bereiding = het concept

Van convenience naar gezond genieten.

Van functionele gezonde maaltijd
naar een volwaardige reden om uit eten te gaan.

Gezond eten mag ook verlangen oproepen

Aantrekkelijk op smaak, uitstraling en beleving


honest greens®
honest greens
UNITED BY FOODSERVICE INTELLIGENCE





De kaart moet ook op **dinsdag** kloppen

Gezond moet vooral lekker zijn

Een aantrekkelijk gezond aanbod
kan nieuwe bezoekmomenten openen,
vooral als het aansluit op dagdagelijkse behoefte





Wat als de eetlust krimpt?

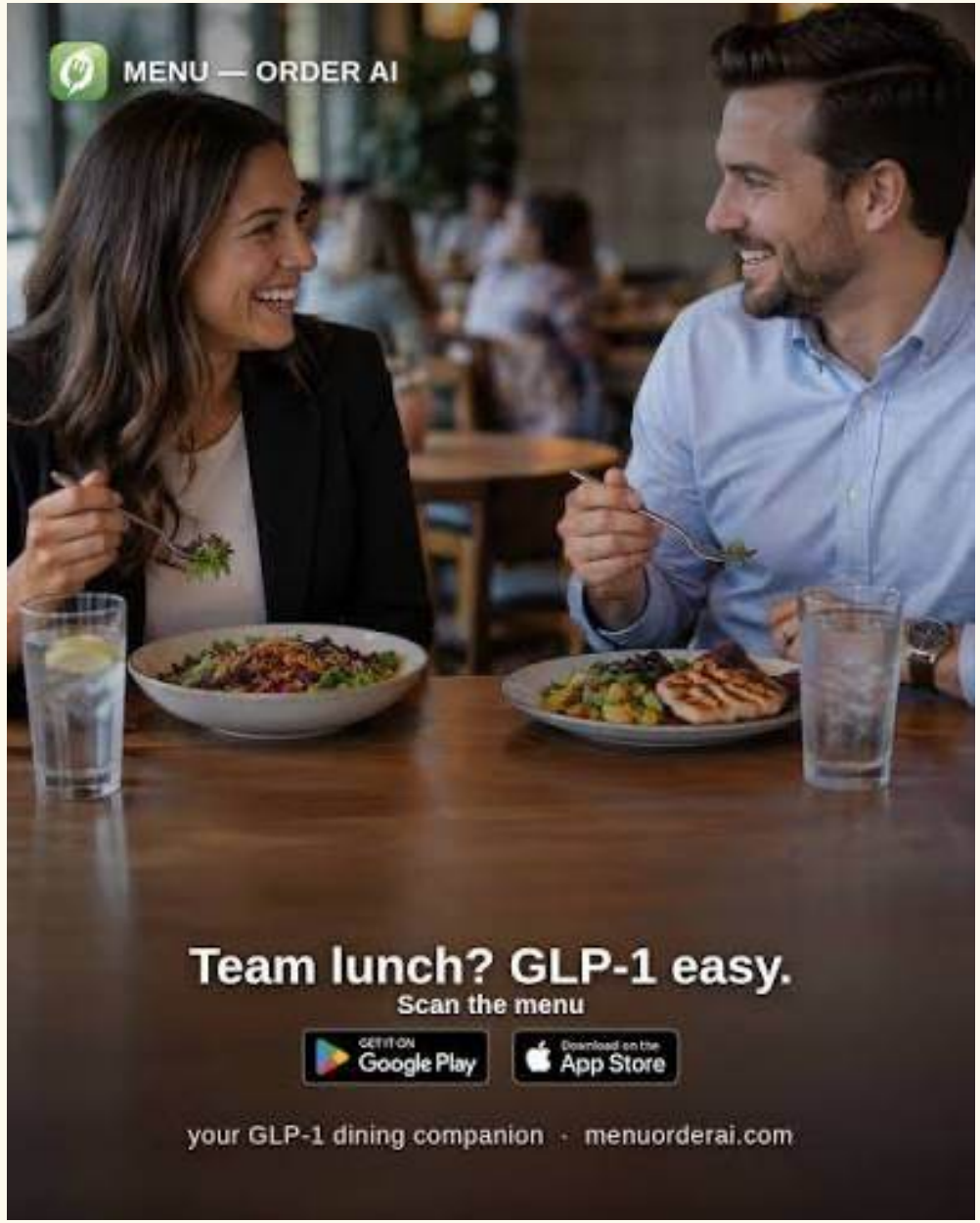
61%

geeft minder uit in restaurants

46%

bestelt geen alcohol, gesuikerde dranken en desserten meer

Gebruikers kiezen vaker voor sociale momenten die niet rond eten en drinken draaien





70%

bezoekt minder fastfood

-40%

calorie-inname in fastfood

Bestellen vaker losse items of kindermenu's



INSCHATTING TOTAAL MARKTEFFECT GLP-1

-2,5 tot -3,5%

geraamde voedselvraagimpact tegen 2030

met snacks en alcohol als meest kwetsbare categorieën.

Daling calorie-inname in Europa

Impact GLP-1 op Foodservice België



9,8%

van de foodserviceconsumenten gebruikt vandaag GLP-1

Geschatte imapct tegen 2030

-1,5%

van de totale foodserviceomzet

Omzetblootstelling is het aandeel van de omzet dat van deze gasten komt.
Het is niet hetzelfde als het aandeel gebruikers in de bevolking.



1) GLP-1 gebruikers capteren

2) Relevant zijn op **meer momenten** dan etenstijd

3) Inzetten op **cultuurproducten** / statussymbolen



Gebruikers van GLP-1
blijken nog steeds vatbaar voor

little treat culture

Hoewel de algehele calorie-inname daalt,
blijven consumenten behoefte hebben aan
kleine, betaalbare verwenmomenten.

Drankcategorie groeit

KWENCH BY KFC





UNITED BY FOODSERVICE INTELLIGENCE

TESTRESULTAAT IN AUSTRALIE:

1 op 2 KFC bezoekers **komt speciaal voor** KWENCH drinks

DRANK DE NIEUWE GROEIZONE IN FOODSERVICE

Nieuwe producten, andere momenten en een andere drankenmix



Gezondheid beïnvloedt keuze

Samenstelling en gewenste leefstijl worden deel van de drankkeuze



Alcoholconsumptie verandert

-4,1% bier in horeca

+17% no/low alcohol bier



Prijs beïnvloedt de keuze

De gast weegt het drankje mee in de volledige rekening

Bars & drinks

-8,0% bezoeken

-3,9% bestedingen

koffiebars

-4,7% bezoeken

-0,5% bestedingen



MIXUE: een wereldformule FASTFOOD rond ijs en drinks

Combinatie van ijs en drankjes

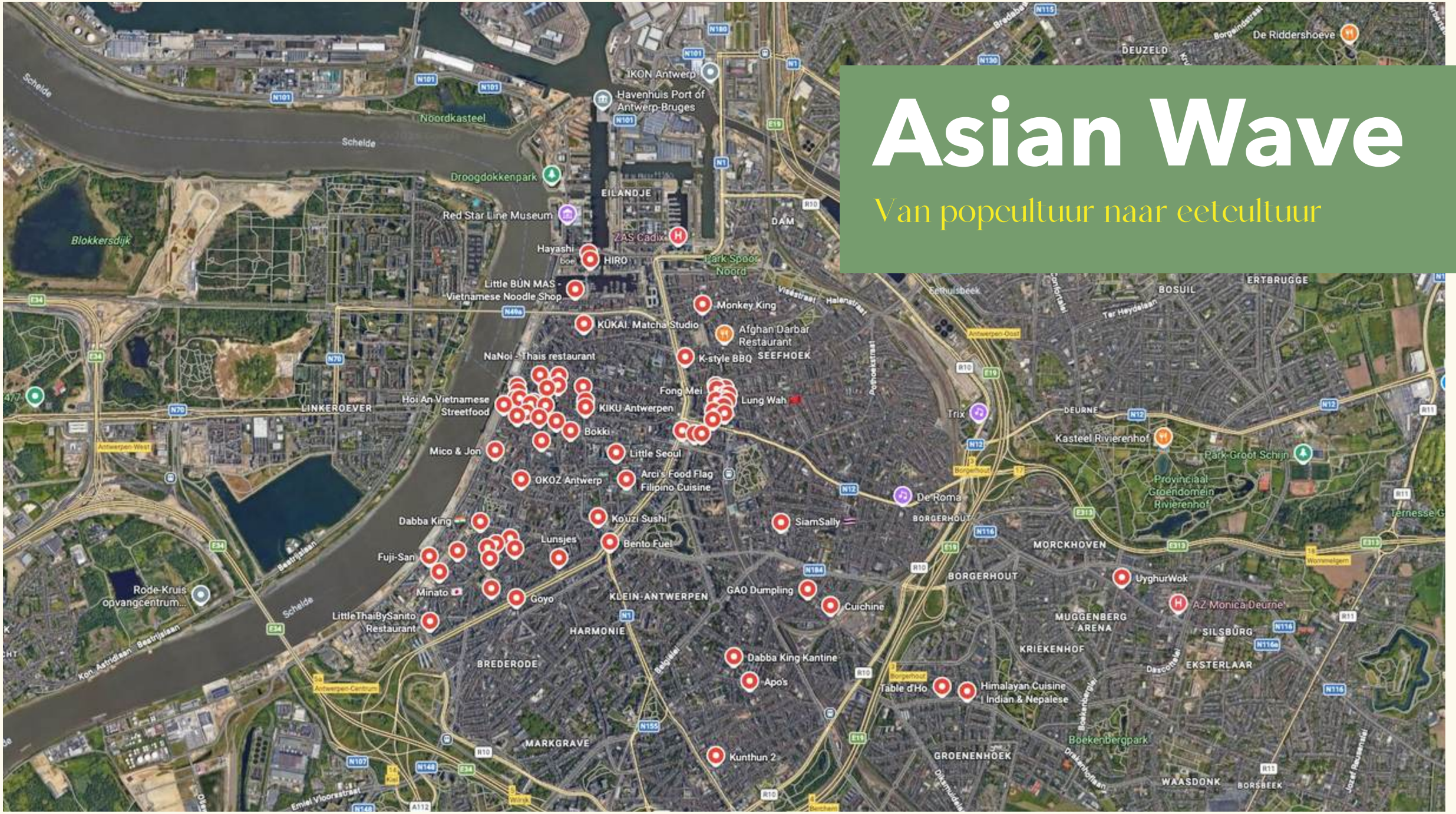
MIXUE Group:

47.500

outlets

Een toegankelijke prijs als basis voor schaal




Asian Wave
Van popcultuur naar eetcultuur
IKON Antwerp
Havenhuis Port of Antwerp-Bruges
Noordkasteel
Schelde
Droogdokkenpark
EILANDJE
Red Star Line Museum
ZAS Cadix
DAM
Blokkersdijk
Hayashi
HIRO
Park Spoor Noord
Little BÚN MAS - Vietnamese Noodle Shop
Monkey King
KÙKAI. Matcha Studio
Afghan Darbar Restaurant
NaNoi - Thais restaurant
K-style BBQ
SEEFHOEK
Fong Mei
Lung Wah
Hoi An Vietnamese Streetfood
KIKU Antwerpen
LINKEROEVER
Bokki
Mico & Jon
Little Seoul
OKOZ Antwerp
Arci's Food Flag Filipino Cuisine
Dabba King
Kouzi Sushi
Lunsjes
Bento Fuel
Fuji-San
Minato
Goyo
LittleThaiBySanito Restaurant
Rode Kruis opvangcentrum...
KLEIN ANTWERPEN
HARMONIE
BREDERODE
MARKGRAVE
GAO Dumpling
Cuichine
Dabba King Kantine
Apo's
Kunthun 2
Trix
De Roma
SiamSally
BORGERHOUT
MORCKHOVEN
UyghurWok
AZ Monica Deurne
MUGGENBERG ARENA
SILSBURG
KRIEKENHOF
EKSTERLAAR
Table d'Ho
Himalayan Cuisine | Indian & Nepalese
Boekenbergpark
GROENENHOEK
WAASDONK
BORSBEEK
DEURNE
Kasteel Rivierenhof
Park Groot Schijn
Provinciaal Groendomein Rivierenhof
DEUZELD
De Riddershoeve
BOSUIL
ERTBRUGGE

KAI




YOUR EX IS DRY
WE ARE NOT



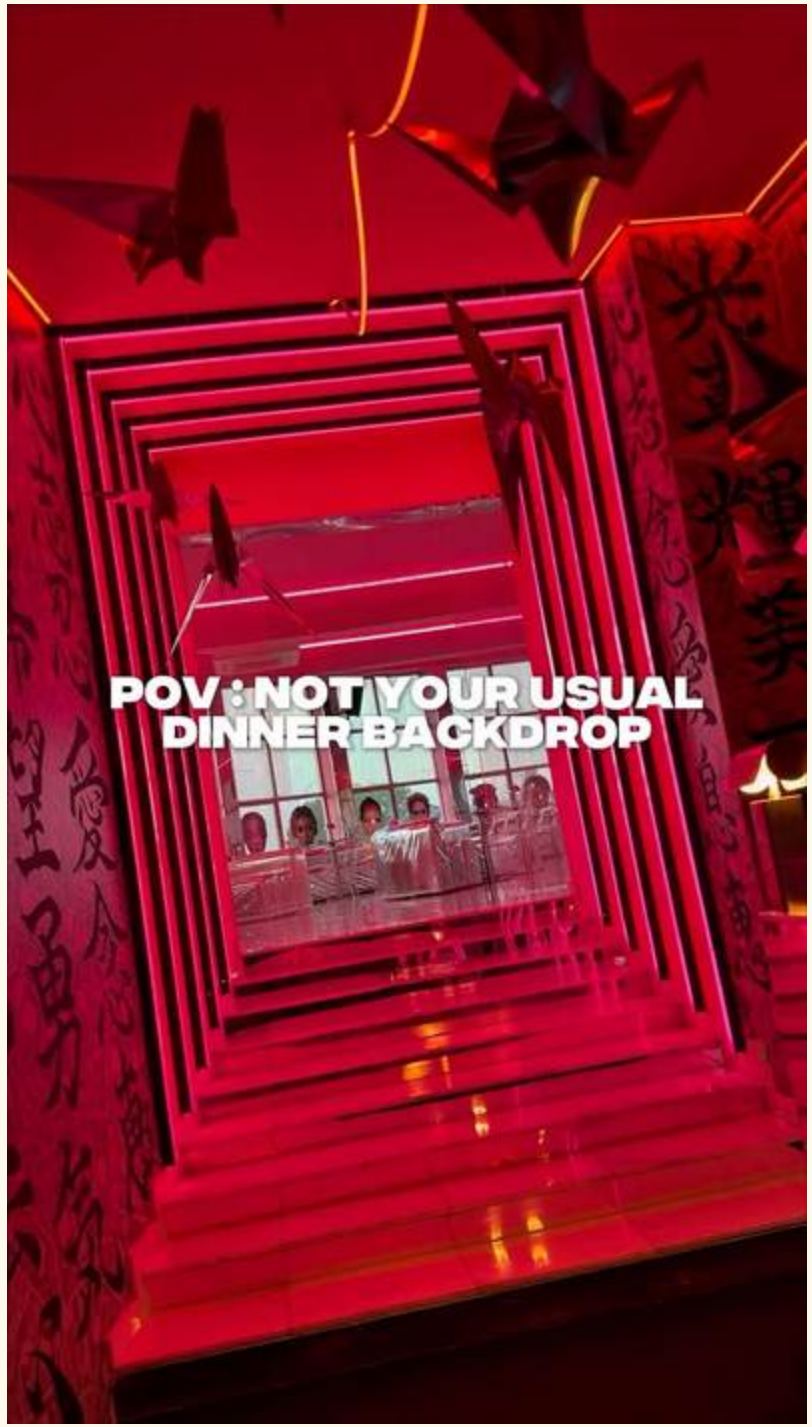



Korean & Japanese
Fusion foodspot
Antwerpen




KAI


Cantabile
칸타빌레
딸기에이드
Korean summer in a pouch
(But in Antwerp)


POV : NOT YOUR USUAL
DINNER BACKDROP


b|a|d

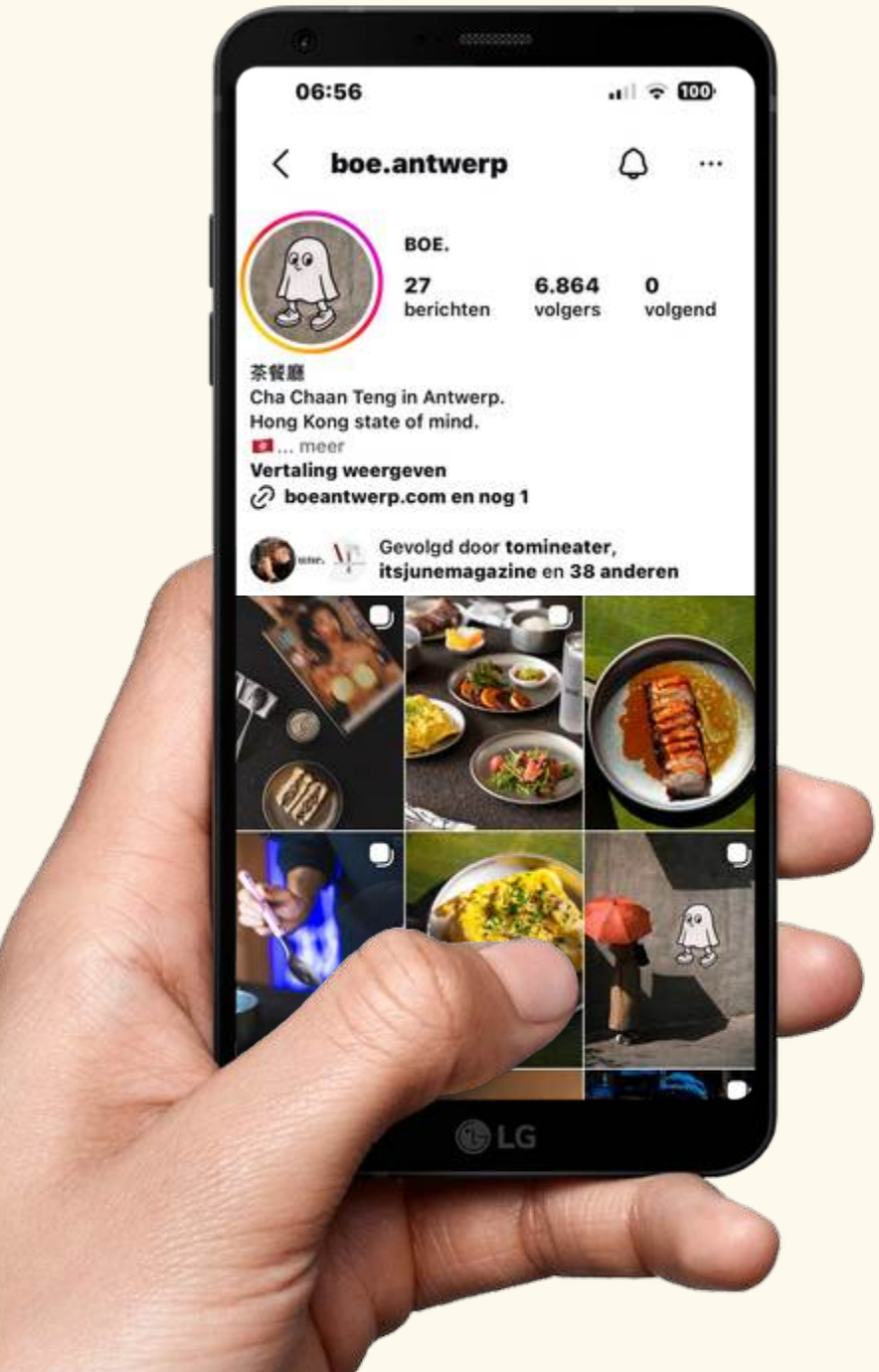



b|a|d


モダンな和食レストラン
A MODERN JAPANESE EATERY






06:56
boe.antwerp
BOE.
27 berichten
6.864 volgers
0 volgend
茶餐廳
Cha Chaan Teng in Antwerp.
Hong Kong state of mind.
... meer
Vertaling weergeven
boeantwerp.com en nog 1
Gevolgd door tomineater, itsjunemagazine en 38 anderen
LG






金多寶







Amazing Oriental

ASIAN SUPERSTORE ANTWERPSE MEIR







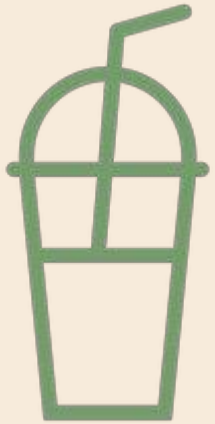


Restaurants met buitenlandse keuken

-4,0% **bezoeken**

-0,2% **bestedingen**

Kanaal is breder dan Aziatische concepten!



Verschuiving vooral door take over

food → drinks

Tea bars, Milk & Tea, bubble tea, ...

Aziatische concepten krijgen makkelijk **market entry** via drinks (en snacks)

Geef mensen een reden om te komen

DRIE BEZOEKMOTIEVEN



Hier kan ik **zonder twijfel** terecht



Hiervoor wil ik **speciaal** komen



Hier spreken we af om **samen** iets te doen

Geef mensen een reden om te komen

DRIE BEZOEKMOTIEVEN



Hier kan ik **zonder twijfel** terecht



Hiervoor wil ik **speciaal** komen



Hier spreken we af om **samen** iets te doen



We spreken af om **samen** iets te doen

VAN ‘SAMEN UIT ETEN’ NAAR ‘SAMEN IETS DOEN’

Millennials en Gen Z vullen ‘uitgaan’ anders in

Leisure bij sport

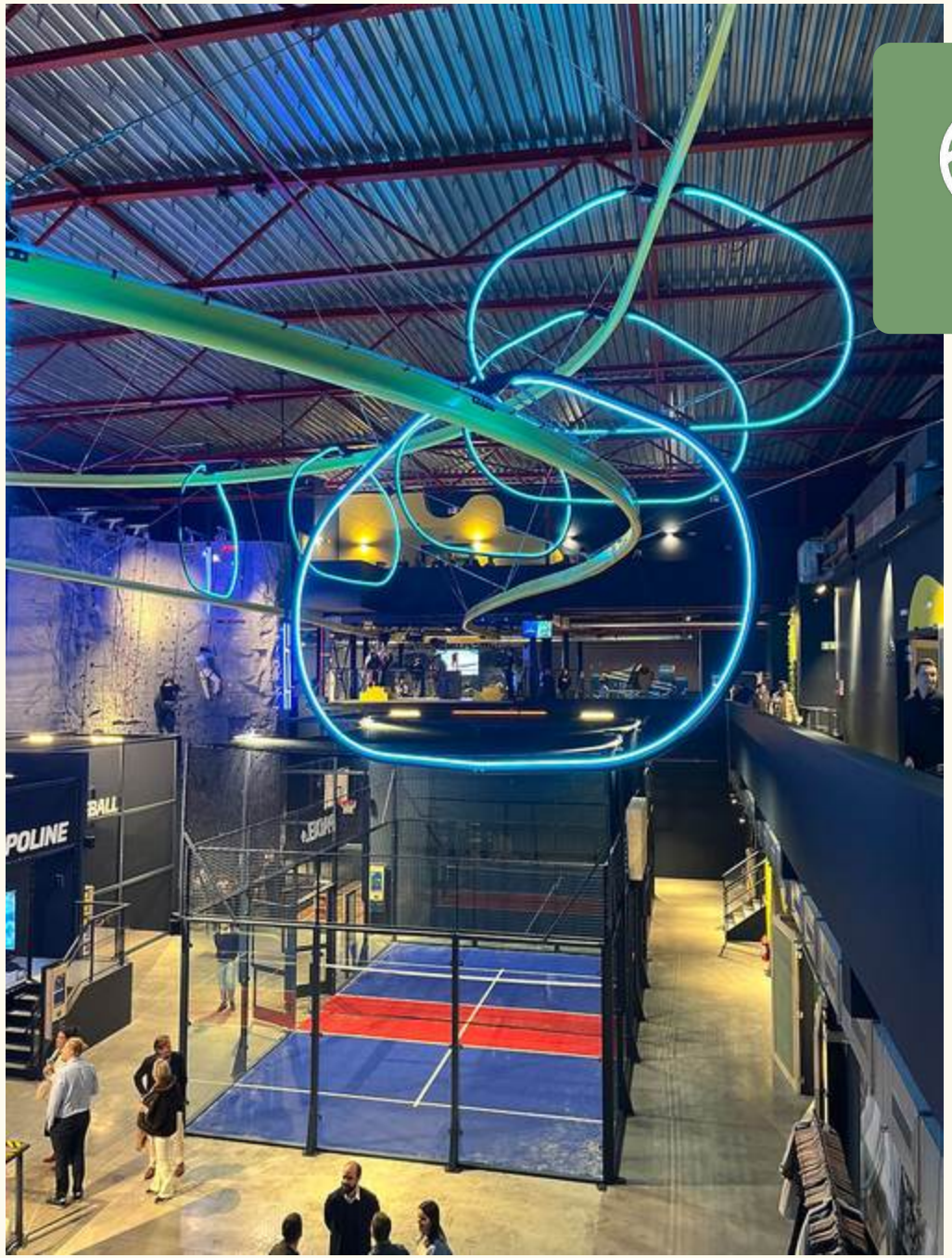
Bezoekpenetratie Q3 ’26 vs ’25

5,3% → 7,0%

Events

Bezoekpenetratie Q3 ’26 vs ’25

14,3% → 15,6%



SPARX

Grootste sportpretpark van Europa





FAIRGAME

ADULTS ONLY binnenspeeltuin




CIRCUS FREAK


DEUS
MUZIK


FAIRGAME

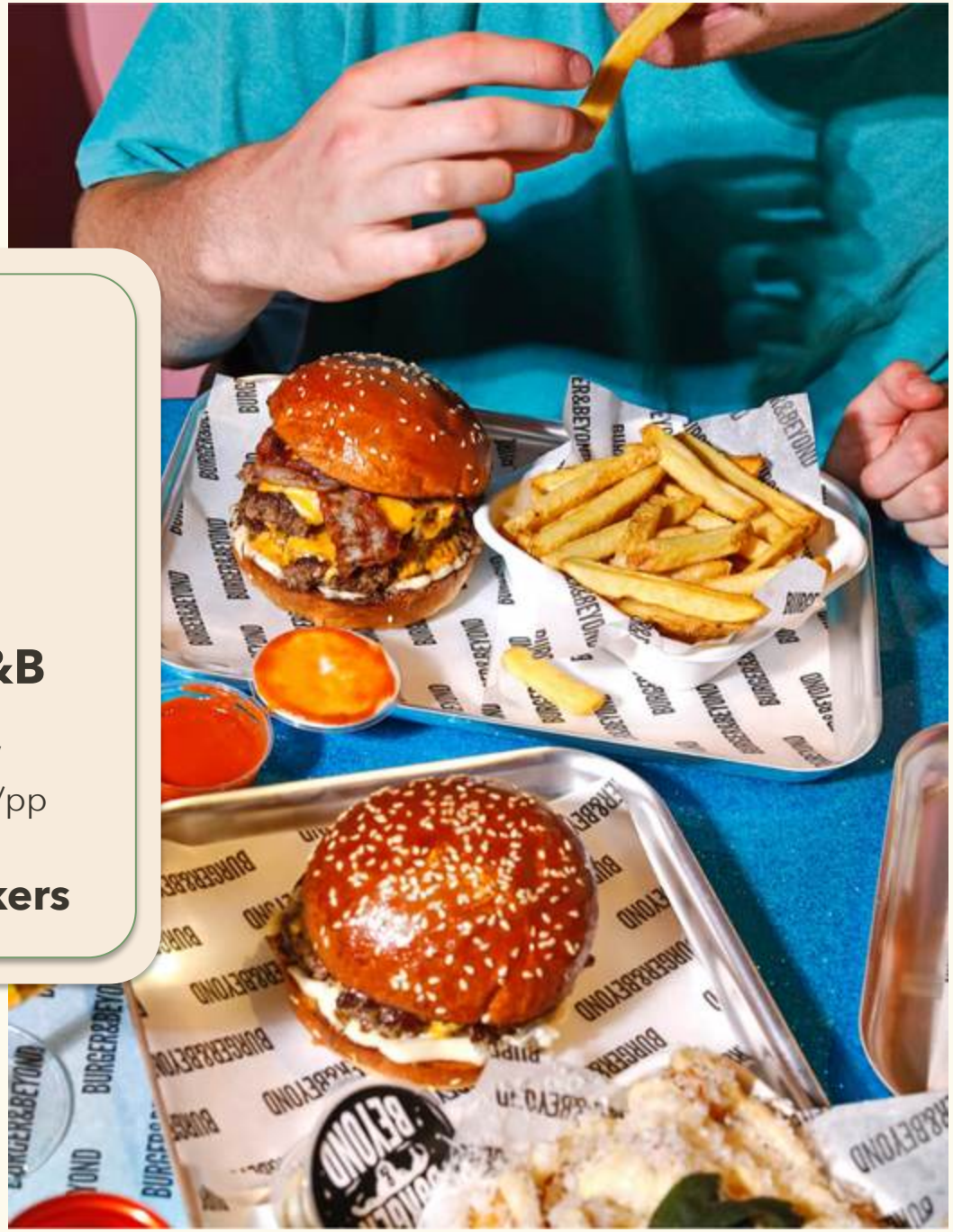

SPRITZES


THE HIVE









330.000 bezoekers
£ 12 mio omzet

HORECA is dominant

67%

van de omzet is F&B

Spellen zijn enkel 'lokaas'
Laagdrempelige entry £ 15/pp

40% zakelijke bezoekers









TOCA Social.

Interactief voetbal gecombineerd met F&B





Hospitality

richting **2030**

Prognose jaarlijkse
wereldwijde groei
+6,4%.



Een wereldwijd groeiperspectief
neemt de Belgische opdracht van vandaag niet weg...

Belgische foodservicebestedingen 2026

-1,3%

van €24,6 miljard naar €24,3 mia

ca €320 mio minder!



De markt moet
zich blijven **heruitvinden**
met beter en slimer aanbod



Wat van vandaag

Onthouden ?

Waarom blijven gasten weg ?

Een zaak wordt kwetsbaar

wanneer de prijs en de beloofde ervaring
niet meer aansluiten op wat de gast krijgt



Begrijpt ondernemer

waarom

ik hier wil zijn?

MAAK DUIDELIJK

waarvoor mensen moeten komen



Hier kan ik
zonder twijfel
terecht



Hiervoor wil ik
speciaal
komen



Hier spreken we
af om **samen**
iets te doen

FSA

UNITED BY FOODSERVICE INTELLIGENCE

'Daar gaan we nog eens naartoe.'

United by Foodservice Intelligence