

SOLUTIONS IDEAS FLAVOR
SOLUTIONS IDEAS FLAVOR
SOLUTIONS IDEAS FLAVOR
SOLUTIONS IDEAS FLAVOR
SOLUTIONS IDEAS FLAVOR
SOLUTIONS IDEAS FLAVOR



FUTURE MENUS 4

TOONAANGEVENDE FOODSERVICETRENDS
2026

FUTURE MENUS 4

IN 2026 DRAAIT HET IN DE FOODSERVICESECTOR OM HET MAXIMALE RESULTAAT HALEN: MÉÉR DOEN MET MINDER, ECHTE WAARDE BIEDEN EN ELK GERECHT LATEN TELLEN. *Gasten verlangen naar authentiek eten dat een verhaal vertelt* **ZONDER ONNODIGE POESPAS. NU MARGES ONDER DRUK STAAN, WORDEN MENU'S EENVOUDIGER. LOKALE INGREDIËNTEN KOMEN CENTRAAL TE STAAN EN HET IS BELANGRIJKER DAN OOIT OM SLIM OM TE GAAN MET JE MIDDELEN.**

Gasten willen nog steeds genieten, maar zoeken comfort en verbinding in plaats van de volgende hype. Authenticiteit is doorslaggevend: gasten willen weten waar hun eten vandaan komt en waarom het ertoe doet. Gezond is geen holle marketingterm, maar het resultaat van goede ingrediënten en tastbare voordelen.

Technologie laat keukens efficiënter draaien en maakt het gemakkelijker om diners te serveren. Toch blijft het hart van gastvrijheid – de menselijke touch – minstens zo belangrijk. Gen Z is aanjager

van veel trends, omdat deze jonge gasten andere verwachtingen hebben van foodservice. Ze zoeken creativiteit, personalisatie en authentieke ervaringen. Maar ze willen ook waar voor hun geld.

Future Menus 4 helpt chefs en restauranthouders met praktische innovatie: doe wat werkt voor je team, vertel je verhaal eerlijk en bied een goede prijs-kwaliteitverhouding in elk gerecht. In dit magazine vind je ideeën, inzichten en voorbeelden die je helpen om die principes in je eigen keuken toe te passen. Zie dit magazine als je toolkit om je op weg te helpen...



#PREPPED FOR TOMORROW MET UNILEVER FOOD SOLUTIONS



#Prepped for tomorrow

Unilever Food Solutions (UFS) – actief in meer dan 75 landen – is een bedrijf van chefs, voor chefs. Ons wereldwijde netwerk van meer dan 250 chefs vormt de basis van alles wat we doen. Dankzij hun kennis bieden we inspiratie uit de sector, hoogwaardige producten en service van topniveau.

Professionele chefs stellen hoge eisen aan producten en ingrediënten. Ze moeten efficiënt werken, consistent presteren en tegelijkertijd ruimte geven aan nieuwe smaken en trends. Daarom ontwikkelen wij oplossingen die chefs helpen hun keuken soepel te laten draaien. Van producten die de winstgevendheid verbeteren tot ingrediënten die gerechten on-trend smaken geven. Ons portfolio bevat toonaangevende merken zoals Knorr Professional en Hellmann's. Daarnaast ontwikkelen we recepten die specifiek zijn afgestemd op de eisen van professionele keukens.

Een menu relevant en inspirerend houden is een voortdurende uitdaging. Zeker nu socialmediatrends, veranderende consumentenvoorkeuren en economische ontwikkelingen elkaar steeds sneller opvolgen. Met ons jaarlijkse Future Menus trendrapport brengen we wereldwijde culinaire ontwikkelingen in kaart en vertalen we ze naar praktische toepassingen in de keuken. Zo helpen we chefs trends om te zetten in gerechten die creatief én rendabel zijn. Via [onze website](#) bieden we daarnaast een groeiende collectie klassieke en vernieuwende recepten ter inspiratie.

We begrijpen de druk waaronder professionele keukens werken en het vakmanschap dat daarbij komt kijken. Daarom ondersteunen onze culinaire trainingsprogramma's chefs met praktische tools, kennis en service van hoog niveau. Dat gaat van basiskennis over voedselveiligheid tot uitgebreide kennis over wereldkeukens. Zo helpen we chefs niet alleen betere gerechten te maken, maar ook sterkere keukenteams op te bouwen.

Unilever Food Solutions zet zich continu in om de foodservicesector nog beter te ondersteunen, met een duidelijke focus op digitale oplossingen. Onze missie is het versterken van relaties met chefs en culinaire communities wereldwijd, en het stimuleren van groei en creativiteit.

CULINARY



ROOTS

Culinary Roots draait om liefde en respect voor regionale tradities en cultuur, maar krijgt in 2026 een nieuwe, frisse insteek. Traditie is geen museumstuk. Het leeft, wordt gevierd en het voedt de creativiteit van chefs. In 2025 lag de focus op het herontdekken en herwaarderen van culinair erfgoed. Dit jaar draait het om het eigen maken van deze gerechten. Familierecepten en oeroude technieken worden toegankelijker en relevant voor de gast van nu.

De aantrekkingskracht zit hem in het proeven van iets echts. Gen Z kiest bewust voor ingrediënten en gerechten met een geschiedenis, zoals oergranen en traditionele stoofschotels. Smaken die een verhaal vertellen over plaatsen, mensen of tijd. De toenemende politieke instabiliteit moedigt mensen aan om te vieren wat dicht bij huis is, terwijl bezorgdheid over het klimaat zorgt dat mensen op zoek gaan naar superlokale, veerkrachtige, duurzame ingrediënten. Daarbij zijn jongere generaties creatief en staan ze open voor nieuwe interpretaties van klassiekers.

Fullservice restaurants zijn de natuurlijke thuisbasis voor Culinary Roots. Hier kunnen chefs hun persoonlijkheid laten zien en samenwerken met lokale leveranciers. Wildgeplukte paddenstoelen, duindoorn en het flinterdunne kunafa-sliertjesdeeg zijn voorbeelden van ingrediënten met diepe culturele wortels.

Culinary Roots gaat verder dan nostalgie. Het is een levendige, smaakvolle ontdekkingsreis die culinaire tradities nieuw leven inblaast.

CULINARY ROOTS

Traditie is trending – Inheemse ingrediënten en oeroude granen krijgen een premiumstatus en een prominente plek op moderne menu's.

Low en slow is hip – Tajines, kosheri en egusisoep. Huiselijk koken op open vuur.

Specerijen met persoonlijkheid – Van DIY *dry rubs* tot Indonesische boemboes. Kruidenblends zijn hyperlokaal en zelf samengesteld.

Chefs als verhalenvertellers – Denk aan Gen Z-chefs die oma's recepten opnieuw uitvinden.

Keuken = identiteit – De keukens van Oaxaca, de Andes en de Emiraten zijn in opkomst nu gasten snakken naar authenticiteit. De volgende culinaire ontdekkingen komen uit Afrika.

TRENDING KEUKENS

De verdeling van keukens laat zien hoe regionale voorkeuren verschuiven.

Baskisch
Zuidwest-Europese keukens uit Spanje en Frankrijk.

Algerijns
Noord-Afrikaanse keukens.

Oaxacaans
Zuid-Mexicaanse keukens.

Sichuan
Uit de zuid-westelijke Chinese provincie.

Emirati
Diverse keukens uit de Verenigde Arabische Emiraten.

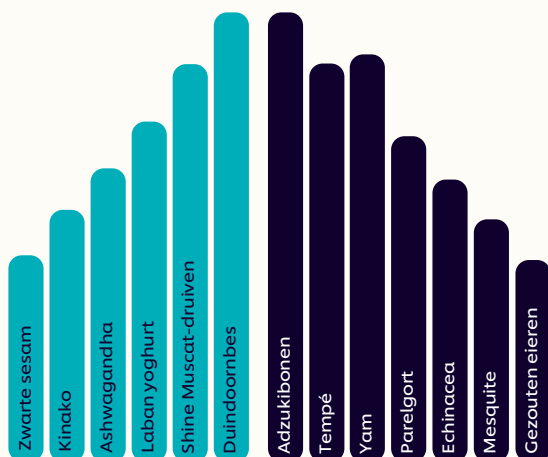
Andes
Invloeden uit de keukens van Colombia, Ecuador, Peru, Bolivia, Argentinië en Chili.



TOELICHTING ■ Trending ■ Opkomend

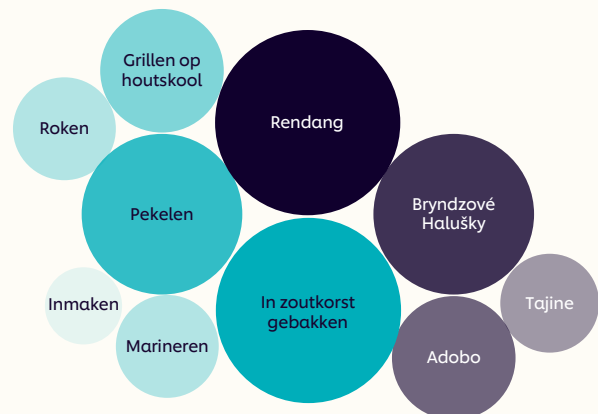
TRENDING EN OPKOMENDE INGREDIËNTEN

Van lokale herkomst, vaak wildgeplukt en geliefd om hun gezondheidsvoordelen.



TRENDING EN OPKOMENDE TECHNIEKEN

Virale trends met een duidelijke culturele achtergrond.



INGREDIËNTEN OM IN DE GATEN TE HOUDEN

CULINARY ROOTS

DOOR Ryan Cahill

WIL JE DAT JE GERECHTEN OPVALLEN? OVERWEEG DAN DEZE TRENDING INGREDIËNTEN VOOR JE *Culinary Roots*-RECEPTEN.



Culinary Roots draait om koken vanuit traditie en het vieren van lokale geschiedenis. Zet recepten die onlosmakelijk verbonden zijn met je identiteit op het menu – dat wordt zeker voor jongere generaties steeds belangrijker.

In 2026 springen een aantal ingrediënten eruit binnen Culinary Roots. Geef ze een plek op je menu om de aandacht van je gasten te trekken.

Yuzu

Deze Japanse citrusvrucht is zowel friszuur als bloemig. Het geeft sauzen, desserts, cocktails en dressings een geurige twist. Yuzu vervangt moeiteloos citroen of limoen en voegt daarbij nét dat extra laagje spanning toe. De veelzijdigheid en het exotische aroma maken van yuzu wereldwijd een hit.

Kurkuma

Aards, warm en diepgeel. Kurkuma wordt al eeuwen gebruikt in Zuid-Aziatische en Midden-Oosterse keukens en is niet meer weg te denken uit lattes, soepen, sauzen en gezonde bowls. De intense kleur en ontstekingsremmende eigenschappen maken het tot een vaste waarde binnen Culinary Roots, met steeds nieuwe toepassingen.

Zwarte sesam

Zwarte sesam wordt in de Oost-Aziatische en Midden-Oosterse keuken veel gebruikt voor z'n nootachtige en geroosterde smaak. Zwarte sesam geeft textuur en diepte, of het nu zit in ijs, tahini-achtige spreads, hartig korstdeeg of plantaardige melk. Het geeft een vleugje bitterheid aan zowel zoete als hartige gerechten.

Tamarinde

Deze friszure, enigszins zoete pulp speelt een hoofdrol in keukens van Thailand tot Mexico en India. Het voegt umami en frisheid toe aan chutneys en sauzen. De uitgesproken smaak en brede toepasbaarheid maken het perfect voor fusion streetfoodgerechten.

Tempé

Tempé is een gefermenteerd sojaproduct uit Indonesië, rijk aan eiwitten en vol probiotica voor een gezonde spijsvertering. Door de stevige textuur en nootachtige smaak is het ideaal om te grillen, roerbakken of marinieren voor wereldse streetfoodgerechten. Tempé verbindt Zuidoost-Aziatische traditie met de groeiende vraag naar plantaardige en voedzame gerechten.

ZO MAAK JE JE RESTAURANT RENDABEL (EN ZORG JE DAT HET OOK ZO BLIJFT)

DOOR Dino Bonačić

UFS-CHEFS DELEN OPLOSSINGEN OM JE ZAAK *keer op keer*
WINSTGEVEND TE HOUDEN.



Achter perfect opgemaakte borden en instagramwaardige interieurs schuilt een ijskoude, harde realiteit: veel horecazaken draaien op flinterdunne marges.

Toch laat ons onderzoek zien dat ondernemers slimmer worden. Er is steeds meer aandacht voor het slim herpositioneren van gerechten met betaalbare ingrediënten. Denk aan sardines uit blik, patisserie gemaakt van reststromen, gefermenteerde producten en verrassende twists aan wereldse favorieten.

Deze simpele suggesties kunnen het verschil maken tussen quitte spelen en winst draaien.

1. Veelzijdige concepten

Fried chicken is wereldwijd populair, maar de bereidingswijze en presentatie verschillen sterk. Van Amerikaanse drive-thru's en Aziatische of Latijns-Amerikaanse casual dining tot verfijnde Europese interpretaties, dit gerecht biedt volop kansen om je rendement te verhogen en aan de wisselende verwachtingen van je gast te voldoen.

De kracht zit in de flexibiliteit. Werk met één toegankelijk ingrediënt, zoals kip, en combineer dit slim met een signatuursaus, zoals een aioli. Zo maak je meerdere gerechten die passen bij verschillende prijssegmenten en manieren van werken in de keuken. Dat zorgt voor consistentie, schaalbaarheid en sterke marges.

2. Gelaagde toepassingen

Er zijn drie eenvoudige manieren om met *fried chicken* te werken:

- **Basisconcept:** eenvoudig, arbeidsarm en kosten-efficiënt. Denk aan klassieke *fried chicken* met kant-en-klare saus, zoals Hellmann's Aioli. De winst zit hier in minimale voorbereiding, snelle uitvoering en hoge doorloop-snelheid voor QSR en bedrijfs-restaurants. Kleine aanpassingen, zoals glutenvrij of plantaardig, spelen in op dieetwensen.

• **Verfijndere toepassing:**

voeg meer creativiteit toe zonder efficiëntie te verliezen. Serveer bijvoorbeeld *fried chicken* met *kimchi slaw* of een gebakken ei. Een gerecht met iets meer bereidingswerk, waar je een hogere prijs voor kunt vragen. Ideaal voor casual dining en *grab and go*. Voeg regionale smaken toe voor een wereldse twist, denk aan een pittige gochujang-aioli met Koreaanse invloeden.

• **High-end benadering:** verfijn gerechten voor het premium-segment. Denk aan gepekelde kippenborst met ingelegde radijs, bietenpuree en kruidige jus. De hogere verkoopprijs compenseert de extra arbeid, perfect voor fullservice-restaurants. Ingrediënten met gezondheidsvoordelen zijn een interessante aanvulling voor gasten die bewust met hun voeding omgaan.

Deze oplossingen zijn schaalbaar en geschikt voor centrale productie-keukens en ketens met meerdere vestigingen. Ze zijn flexibel inzetbaar binnen zowel quickservice- als

fullservice-restaurants, én via retailkanalen. De gelaagde toepassing versterkt bovendien de winstgevendheid: ondernemers kunnen het concept kiezen dat het beste past bij hun formule en businessmodel: premium, verfijnd of high-end.

3. De kracht van data

Winstgevendheid bepaal je niet achter de pas. Data is de onzichtbare motor van een gezond restaurant. Door verkoopdata te analyseren, kun je gaststromen voorspellen en je inkoop nauwkeuriger plannen. Dat vermindert verspilling en voorkomt overproductie.

Let bij je receptontwikkeling goed op de prijzen van ingrediënten, zo krijg je meer grip op je foodcost. En vergeet niet om terug te kijken! Onderzoek je historische data om piekmomenten en personeelsinzet scherp te plannen.

4. De stille rendementsmotor

Met consistente en efficiënte basisproducten – zoals die van Knorr Professional – kun je de voorbereidingstijd en arbeidskosten verlagen, terwijl je smaak en kwaliteit behoudt. Zelfs onder pittige keukenomstandigheden, met warmhoudlampen en productiekeukens met een hoge zuurgraad. Experimenteer met kruiden, specerijen of gefermenteerde ingrediënten om steeds nieuwe variaties op een saus of soep te bedenken tegen minimale extra kosten.

5. Elke dag werken aan je marge

Winstgevendheid kun je niet even afvinken, het is een continu proces. Je hebt elke dag opnieuw efficiëntie, creativiteit en aanpassingsvermogen nodig. Van het analyseren van je mise-en-place tot het toepassen van conserveringstechnieken als drogen en fermenteren, elke kleine aanpassing telt. Een rendabel en duurzaam restaurant kunnen is een uitdaging, maar als het klopt, zijn de beloningen – financieel en persoonlijk – enorm.



GRIEKSE SALADE



VAN WATERMELOEN EN TOMAAT
MET FETA EN KERSSEN



GRIEKSE SALADE

VAN WATERMELOEN EN TOMAAT MET FETA EN KERSEN

INGREDIËNTEN VOOR 10 PERSONEN

600 g watermeloen	300 g fetakaas
600 g diverse tomaten	75 g zwarte olijven crumble
350 g komkommer	30 st basilicum- blaadjes
350 g kersen	
2 dl Hellmann's Vinaigrette Citrus	
10 g Knorr Primerba Bouquet de Provence	

BEREIDING VAN DE SALADE

- 1 Maak de watermeloen schoon en snijd deze in blokjes.
- 2 Snijd de tomaten en de komkommer en halveer de kersen.

BEREIDING VAN DE VINAIGRETTE

- 3 Meng de Provençaalse kruiden door de vinaigrette.

OPMAAK

- 4 Verdeel de watermeloen, tomaat, komkommer en de kersen over de borden.
- 5 Maak het geheel af met de feta en de vinaigrette.
- 6 Garneer met de basilicumblaadjes.

STREET FOOD



COUTURE

Street Food Couture verfijnt zich dit jaar verder. In 2025 waren gasten vooral gefascineerd door bijzondere ingrediënten op hun bord. In 2026 zoeken ze meer diepgang. Ze willen het vakmanschap proeven. De techniek zien. De regionale trots voelen. En het verhaal achter het bord begrijpen.

De toegankelijke prijs maakt deze premium streetfoodbeleving aantrekkelijk voor een jonger publiek. In een tijd van volle agenda's, economische druk en krappe budgetten zoeken zij betaalbare luxe: 'echt' eten dat hen verbindt met de wereld en tegelijk gezond en duurzaam aanvoelt.

Street Food Couture past perfect bij quickservice-restaurants: efficiënt en flexibel voor de ondernemer, snel en laagdrempelig voor de gast.

Denk aan kleinere porties, versbereide gerechten, lichtere sauzen en lokale ingrediënten. Gasten zoeken authentieke en doordachte concepten.

De groeiende populariteit van K-food, birria tacos en bao buns laat zien dat die behoefte breed leeft.

Street Food Couture is meer dan een gerecht of een chef. Het vertelt een verhaal over proces, ambacht en gedeelde beleving. Het viert de chef en opent de deur naar een wereld vol smaken.

STREET FOOD COUTURE

Streetfoodklassiekers, verfijnd met precisie – Til wereldwijd geliefde streetfoodklassiekers zoals bao's, burgers en summer rolls naar een hoger niveau met premium proteïnen, ambachtelijke smaakmakers en een verfijnde presentatie.

Gedurfde global fusion met respect voor de roots – Mix invloeden uit de traditionele Griekse, Filipijnse en Midden-Oosterse keuken, maar blijf trouw aan hun oorsprong.

Ingrediënten die scoren op de socials – Gerookt zeezout, hot honey, pandan en zwarte sesam zijn smaakvolle blikvangers die niet alleen op het bord knallen, maar ook op Instagram en TikTok.

Keukentechniek als theater – Maak van de bereiding een beleving met streetfoodtechnieken als wokken op hoog vuur, roosteren aan het spit of grillen op spiezen. Uiteraard in een open keuken.

Duurzame en planeetvriendelijke publiekslievelingen – Gebruik duurzame ingrediënten die impact maken in herkenbare streetfoodformats zoals loaded fries en broodjes. Denk aan vingergierst, zwarte bonen en oranje tomaten.

TRENDING KEUKENS

Midden-Oosterse en Afrikaanse invloeden winnen snel terrein, net als streetfavorieten in de stijl van shoarma.

Grieks

Latijns-Amerikaans

Pan-Aziatisch

Argentijns

Sri Lankaans

Vietnamees

Persisch

Midden-Oosters

Filipijns

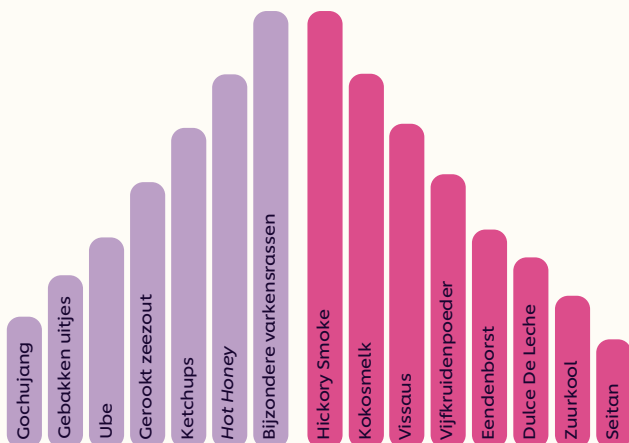
Afrikaans



TOELICHTING ■ Trending ■ Opkomend

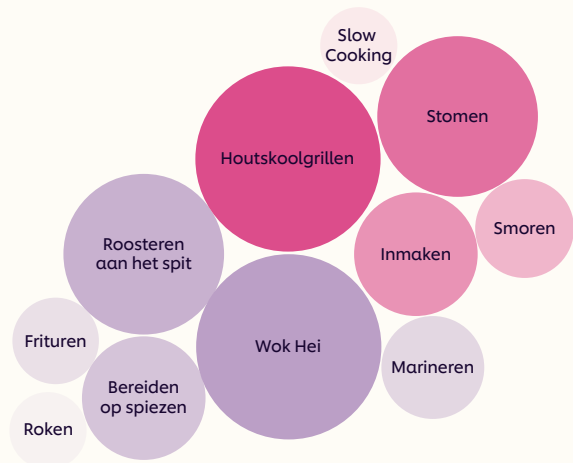
TRENDING EN OPKOMENDE INGREDIËNTEN

Nieuwe en opvallende ingrediënten behoren tot de snelste stijgers in online zoekopdrachten. Denk aan gochujang en gerookt zeezout, maar ook aan smaakmakers (hot honey, ketchups) en desserts (Biscoff en chiazaad).



TRENDING EN OPKOMENDE TECHNIEKEN

Noord-Afrikaanse kooktechnieken zoals grillen op houtskool en bereidingen op spiezen winnen snel aan populariteit.



INGREDIËNTEN OM IN DE GATEN TE HOUDEN

STREET FOOD COUTURE

DOOR Ryan Cahill

WIL JE DAT JE GERECHTEN OPVALLEN? GEEF JE *Street Food Couture* CREATIES EXTRA KARAKTER MET DEZE TRENDING INGREDIËNTEN.



Streetfood bestaat al duizenden jaren en blijft zichzelf opnieuw uitvinden. Nieuwe smaken, texturen en keukens volgen elkaar in hoog tempo op en zorgen voor verrassende ervaringen voor gasten die meer willen dan een snelle hap.

In 2026 drukken een aantal ingrediënten duidelijk hun stempel op de streetfoodtrend. Dit zijn de smaakmakers die het verschil maken.

Ube

In veel Zuidoost-Aziatische landen is ube al lang een streetfoodfavoriet. Deze paarse wortelknol staat bekend om zijn zoete, nootachtige smaak en opvallende kleur die veel aandacht trekt. Je ziet hem terug in desserts, gevulde broodjes, lattes en ijs.

Chili Crisp

Oorspronkelijk uit China, inmiddels wereldwijd geliefd. Chili Crisp is een crunchy, pittige smaakmaker met chilivlokken, knoflook en olie.

Het zorgt voor een perfecte balans tussen warmte, umami en textuur in elk gerecht. Perfect om noedels, dumplings of zelfs burgers een flinke kick te geven.

Gerookt zeezout

Met gerookt zeezout voeg je subtiele rokerigheid toe zonder vuur of rookoven. Ideaal voor chefs die die een diepe, rokerige smaak willen introduceren op een toegankelijke manier.

Hot Honey

Overall duikt het op. Hot Honey combineert klassiek zoet met een pittige chili-kick. Heerlijk over *fried chicken*, pizza of geroosterde noten. Deze zoet-pittige combinatie is een rijzende ster in streetfoodconcepten.

We zien dat duurzaamheid steeds belangrijker wordt, zeker voor Gen Z. Zij letten scherp op hoe restaurants en ondernemers bijdragen aan een betere wereld. Met dat in gedachten

zijn de volgende twee ingrediënten duurzame en perfecte toevoegingen aan streetfoodgerechten.

Vingergierst

Dit eeuwenoude graan is in korte tijd uitgegroeid tot een basisingrediënt voor streetfood. In India wordt het gebruikt voor ragi dosa en pap-achtige snacks, maar het werkt net zo goed in wraps, hartige crêpes en broodjes. Het is van nature glutenvrij, vezelrijk en een bron van plantaardige eiwitten. Ideaal voor gasten met intoleranties of een Vega(n) eetpatroon.

Oranje tomaten

Oranje tomaten zijn perfect voor smaakvolle dips en relishes, op hamburgers en in smashburger-sauzen. Ze zitten boordevol smaak en geven gerechten een opvallende, levendige uitstraling. Precies wat nodig is om indruk te maken, zeker bij jongere gasten die hun maaltijden graag delen op social media.

NEXT LEVEL STREETFOOD

BEGINT HIER

DOOR Dino Bonačić

DE STREETFOODREVOLUTIE IS IN VOLLE GANG. OOI PRAKTISCH ETEN VOOR ONDERWEG, NU LEVENDIGE EETERVARINGEN VOL KARAKTER. ZO OMARM JE DIE *nieuwe culinaire energie in je eigen keuken.*



Gasten willen steeds vaker gedurfde smaken en innovatieve gerechten voor een goede prijs. Daardoor is streetfood wereldwijd een belangrijke bron van creativiteit in de gastronomie geworden. Straatverkopers en chefs vinden klassiekers opnieuw uit met premium ingrediënten, moderne technieken en fusioncombinaties.

Tegelijk hebben sociale media lokale ondernemers een wereldwijd podium gegeven. Gasten ontdekken er nieuwe smaken, delen hun ervaringen en bouwen communities rondom streetfood. Denk aan de grote groepen liefhebbers van Vietnamese bánh mì of döner kebab. Zo verandert streetfood van snelle hap in een uiting van identiteit en regionale trots.

En het mooiste? Streetfood past overal. Met deze zeven ideeën breng je de trend naar je eigen zaak.

1. Thematische pop-up events

Organiseer tijdelijke events rond keukens of gerechten uit verschillende delen van de wereld. Zo vier je de diversiteit van streetfood, trek je nieuwe gasten aan en houd je vaste bezoekers nieuwsgierig.

2. Interactieve beleving

Laat gasten zien hoe hun gerecht wordt bereid. Live cooking spreekt aan, zeker wanneer het gaat om geliefde streetfoodgerechten en -technieken. Denk ook aan workshops waarin gasten leren hoe ze iconische gerechten zelf maken.

3. Wisselende menu's

Laat je menu meebewegen met de dynamiek van streetfood. Wissel specials af of zet regelmatig een andere regio in de spotlight. Dat stimuleert herhaalbezoek en houdt je aanbod fris.

4. Creatieve pairings

Denk verder dan het bord. Slimme drankcombinaties versterken de smaakbeleving en verhogen de besteding.

5. Personaliseerbare opties

Laat gasten kiezen. Streetfoodgerechten bieden veel opties voor personalisatie, zoals het zelf kiezen van ingrediënten of de mate van pittigheid. Zulk maatwerk geeft gasten een gevoel van controle over hun tevredenheid.

6. Samenwerkingen met lokale makers

De kern van streetfood is cultuur – in alle soorten en maten. Werk samen met lokale kunstenaars of artiesten en geef hen een podium in je zaak. Zo verrijk je de beleving en bereik je nieuwe doelgroepen.

7. Speel in op social media

Streetfood scoort online. Zorg daarom voor gerechten die er spectaculair uitzien of een bijzondere bereiding hebben. Zo worden je gasten vanzelf ook je ambassadeurs op TikTok en Instagram.

ZO BOUW JE EEN POSITIEVE KEUKENOMGEVING

DOOR Anna Cafolla

EEN GEZONDE, HARMONIEUZE WERKOMGEVING
IS DE *sleutel tot succes*. ZO PAK JE DAT AAN.



Ondanks wat tv-shows als *The Bear* doen vermoeden, draait een moderne keuken niet om intimidatie, drama of eindeloze werkdruk. De chefs van nu bouwen succesvolle teams en werken in een keuken waar respect, samenwerking en een gezonde werkbalans centraal staan.

In een positieve keukenomgeving voelt je team zich betrokken, is er duidelijkheid en ontstaat vertrouwen. Van inspraak voor medewerkers tot heldere doelen en een sterke organisatie: vier topchefs delen hun inzichten om een keukencultuur te creëren waarin mensen floreren.

1. Geef je team een stem

Volgens chef Brandon Collins verdient iedereen het om gehoord te worden. "Het gaat niet om democratie in de keuken, maar wel om eigenaarschap en betrokkenheid bij de visie", legt hij uit. "Geef je team de ruimte om ideeën aan te dragen en mee te denken over menu's, werkstations en dagelijkse processen." Die gedeelde verantwoordelijkheid motiveert het team en vermindert de druk op leidinggevenden.

2. Leid met respect

Een kalme, respectvolle keuken is een effectievere werkplaats. "In deze branche hebben we mensen te lang behandeld alsof ze maar een nummertje waren, of gewoon iemand die aardappelen moest schillen, puree moest maken of groenten moest stomen", zegt Brandon.

Chef James Brown herkent dat beeld. "Toen ik begon in de keuken draaide alles om het perfecte bord op de pas, en de toon kon behoorlijk hard zijn. Als je een fout maakte, werd dat op een agressieve manier duidelijk gemaakt." Volgens hem is de sector inmiddels volwassener geworden. Hij tipt: "Benadruk duidelijke communicatie en constructieve feedback. Respect bouwt vertrouwen op, en wanneer je team weet dat ze op je kunnen vertrouwen, zullen ze elkaar helpen en onder druk gefocust blijven."

3. Stel heldere doelen

Maak duidelijk wat succes betekent voor jouw team. Dat kan gaan over consistentie, persoonlijke ontwikkeling of doorgroeimogelijkheden.

“Ik denk dat chefs echt moeten nadenken over het einddoel”, zegt James. “Wat proberen we te bereiken en waarom doen we wat we doen? Door verwachtingen, standaarden en kansen duidelijk te maken, neem je onzekerheid weg en creëer je een professionelere werkomgeving.”

4. Zorg voor een goede flow

Zie de keuken als een goed gechoreografeerde voorstelling waarin elke rol een duidelijke functie heeft, adviseert chef Thaïs Gimenez. “Een keuken werkt het best wanneer alles goed georganiseerd is. Je wilt dat een shift verloopt als een strak ballet, waarin iedereen precies weet wat er van hem of haar verwacht wordt. De sfeer wordt dan automatisch efficiënter en positiever.” Werk met duidelijke mise-en-placechecklists, verdeel taken helder en communiceer open en consistent.

5. Stimuleer een gezonde werk-privébalans

Behandel iedereen in de brigade met hetzelfde respect, ongeacht functie of rang. Volgens chef René-Noel Schiemer moet iedereen het gevoel hebben dat ze op hetzelfde niveau samenwerken.

“Wij registreren onze uren en draaien geen shifts van tien of vijftien uur”, zegt hij. “We werken negen uur samen en gaan daarna naar huis. Zo blijft er ruimte voor familie en privéleven.”

Beperk extreem lange diensten en vereenvoudig processen waar dat kan. René-Noel adviseert bijvoorbeeld om te werken met basissauzen en voorbereide componenten die tijd besparen. Zo kunnen chefs hun energie richten op wat echt telt: sterke, kwalitatieve gerechten. “Deze aanpak houdt de keuken georganiseerd, efficiënt en positief.”



ZEVEN SNELLE STAPPEN OM JE TEAM TE VERSTERKEN

DOOR Dino Bonačić

ELK TEAM IS ZO STERK ALS DE ZWAKSTE SPELER. DAAROM IS HET
versterken van ieder teamlid **EEN ESSENTIEEL ONDERDEEL VAN EEN**
SUCCESSVOL BEDRIJF. ONTDEK HOE JE JE KEUKENTEAM EN HUN VAARDIGHEDEN
EEN BOOST GEEFT, MET TIPS VAN CHEF JOANNE LIMOANCO-GENDRANO.



Zelfs met de beste ingrediënten en de modernste keukenapparatuur is succes niet vanzelfsprekend. Zonder een team dat precies weet wat het ermee moet doen, kom je er niet. Uit ons onderzoek blijkt dat in 2026 de focus verschuift: minder aandacht voor alleen de ingrediënten, en meer waardering voor vakmanschap en skills van de chef die het gerecht bereidt.

Met meer dan twintig jaar ervaring in de branche weet Joanne Limoanco-Gendrano, Executive Chef bij Unilever Food Solutions Dubai, precies wat een team sterk maakt. Positief leiderschap speelt daarbij een grote rol, maar ook het ontwikkelen van je mensen. Want als zij slagen, slaagt je bedrijf ook.

Dit zijn Joannes zeven snelle stappen om je team te versterken.

Investeer in training

De service induiken zonder goede voorbereiding is een klassieke fout. Het is belangrijk om tijd en geld te investeren in nieuwe medewerkers. Laat niet alleen zien hoe een gerecht

wordt bereid, maar kijk ook mee wanneer een nieuwe collega kookt en draai samen een oefenshift voordat je opent. Door te herhalen kunnen fouten worden gecorrigeerd voordat het echte werk begint.

Begin bij de basis

Basisvaardigheden zoals hygiëne, veiligheid en service-etiquette zijn net zo belangrijk als recepten. Een goed op elkaar ingespeeld team dat van elk onderdeel van het proces iets afweet, helpt de keuken soepel te laten draaien.

Mentoren en buddies

Koppel teamleden aan elkaar. Zo stimuleer je leren, verantwoordelijkheid en continuïteit. Het vermindert de afhankelijkheid van één persoon en creëert een cultuur waarin verantwoordelijkheid wordt gedeeld.

De kracht van multitasken

Moedig teamleden aan om verschillende interesses te ontdekken en leer hen nieuwe vaardigheden buiten hun dagelijkse taken. Wanneer medewerkers meerdere rollen begrijpen en verantwoordelijkheden kunnen

oppakken, groeit hun betrokkenheid. Deze langetermijninvestering betaalt zich zeker terug.

Motiveer met ontwikkelprogramma's

Combineer dagelijkse werkzaamheden met extra trainingen en ontwikkelprogramma's. Zo krijgen medewerkers de kans om binnen het bedrijf te groeien en later meer verantwoordelijkheden op zich te nemen.

Eenvoud werkt

Een compact en gefocust menu maakt het voor iedereen in de keuken makkelijker om succesvol te zijn. Minder gerechten betekent sneller trainen, meer consistentie en een team dat beter met fouten kan omgaan.

Niet kopiëren, maar inspireren

Moedig medewerkers aan om hun creativiteit te gebruiken om trends op hun eigen manier in gerechten te verwerken. Dat creëert een win-win situatie. Je stimuleert trots en betrokkenheid bij het vak, terwijl je tegelijkertijd je bedrijf laat meegroeien met een team dat samen de toekomst vormgeeft.

GARNALEN TOAST MET DRAGON- MAYONAISE





GARNALEN TOAST MET DRAGONMAYONAISE

INGREDIËNTEN VOOR 10 PERSONEN

300 g black tiger shrimps	½ st brioche brood
4 g Knorr Professional Specerijepuree Knoflook	5 g Knorr Primerba Dragon
5 g Knorr Professional Specerijepuree Gember	100 g Hellmann's Real Mayonaise
8 g Maizena	10 g bieslook, fijngesneden
8 g sesamolie	1 st limoenrasp
8 g sojasaus	15 g furikake
5 g Knorr Professional Intense Flavour Citrus Fresh	
30 g eiwit	
0,5 g zwarte peper	
3 g zout	

BEREIDING VAN DE FARCE

- 1 Cutter de gepelde garnalen met de rest van de ingrediënten tot een gladde farce.

TOAST

- 2 Snijd het briochebrood op de snijmachine in plakken (stand 30)
- 3 Snijd de korstjes eraf.
- 4 Smeer de broodplakken in met de farce en beleg ze met een broodplak.
- 5 Frituur de toast in ca. 2 minuten (1 minuut per kant) krokant en halveer de toast.
- 6 Laat de toast goed uitlekken op keukenpapier en snijd de toast in vieren.

DRAGONMAYONAISE

- 7 Meng de dragon met de mayonaise.

OPMAAK

- 8 Spuit de dragonsaus op de toast en maak het geheel af met de bieslook, limoenrasp en de furikake.

JAPANESE SCHNITZEL OP BRIOCHE



MET TONKATSU SAUS EN
KOREAANSE MAYONAISE



JAPANESE SCHNITZEL OP BRIOCHE MET TONKATSU SAUS EN KOREAANSE MAYONAISE

INGREDIËNTEN VOOR 10 PERSONEN

10 st gepaneerde kip-schnitzels

200 g spitskool, julienne

75 g **Hellmann's Real Mayonnaise**

10 g wasabi

75 g **Hellmann's Real Mayonnaise**

35 g **Hellmann's Sesam Soy Vinaigrette**

15 g gochujang-pasta

150 g **Hellmann's Tomaten Ketchup**

35 g Worcester sauce

15 g sojasaus

15 g gembersiroop

5 g Dijon-mosterd

10 st briochebrood, plak (of zuurdesem)

20 st shiso blad

BEREIDING VAN DE SCHNITZELS

1 Bak de kipschnitzels krokant in olie.

BEREIDING VAN DE SPITSKOOL

2 Maak de spitskool aan met de mayonaise en wasabi.

BEREIDING VAN DE KOREAN MAYO

3 Meng de mayonaise met de vinaigrette en de gochujang.

BEREIDING VAN DE TONKATSUSAUS

4 Meng de tomatenketchup met de Worcester, soja, gembersiroop en de mosterd.

OPMAAK

5 Beleg de getoaste brioche met de spitskoolsalade leg daarop de schnitzels.

6 Verdeel hierop de Koreaanse mayonaise en de tonkatsu saus en sluit eventueel af met een extra plak brood.

BORDERLESS



CUISINE

In 2026 zet Borderless Cuisine een duidelijke stap vooruit, met een scherpe focus op authenticiteit, vakmanschap en respect. De interesse in wereldse smaakcombinaties groeit door, maar wordt volwassen. Gasten willen niet alleen gerechten proeven waarin verschillende keukens samenkomen, ze willen de culturele kennis en vaardigheden van de chef terugzien op het bord. Het gaat niet om fusion voor de show, maar om oprechte, spannende culinaire uitwisselingen.

De aantrekkingskracht zit in ontdekking. In een wereld vol politieke onzekerheid, migratie en mondiale verschuivingen biedt Borderless Cuisine verbinding via eten. Gemeenschappen met verschillende culturele achtergronden brengen hun lokale ingrediënten en kooktechnieken onder de aandacht. Dat zie je in de populariteit van matcha en hojicha, maar ook in de groeiende nieuwsgierigheid naar specifieke Mexicaanse keukens zoals Oaxacaans en in de opkomst van pittige Sichuangerechten. Vooral jongere gasten zoeken zulke betekenisvolle ervaringen. Ze willen gerechten die inventief zijn, maar geworteld blijven in echte tradities.

Borderless Cuisine komt volledig tot zijn recht in fullservice-restaurants, waar chefs de ruimte hebben om te experimenteren. Klassieke recepten krijgen een moderne interpretatie. Bekende en minder bekende ingrediënten worden gedurfd gecombineerd. Aziatische smaken blijven onverminderd populair, maar het speelveld verbreedt zich en strekt zich tegenwoordig uit van de Andes tot Algerije.

Dit is geen vluchtige hype. Borderless Cuisine draait niet om willekeurige fusion-creaties, maar om doordachte, verrassende combinaties die aansluiten bij waar deze generatie naar verlangt: culturele verbondenheid.

BORDERLESS CUISINE

Lokaal verankerd, wereldwijd geïnspireerd – Creatieve gerechten met stevige lokale roots, van za'atar-marinades tot desserts met hibiscus.

Techniek als paspoort – Ambachten als houtskoolgrillen, pekelen en wokken overbruggen grenzen.

Grenzeloos, zonder identiteit te verliezen – Geen smeltkroes waarin alles vervaagt, maar een mozaïek waarin elk stukje zijn smaak en betekenis behoudt.

TRENDING KEUKENS

Oaxacaans

Zuid-Mexicaanse keuken.

Emirati

Veelzijdige keuken uit de Verenigde Arabische Emiraten.

Andes

Invloeden uit Colombia, Ecuador, Peru, Bolivia, Argentinië en Chili.

Baskisch

Zuidwest-Europese keuken uit Spanje en Frankrijk.

Algerijns

Noord-Afrikaanse keuken.

Sichuan

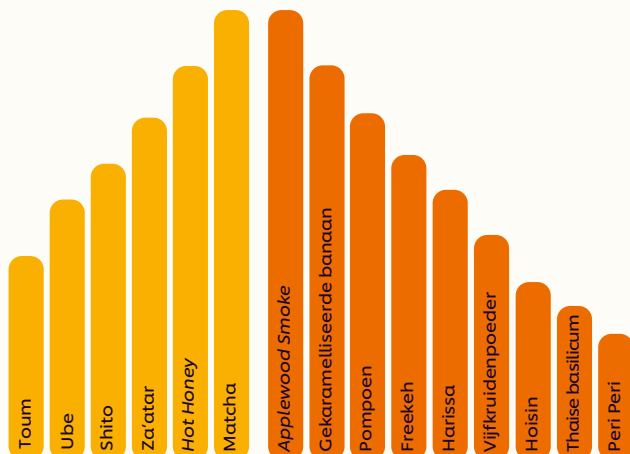
Uit de zuidwestelijke provincie van China.



TOELICHTING ■ Trending ■ Opkomend

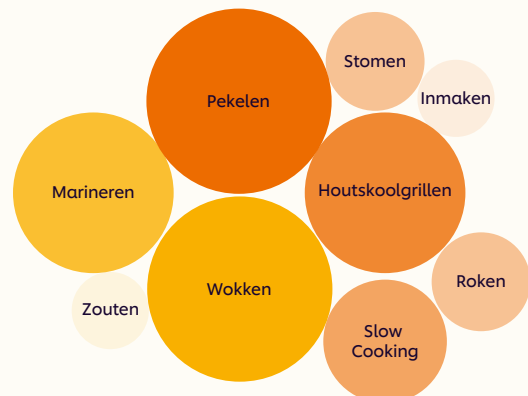
TRENDING EN OPKOMENDE INGREDIËNTEN

Ingrediënten zetten de toon binnen Borderless Cuisine. Ube, nam prik en shito springen eruit, naast gevestigde smaken als matcha en miso.



TRENDING EN OPKOMENDE TECHNIEKEN

Techniek wordt zichtbaarder en bepalender. Pekelen, marineren en grillen op houtskool winnen terrein.



INGREDIËNTEN OM IN DE GATEN TE HOUDEN

BORDERLESS CUISINE

DOOR Ryan Cahill

WIL JE DAT JE GERECHTEN OPVALLEN? OVERWEEG DAN DEZE TRENDING INGREDIËNTEN VOOR JE *Borderless Cuisine*-RECEPTEN.



Borderless Cuisine draait om het samenbrengen van wereldse smaken met respect voor hun oorsprong. Het is een ode aan internationale gerechten, waarbij technieken en ingrediënten uit verschillende culturen elkaar vinden in nieuwe combinaties die vertrouwd en verrassend aanvoelen.

In 2026 drukken een aantal ingrediënten duidelijk hun stempel op de Borderless Cuisine-trend. Dit zijn de smaakmakers die het verschil maken.

Kimchi

Fermentatie blijft invloedrijk en kimchi is daar hét voorbeeld van. Deze Koreaanse klassieker, meestal gemaakt van kool en radijs, is uitgesproken, friszuur en pittig. Ooit een bijgerecht, nu een vaste smaakmaker in uiteenlopende gerechten.

Miso

Deze Japanse gefermenteerde soja-pasta staat bekend om zijn rijke umami-smaak. Waar miso vroeger vooral de basis vormde voor soepen, zie je het nu terug in lakken, marinades, dressings en zelfs desserts. Een subtiele manier om hartigheid en diepte toe te voegen.

Tahin

Romig, nootachtig en veelzijdig. Tahin, gemaakt van gemalen sesamzaad, is onmisbaar in de Midden-Oosterse keuken. Tahin verbindt zoet en hartig en geeft dressings, desserts en zelfs smoothies extra diepte.

Granaatappel

Misschien onverwacht, maar granaatappel wint terrein nu nieuwsgierige chef-koks nieuwe toepassingen vinden voor deze vrucht. De frisse zuren en lichte zoetheid tillen salades, stoofgerechten, vlees en desserts naar een hoger niveau. De levendige kleur geeft een bijzondere uitstraling aan je gerechten. Ook in sapvorm is het een smaakvolle toevoeging.

Harissa

Deze Noord-Afrikaanse chilipasta, gemaakt van geroosterde rode pepers, knoflook en specerijen zoals komijn en koriander, wint steeds meer populariteit. De rokerige, pittige smaak geeft geroosterde groenten, vleesgerechten en pastagerechten direct meer karakter.

HOE JE GEN Z AAN TAFEL KRIJGT

DOOR Rhys Thomas

WAAROM *tradities en het verhaal achter een gerecht*
BELANGRIJK ZIJN VOOR DEZE GENERATIE.



Voor Gen Z moet uit eten gaan ergens over gaan. Met stijgende prijzen en een eindeloze keuze aan restaurants verwachten ze meer dan alleen een goede maaltijd. Ze zoeken een ervaring die raakt. Die beleving vinden ze vaak in verhalen over waar een gerecht vandaan komt, hoe het wordt gemaakt en welke cultuur erachter schuilt.

Nu Gen Z steeds meer koopkracht krijgt, wordt het voor horecaondernemers belangrijk om te begrijpen wat hen aantrekt. Niet alleen wat ze lekker vinden, maar ook wat hen nieuwsgierig maakt en laat terugkomen.

Onderzoek laat zien dat bijna twee derde van Gen Z uit eten gaan ziet als een speciale gelegenheid, zelfs in fastcasual-restaurants of quickservice-ketens. Tegelijk zijn ze nieuwsgierig. Ze proberen graag nieuwe keukens en smaken. Daardoor kiezen ze sneller voor een nieuw restaurant dan eerdere generaties. Als je eenmaal hun hart

hebt veroverd, is de Gen Z-gast verrassend loyaal. Uit onderzoek blijkt dat twee derde liever verder reist voor een restaurant waar ze eerder goed hebben gegeten, dan genoeg te nemen met iets in de buurt.

Hoe zorg je ervoor dat jonge gasten omrijden voor jouw zaak? Volgens Executive Chef Jiraroj Navanukroh uit Thailand ligt het antwoord in de beleving. Gen Z eet met hun ogen. "Ze maken graag foto's van hun eten, dus presentatie is essentieel. Denk na over hoe een gerecht eruitziet en zet mooie, smaakvolle ingrediënten centraal."

Maar een mooi bord zonder verhaal mist diepgang. Kenneth Cacho, chef-kok van de Filipijnen, pleit daarom voor een grotere nadruk op traditie. "We moeten laten zien waar een gerecht vandaan komt en waarom het zo wordt gemaakt. Dat betekent dat je traditionele technieken respecteert, zelfs als ingrediënten of presentaties veranderen." Voor een generatie die is opgegroeid met eindeloze keuze, zijn juist die culturele

en emotionele connecties belangrijk. Een gerecht wordt interessanter wanneer het een verhaal vertelt.

Daarnaast speelt identiteit een grote rol. Gasten willen weten waar jij voor staat. Je visie moet herkenbaar zijn als chef of merk. Deze generatie kan overal eten. Ze kiezen alleen voor jou als ze geloven dat jouw verhaal klopt. Dat vraagt volgens Kenneth ook om zorgvuldigheid, zeker nu keukens wereldwijd steeds meer met elkaar vermengen. Gen Z groeit op met smaken uit de hele wereld. Juist daarom verwachten ze dat chefs respectvol omgaan met de oorsprong van gerechten.

Hij noemt sinigang als voorbeeld, een Filipijnse soep die haar kenmerkende zuurheid krijgt van tamarinde. "Gebruik ik azijn in plaats van tamarinde, dan is het niet authentiek. Wil ik het goed doen, dan kies ik een andere zure vrucht." Het verhaal van sinigang is dat het zuur vanuit fruit komt. Dat fruit kan per seizoen wisselen. Maar neem je shortcuts, dan verlies je de traditie waar Gen Z juist verbinding mee zoekt.

TRUFFEL ROEREI





TRUFFEL-ROEREI

INGREDIËNTEN (10 porties)

20 eieren
60 g truffelpasta
200 g **Hellmann's Real Mayonaise**
300 g witte cheddar, geraspt
100 g rucola
300 g gemengde paddenstoelen, gebakken
20 sneetjes roggebrood

Mediterrane aioli
250 g **Hellmann's Real mayonaise**
20 g bottarga, in poedervorm
5 g knoflook, geraspt
8 g limoensap en -schil

BEREIDING

- 1 Klop de eieren met de truffelpasta en roer tot een romig geheel.
- 2 Meng voor de aioli alle ingrediënten door elkaar.
- 3 Rooster licht de sneetjes brood.
- 4 Bestrijk de toast met de mediterrane aioli, voeg het roerei, de gebakken champignons, witte cheddar en rucola toe.
- 5 Sluit af met een plak brood en gril tot de kaas gesmolten is.
- 6 Snijd doormidden en serveer warm.

CUBAANS KOREAANSE SANDWICH





CUBAANS KOREAANSE SANDWICH

INGREDIËNTEN

Koreaans BBQ-varkensvlees

1,5 kg Koreaans BBQ-varkensvlees
75 g Gochujang
Koreaanse chilipasta
45 ml sojasaus
30 ml sesamolie
45 g bruine suiker
6 teentjes knoflook, fijngehakt
30 g verse gember, geraspt
2 stuks limoensap

Koreaanse komkommersalade

2 stuks komkommers (ongeveer 600-700 g), in dunne plakjes gesneden
10 g zout
20 ml rijstazijn
15 g Gochugaru
15 g suiker
15 ml sojasaus
15 ml sesamolie
15 g sesamzaadjes
2 stuks lente-uitjes, fijngesneden

Mosterdmayonaise

200 g **Hellmann's Real Mayonaise**
45 g Dijon-mosterd
10 stuks Cubaans brood
500 g geglazuurde ham
500 g Zwitserse kaas, plakjes
200 ml **Hellmann's Real Mayonaise** (voor het grillen)
Kimchi, naar behoefte toevoegen

BEREIDING

- 1 Meng de gochujang, sojasaus, sesamolie, bruine suiker, knoflook, gember en limoensap.
- 2 Voeg het varkensvlees toe en laat 1-2 uur marineren.
- 3 Grill het varkensvlees op middelhoog vuur tot het gekarameliseerd en gaar is. Zet apart.
- 4 Maak de komkommersalade. Meng de gesneden komkommers met zout.
- 5 Laat de komkommers 10-15 minuten staan om het vocht eruit te laten lopen.
- 6 Giet af en knijp voorzichtig uit.
- 7 Meng in een kom, azijn, gochugaru, suiker, sojasaus, sesamolie en lente-uitjes.
- 8 Voeg de komkommers toe en meng goed. Bestrooi met sesamzaadjes.
- 9 Meng de ingrediënten voor de mosterdmayonaise.
- 10 Snijd het brood in plakjes en smeer beide helften in met de mosterdmayonaise. Voeg een plakje Zwitserse kaas, een plakje ham, Koreaans BBQ-varkensvlees en een tweede plakje kaas toe.
- 11 Besmeer beide kanten met boter en grill totdat ze aan beide kanten goudbruin zijn.
- 12 Serveer met kimchi.

LAHMAGUN-STIJL QUESADILLA





LAHMACUN-STIJL QUESADILLA

INGREDIËNTEN

Mince Meat Filling

750 g rundergehakt
225 g Knorr Professional Tomato Pronto Napoletana
35 g Knorr Professional Paprika Puree
30 g Knorr Professional Espagnole Sauce
5 g Za'atar
10 stuks tortilla's (25-30 cm)
500 g zoete witte uien, fijngesneden
500 g cheddar, geraspt

Harissa dip

400 ml Hellmann's Dressing Yoghurt Style
50 g harissapasta
Handvol gehakte munt
2 teentjes knoflook, fijngehakt

BEREIDING

- 1 Meng het rundergehakt met de Knorr Tomato Pronto Napoletana, de Knorr paprika puree en de Knorr Professional Espagnole Sauce, de knoflook en za'atar.
- 2 Verdeel het mengsel gelijkmatig over een tortilla.
- 3 Leg de fijngesneden witte ui erop.
- 4 Voeg de geraspte cheddar toe.
- 5 Vouw de tortilla dicht en bak hem op een plancha tot hij aan beide kanten goudbruin is.
- 6 Meng alle ingrediënten voor de harissa dip.

RIBEYE MET KNOFLOOKPEPER



EN BELGISCHE FRIET



RIBEYE MET KNOFLOOKPEPER EN BELGISCHE FRIET

INGREDIËNTEN

2,5 kg ribeye

Voor de korst

250 g cashewnoten

80 g knapperig gebakken knoflook

30 g grove zwarte peper

3 g kaffir-limoenblaadjes

Voor de saus

500 ml Knorr Professional Authentic Demi-Glace Liquid

50 g knoflook, fijngesneden

60 ml oestersaus

20 ml heldere sojasaus

20 ml vissaus

10 g palmsuiker

20 ml limoensap

Koriander, fijngehakt

Ter garnering

Gefrituurde aardappels, julienne

BEREIDING VAN DE STEAK

- 1 Schroei de ribeye dicht totdat die aan beide kanten goudbruin is.
- 2 Rooster de cashewnoten en hak ze grof.
- 3 Meng met de rest van de ingrediënten.
- 4 Leg bovenop de ribeye.

BEREIDING VAN DE SAUS

- 1 Fruit de knoflook in een steelpan.
- 2 Voeg de grofgemalen zwarte peper toe.
- 3 Voeg de oestersaus, sojasaus, vissaus en palmsuiker toe.
- 4 Voeg de Knorr Demi-Glace toe en laat 5 minuten sudderen.
- 5 Voeg het limoensap en de fijngehakte koriander toe.
- 6 Werk af met de crispy chili-olie voor het serveren.
- 7 Voeg bindmiddel toe indien nodig.
- 8 Serveer de gesneden ribeye bovenop de friet en besprenkel met de saus.
- 9 Serveer met wat Hellmann's Mayonaise.
- 10 Garneer met knapperige sjalotten en koriander.

KNAPPERIGE AARDAPPELSTEAK





KNAPPERIGE AARDAPPELSTEAK

INGREDIËNTEN

Voor het rundvlees

2000 g entrecote
(200 g per stuk)
5 g versgemalen
zwarte peper
200 g uiensap

Laag voor aanbraden

150 g **Hellmann's Real
Mayonaise**
150 g Dijon-mosterd
20 g komijn

Knapperige aardappelkorst

Aardappel, in kleine
stukjes gesneden
Olie om te frituren
Tomaten-paprika
Demi-glace saus
75 g **Knorr Demi-glace**
1 l water

30 g tomatenpuree
5 g gerookte paprika
10 g knoflook,
fijnggehakt
100 g **Hellmann's
Tomato ketchup**
20 ml appelciderazijn

Limoen- yoghurtmayonaise

100 g **Hellmann's Real
mayonaise**
50 g yoghurt
2 g limoenschil
10 g limoensap

BEREIDING

BIEFSTUK

- 1 Kruid de entrecote gelijkmatig met zout en zwarte peper.
- 2 Doe de steaks in een vacuümzak en voeg het uiensap direct toe voordat je deze sluit.
- 3 Vacumeer de zak en kook de steaks 1,5 uur op 54°C (medium-rare).
- 4 Haal de steaks uit de zak, dep ze goed droog

KRUIDENLAAG

- 5 Klop alle ingrediënten tot een glad mengsel.
- 6 Bestrijk het oppervlak van de gekookte en gedroogde steaks met een dun laagje.
- 7 Verhit een gietijzeren pan of grill tot deze warm is.
- 8 Schroei de steaks aan alle kanten 1-2 minuten dicht, tot ze goudbruin en gekarameliseerd zijn.
- 9 Laat 5 minuten rusten en snijd in porties.

KNAPPERIGE AARDAPPELKORST

- 10 Spoel de geraspte aardappelen af onder koud water en dep ze volledig droog.
- 11 Frituur ze op 170 °C tot ze goudbruin en knapperig zijn.
- 12 Laat ze uitlekken op keukenpapier en breng ze licht op smaak met zout. Zet apart.

TOMATEN-PAPRIKA DEMI-GLACE

- 13 Klop in een steelpan Knorr Demi-Glace door het water en breng het geheel zachtjes aan de kook.
- 14 Voeg tomatenpuree, gerookte paprika, knoflook, Hellmann's ketchup en appelciderazijn toe.
- 15 Laat 10-15 minuten sudderen tot de saus iets dikker wordt en een glanzende afwerking krijgt.
- 16 Zeef indien gewenst en houd warm voor het opdienen.
- 17 Klop alle ingrediënten tot een glad mengsel.

LIMOEN-YOGHURTMAYONAISE

- 18 Schep de tomaten-paprika Demi-Glace op de bodem van het bord.

OPMAAK

- 19 Leg de plakjes gebakken entrecote bovenop de saus.
- 20 Strooi royaal de knapperige aardappel over het vlees voor textuur en visueel contrast.
- 21 Voeg een beetje limoenmayonaise toe voor een frisse smaak.

CAESAR SALADE



**MET MISO KIP, ZEEWIERCHIPS
EN PARMEZAANSE KAAS**



CAESAR SALADE

MET MISO KIP, ZEEWIERCHIPS EN PARMEZAANSE KAAS

INGREDIËNTEN VOOR 10 PERSONEN

30 g sojasaus	900 g romaanse sla
20 g Knorr Professional Intense Flavour Citrus Fresh	3 dl Hellmann's Caesar Dressing
25 g honing	100 g zeewierchips
30 g sesamololie	30 g zuurdesemkruim
30 g ketjap manis	50 g Parmezaanse kaas
30 g miso	1 st limoen
1 kg kippendijen, ontbeend	2 g sesamzaad met yuzu
	2 g zeewierpoeder

BEREIDING VAN DE MISO KIP

- 1 Meng de sojasaus met de citrussap, honing, sesamololie, ketjap en de miso.
- 2 En laat de kippenvlees hier voor tenminste 4 uur in marineren.
- 3 Bak de gemarineerde kippenvlees ca. 12 minuten op 160°C in de oven.
- 4 Snijd de kip in mooie stukken.

BEREIDING VAN DE CAESAR SALADE

- 5 Maak de sla schoon, was ze en droog ze in een slacentrifuge.

OPMAAK

- 6 Maak de sla aan met de dressing en verdeel de sla over de borden.
- 7 Verdeel de kip, zeewierchips en wat zuurdesemkruim over de sla.
- 8 Rasp er de kaas en wat limoenschil over en bestrooi ze met sesam en zeewierpoeder.

PAPADUM

MET TONIJN,
AVOCADO,
RADIJS,
WASABI EN
SESAM SOJA





PAPADUM MET TONIJS, AVOCADO, RADIJS, WASABI EN SESAM SOJA

INGREDIËNTEN VOOR 10 PERSONEN

90 g Hellmann's Real Mayonaise	10 st pappadums
10 g wasabi	2 g sesamzaad met yuzu
	½ bakje Borage cress
500 g tonijn	10 g furikake
0,5 dl Hellmann's Vinaigrette Sesam Soy	
5 st radijs	
2 st avocado	
4 st mini komkommer	

BEREIDING VAN DE SAUS

- 1 Meng de mayonaise met de wasabi en doe deze in een spuitflesje.

GARNITUUR

- 2 Snijd de tonijn in plakjes en haal ze licht door de vinaigrette.
- 3 Maak de avocado schoon en snijd deze samen met de komkommer en de radijs in plakjes.

OPMAAK

- 4 Beleg de pappadums met de tonijn, avocado, komkommer, en de radijs.
- 5 Spuit de wasabi-mayonaise erbij en verdeel de rest van de vinaigrette.
- 6 Garneer met de cress en geroosterde sesamzaadjes en wat furikake.

NAAN KEBAB



**MET TABOULÉ EN
YOGHURTDRESSING**



NAAN KEBAB MET TABOULÉ EN YOGHURTDRESSING

INGREDIËNTEN VOOR 10 PERSONEN

1 bus Knorr Taboulé Couscous Salade	1 kg lamsgehakt
1 dl olijfolie	10 g Knorr Professional Specerijenpuree Knoflook
400 g watermeloen, blokjes	10 g Knorr Professional Specerijenpuree Paprika
100 g granaatappel-pitjes	4 g komijn, gemalen
50 g zoetzure rode ui	2 g kaneel, gemalen
25 g munt, gesneden	1 g chili
25 g koriander, gesneden	zout & peper
1 dl Hellmann's Vinaigrette Basil	30 g eiwit
	4 st naanbrood
	2,5 dl Hellmann's Dressing met yoghurt
	12 g Knorr Primerba Basilicum
	2 g Sumac

BEREIDING VAN DE TABOULÉ

- 1 Meet één liter koud water af en doe de taboulé in een schaal.
- 2 Giet het water op de taboulé, voeg de olijfolie toe en schep het geheel goed om.
- 3 Zet de taboulé voor tenminste één uur afgedekt in de koelkast.
- 4 Meng de meloen, granaatappel, ui, munt, koriander en de vinaigrette door de taboulé.

BEREIDING VAN DE NAAN KEBAB

- 5 Meng het lamsgehakt met de knoflook, paprika, komijn, kaneel, chili, zout, peper en eiwit.
- 6 Halveer de naanbroden en verdeel het aangemaakte gehakt over de broden en dek af met de bovenkant.
- 7 Bak de gevulde naanbroden in ca.10 minuten in de oven op 160°C.
- 8 Snijd de naan kebab in gewenste vorm.

BEREIDING VAN DE SAUS

- 9 Meng de basilicum door de yoghurt dressing.

OPMAAK

- 10 Verdeel de taboulé en leg de gesneden naan kebab erbij.
- 11 Serveer met de yoghurt basilicum dressing.

DINER



DESIGNED

Diner Designed draait om keuzevrijheid voor de gast, zonder dat de keuken ingewikkelder wordt. In 2025 leunde deze trend nog sterk op technologie, 'build-your-own'-formats en theatrale, interactieve eetervaringen, maar nu komt er meer balans. Restaurants passen praktische en doordachte vormen van personalisatie toe. Zo krijgt de gast dezelfde ervaring op maat, terwijl de keuken efficiënt en overzichtelijk kan blijven werken.

Dit flexibele menuconcept geeft gasten wat ze willen: meer keuze. In een wereld vol prikkels willen ze zelf bepalen wat er op hun bord ligt. Ze willen eten dat meebeweegt met hun behoeften. Dat kan iets kleins zijn, zoals het wisselen van een topping of aanpassen van een saus. Of een gerecht dat inspeelt op gezondheid en dieetwensen, zonder in te leveren op smaak of kwaliteit. Die momenten van controle maken uit eten gaan persoonlijk en leuk.

Quickservice-restaurants zijn bij uitstek geschikt voor Diner Designed-eten. Een kleine mate van flexibiliteit levert ondernemers grote waarde op: het bouwt loyaliteit op, creëert buzz en geeft een premium gevoel zonder

hoge kosten. Voor gasten verandert het de dagelijkse maaltijd in iets eigens. Denk aan personaliseerbare bowls of open keukens met barzitplaatsen, waar je de bereiding van dichtbij ziet, terwijl gerechten even snel geserveerd kunnen worden. Hotpotrestaurants en verfijnde saladebars spelen slim in op de trend door iedereen zijn ideale maaltijd zelf te laten samenstellen.

Diner Designed gaat verder dan wat er op het bord ligt. Je gast maakt misschien nog steeds eerst een foto voor Instagram voordat hij begint te eten, maar het belangrijkste is dat hij nu zelf de regie heeft. De ervaring voelt persoonlijk, omdat hij zelf kiest. Zo wordt uit eten gaan tegelijk vertrouwd en memorabel.

DINER DESIGNED

Personalisatie wordt de kern van het menu – Modulaire gerechten geven gasten de regie: kies je proteïne, je saus, je sides en je toppings.

Stations als show én efficiëntie-machine – Front-of-house bereiding – zoals sauzen à la minute afmaken, toppings samenstellen of vlees

aansnijden – biedt entertainment voor de gast. Tegelijkertijd toont het je vakmanschap en de versheid van je gerechten.

Hybride helden op de kaart – Combineer favorieten zoals burgers, bowls en flatbreads met seizoensgebonden of wereldwijd

geïnspireerde toppings die regelmatig rouleren.

Data-gedreven smaakrotatie – Gebruik POS-data, online reviews en inzichten uit loyaliteitsprogramma's om sneller en onderbouwd je menu bij te sturen.

TRENDING INGREDIËNTEN PER REGIO

Midden-Oosten

Limoncello, pistache, chiazaad, kombucha, lychee.

Noord-Amerika

Dille-augurk, Biscoff, gebakken uitjes, rauwe vis.

Europa

Hot honey, hickory smoke, peri peri, nduja.

Zuidoost-Azië

Rode biet, ube, maple, pistache.

Afrika

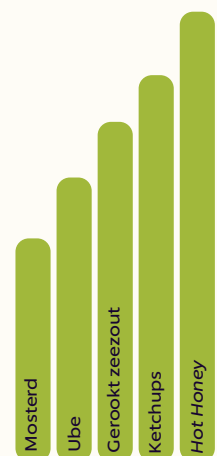
Boba, espresso, maple, rode biet.



TOELICHTING ■ Trending ■ Opkomend

TRENDING INGREDIËNTEN

Felle kleuren, zoals ube en biet, en uitgesproken smaken zoals dille-augurk en gerookt zeezout laten stevige groei zien. Kleine aanpassingen, groot verschil.



TRENDING EN OPKOMENDE TECHNIEKEN

Gasten zoeken nieuwe eetervaringen, van omakase tot *shared dining* met tafelbereiding en Korean BBQ. Ook technieken staan volop in de spotlight: foams, purees en *flash freezing* behoren tot de snelste stijgers.



DIPS EN TOPPINGS: EEN GIDS VOOR PERSONALISATIE

DOOR Dino Bonačić

KEUZE SPEELT EEN STEEDS GROTERE ROL IN HET AANTREKKEN VAN NIEUWE GASTEN. DAAROM DEELT CHEF BRANDON COLLINS ZIJN TIPS OM PERSONALISATIE TOE TE VOEGEN AAN JE MENU.

Minimale inspanning, maximaal resultaat.



Ooit draaide de restaurantbeleving vooral om consistentie. Nu zien gasten online wat er allemaal mogelijk is. Ze ontwikkelen hun eigen voorkeuren en spreken zich daar ook over uit. Personalisatie wordt daardoor steeds belangrijker in foodservice.

Uit ons onderzoek blijkt dat het zelf samenstellen van gerechten inmiddels een van de belangrijkste pijlers is binnen de Diner Designed-trend. Uit eten gaan draait minder om vaste regels en meer om flexibiliteit. Gasten willen bouwstenen aangereikt krijgen waarmee ze zelf een unieke en onvergetelijke ervaring samenstellen.

Vooraf Gen Z jaagt die behoefte aan keuze aan. Restaurants moeten daarom steeds vaker inspelen op individuele gastvoorkeuren. Volgens Brandon Collins, Corporate Executive Chef bij Unilever Food Solutions, kan dat verrassend eenvoudig, zonder extra druk op de keuken.

Sauzen en smaakmakers

Een van de makkelijkste manieren om personalisatie toe te voegen, is door het aanbieden van sauzen, dressings of vinaigrettes. Mensen zijn dol op dips en saus als topping! Je hoeft geen nieuwe recepten te ontwikkelen, gebruik gewoon sauzen die je al op het menu hebt staan. Zo zorg je voor een gepersonaliseerde ervaring zonder dat dit extra werk met zich meebrengt.

Bereid je sauzen in grotere hoeveelheden, bijvoorbeeld 5 in plaats van 1 liter. Sauzen zijn toch stabiel en goed te bewaren. Dat beperkt verspilling en helpt de service soepel te houden. Tegelijk krijgen gasten precies de smaakvariatie waar ze naar op zoek zijn.

Toppings en extra's

Extra toppings of ingrediënten geven gasten controle en maken het makkelijker om verschillende voorkeuren te bedienen. Koriander is daar een goed voorbeeld van. Sommige mensen zijn er dol op, anderen laten het liever liggen. Door die keuze bij de gast te leggen, blijft het gerecht voor iedereen aantrekkelijk.

Hetzelfde geldt voor andere onderdelen op de kaart. Gasten kunnen ingrediënten wisselen of combineren met elementen uit andere gerechten. De truc is simpel: werk met wat je al in huis hebt. Gasten creëren zo hun eigen ervaring binnen het kader van jouw menu. En dat levert waardevolle inzichten op. Door te volgen welke combinaties populair zijn, kun je menu's gericht doorontwikkelen. Nieuwe gerechten blijven daardoor eenvoudig uit te voeren, terwijl de beleving voor gasten persoonlijk blijft.

Kooktechniek als keuze

Niet alleen ingrediënten, ook bereiding kan een vorm van personalisatie zijn. Kipfilet kan bijvoorbeeld gefrituurd, geroosterd of gegrild worden, met dezelfde basisapparatuur. Bij andere proteïnen werkt dat net zo goed. Short rib kun je gestoofd of gegrild serveren met dezelfde ingrediënten.

Deze flexibiliteit maakt het makkelijker om rekening te houden met dieetvoorkeuren. Waar de ene gast frituur vermijdt, kiest een ander juist voor die extra crunch. Variatie in techniek vergroot de keuzevrijheid voor de gast, terwijl de keuken efficiënt blijft werken.

DINER-DESIGNED MET EEN KLEIN BUDGET

VIER CHEFS OVER HOE JE HET SLIM AANPAKT

DOOR Dino Bonačić

JE HEBT GEEN HIGHTECH OF DURE OPLOSSINGEN NODIG OM MET DE DINER DESIGNED-TREND AAN DE SLAG TE GAAN. JUIST DOOR HET SIMPEL TE HOUDEN KUN JE JE RESTAURANT BETAALBAAR LATEN MEEBEWEGEN MET DE TREND EN NIEUWE DOELGROEPEN AANSPREKEN. VIER CHEFS VAN UNILEVER FOOD SOLUTIONS DELEN HOE ZIJ DEZE *belangrijke foodtrend* TOEPASSEN, PRAKTISCH ÉN BETAALBAAR.



Gasten hun eigen culinaire avontuur laten samenstellen past perfect bij de groeiende behoefte aan keuze en individualiteit. Uit ons onderzoek blijkt dat bestellen via apps, QR-codes en selfservice-kiosken inmiddels een geaccepteerde en aantrekkelijke manier is geworden van bestellen in zowel quickservice- als casual restaurants.

Maar terwijl technologische of AI-gedreven innovaties al snel duur worden, zijn er ook manieren om personalisatie betaalbaar te houden. Met slimme, praktische keuzes kun je dezelfde beleving creëren. Deze vier chefs laten zien hoe.

Eric Chua houdt het simpel

Volgens Eric hoeft personalisatie helemaal niet ingewikkeld te zijn. "Je hoeft geen compleet nieuw concept te ontwikkelen, soms zijn kleine aanpassingen al genoeg. Denk aan gerechten organiseren op basis van persoonlijkheidstype of geboortemaanden. Dat creëert meteen een gevoel van verbondenheid met de persoon die het proeft. Zelfs iets simpels als een gerecht naar een gast vernoemen werkt al goed. Zo bouw je een persoonlijke band op. Het gaat erom dat iemand zich gezien voelt. Het vraagt wel dat je je gasten een beetje kent, maar uiteindelijk werk je toch vooral voor de mensen uit je eigen buurt."

Kies en combineer met René-Noel Schiemer

Deze trend lijkt vaak hoge investeringen te vragen, maar toch zijn er volgens René-Noel ook veel kosteneffectieve manieren om personalisatie toe te voegen. "Een van de makkelijkste is om een gerecht in de basis vegetarisch of veganistisch te houden en verschillende add-ons aan te bieden, zoals vis, kip of rund. De proteïne is vaak het duurste onderdeel van een gerecht. Door de basis eenvoudig en betaalbaar te houden, geef je gasten toch keuze. Dat bespaart kosten, vermindert verspilling en zorgt voor flexibiliteit in de keuken. Door gasten zelf toppings of extra's te laten kiezen, creëer je een persoonlijke ervaring zonder het menu ingewikkeld of duur te maken."

Joanne Limoanco-Gendrano zet in op beleving

Joanne ziet dat bedienend personeel steeds vaker wordt betrokken bij de bereiding van het eten. "Zelfs de eenvoudigste handeling, zoals het inschenken van een saus of het toevoegen van een ingrediënt aan tafel, kan al voor beleving zorgen. Fine dining liep hierin voorop, met premiumgerechten zoals steak tartaar, waarbij het vlees voor de ogen van de gast werd gesneden. Inmiddels zie je deze aanpak overal in de horeca terug. Denk aan verschillende sauzen waaruit gasten kunnen kiezen, of een dimsumtrolley die langs de tafel komt en waarbij je de dip – pittig of niet – ter plekke mixt. Onlangs zag ik een modern Midden-Oosters restaurant dat minishawarma's serveerde aan tafel. Ze werden ter plekke gesneden, in brood gerold en gegrild. Gasten konden er zelfs nog friet aan toevoegen. Een kleine keuze. Maar wel eentje die de ervaring persoonlijk maakt."

Thaís Gimenez kiest voor subtiele details

Volgens Thaís draait het uiteindelijk allemaal om de ervaring. En die kun je ook met een beperkt budget creëren, zolang je slim gebruikmaakt van data. "Als een gast bijvoorbeeld altijd zijn steak doorbakken bestelt, of elk jaar zijn jubileum bij jou viert, dan weet je al veel over zijn voorkeuren. Die kennis kun je gebruiken om zijn bezoek persoonlijker te maken. Is de kinderstoel al klaargezet wanneer ze binnenkomen? Kun je het vlees meteen serveren zoals ze het graag hebben? Soms gaat het om kleine details, zoals het wisselen van een bijgerecht. Zo creëer je een nieuwe ervaring zonder extra kosten. Het gaat erom dat je gebruikmaakt van wat je al weet over je gasten, je taal of bereiding daarop aanpast en hen het gevoel geeft dat ze gezien worden. Dat is personalisatie, dat is Diner Designed, zonder dure technologie of grote investeringen."



DINING VOLGENS GEN Z

DIT ZIJN DE NIEUWE REGELS

DOOR Dino Bonačić

DE CULINAIRE WERELD IS VOORTDUREND IN BEWEGING. RESTAURANTS RICHTEN HUN BLIK STEEDS MEER OP DE VOLGENDE GENERATIE GROTE SPENDERS. MET HUN EIGEN REGELS EN UITGESPROKEN VORKEUREN VORMT GEN Z *de volgende grote kans* VOOR DE HORECA.



Met hun snel groeiende koopkracht is Gen Z hard op weg om voor elk bedrijf een kerndoelgroep te worden. Als grootste, en tegelijk een van de meest welvarende generaties in de geschiedenis, zijn zij letterlijk en figuurlijk de toekomst. Maar om deze generatie te bereiken, moet je eerst begrijpen hoe zij eten. Uit ons onderzoek blijkt bijvoorbeeld dat 84% van Gen Z eet tijdens het woon-werkverkeer en dat snacks een vast onderdeel zijn geworden van hun werkdag.

Bedrijven die willen blijven groeien, kunnen het veranderende bestedingspatroon en de duidelijke voorkeuren van Gen Z niet negeren. Maar wat verwachten zij eigenlijk wanneer ze uit eten gaan? Vier chefs van Unilever Food Solutions delen hun inzichten om Gen Z voor je te winnen. Van portiegrootte tot presentatie en kooktechniek: dit zijn de belangrijkste lessen om je restaurant klaar te maken voor de volgende generatie gasten.

Brandon Collins,
Corporate Executive Chef (VS)

Een van de belangrijkste kenmerken van Gen Z'ers is dat ze geen grote porties eten. Ze gaan liever met vrienden uit eten en delen meerdere kleinere

gerechten in plaats van één groot bord te bestellen. Deelbare, betaalbare gerechtjes werken daarom goed. Kleine toevoegingen, zoals mocktails, sluiten ook aan bij hun voorkeuren, omdat deze generatie vaak minder alcohol drinkt. Ze houden van wereldse smaken, vooral wanneer die worden verwerkt in vertrouwde gerechten. Denk aan kimchi in risottoballetjes of butter chicken op nacho's. Internationale invloeden die op een speelse en toegankelijke manier worden gecombineerd met klassiekers.

Joanne Limoanco-Gendrano,
Executive Chef (Filipijnen)

Gen Z wil betrokken zijn bij wat ze eten. Ze willen keuzes: welke saus bij het gerecht komt, welk bijgerecht, welk koolhydraat en zelfs kleine details, zoals de kruiden die je over de friet strooit. Interactieve elementen maken het gerecht interessanter. Denk aan kleine momenten die Instagramwaardig zijn: een saus die wordt ingeschonken, een deksel dat wordt geopend of een presentatie die visueel verrast. Zo ontstaat een visuele eetervaring.

James Brown, Executive Chef (VK)

Gen Z beslist snel waar ze gaan eten. Ze kijken op Instagram, en als het er cool uitziet, gaan ze erheen. Ze zijn

direct, goed geïnformeerd en positief ingesteld. Dat vraagt om balans. Twijfel je over een idee, vraag het gewoon aan je gasten en test het daarna in de praktijk. Voor snackgerechten hoef je niet altijd iets nieuws te ontwikkelen. Halve porties van bestaande gerechten, een kleine salade of een snacksectie op de kaart kan al voldoende zijn. Zolang het maar authentiek en praktisch aanvoelt, niet geforceerd.

René Noel Schiemer,
Culinary Consultant (Duitsland)

Gen Z bereiken is niet altijd makkelijk, maar hun eetkeuzes laten zien wat ze belangrijk vinden. In de bedrijfshoreca laten ze traditionele lunchopties vaak links liggen en kiezen ze liever voor streetfoodgerechten of saladebowls. Door verse, visueel aantrekkelijke gerechten aan te bieden die aansluiten bij gezondheid of specifieke diëten, kun je deze generatie aanspreken.

Daarnaast is het belangrijk om te begrijpen wat lokaal leeft. Speel in op regionale voorkeuren met creatieve, toegankelijke gerechten. Zo vergroot je de kans om Gen Z echt voor je te winnen.

HOE ONTWERP JE HET PERFECTE MENU

DOOR Dino Bonačić

IN EEN GOED MENU KOMEN ARTISTIEKE VISIE EN ZAKELIJK INZICHT SAMEN. IN DIT ARTIKEL DELEN VIER CHEFS HUN EIGEN KIJK OP WAT EEN MENU SUCCESVOL MAAKT. VOLG HUN *stappen naar een perfect menu.*



Een menu samenstellen draait om het vinden van de juiste balans tussen creativiteit en rendement. Iedere horecazaak wil mooie smaken en actuele trends op de kaart zetten, zonder dat de kosten uit de hand lopen. Maar hoe kom je daar? Deze vier chef-koks van Unilever Food Solutions staan klaar om je te helpen.

Eric Chua,
Executive Chef (Singapore)

Het begint met luisteren naar je gasten. Begrijp wat ze zoeken en hoe ze eten. Een goed menu sluit aan op hun eemomenten en verwachtingen. Dat betekent ook dat je regelmatig je POS-data bekijkt en analyseert. Presteert een gerecht niet goed? Dan is het tijd om het aan te passen of te schrappen. Soms heb je eigenlijk een goed gerecht, maar is de prijs simpelweg te hoog.

Frank Olivarius Jakobsen, Head Chef & Culinary Advisor (Denemarken)

Zoek naar ingrediënten die veel variatie mogelijk maken en je voorbereidingstijd optimaliseren, zonder dat dit ten koste gaat van de

kwaliteit en smaak. Beperk het aantal ingrediënten en werk met hoogwaardige, professionele basisproducten die je op meerdere manieren kunt inzetten. Denk bijvoorbeeld aan aardappelschillen die je kunt verwerken tot puree, soep of schuim.

Creativiteit zit vaak in het combineren van producten. Door krachtige bouillons of basisingrediënten te gebruiken kun je unieke signature dishes ontwikkelen, terwijl de bereiding eenvoudig blijft. Een goed menu moet flexibel, efficiënt en inspirerend zijn. Zo kunnen chefs gerechten blijven vernieuwen zonder smaak, waarde of beleving te verliezen.

Joanne Limoanco-Gendrano,
Executive Chef (Filipijnen)

Bij menu-engineering is focus essentieel. Houd je kaart compact: liever tien tot vijftien sterke gerechten dan een enorm menu aanbieden. Een groot menu maakt je kwetsbaarder voor fouten, kostenoverschrijdingen en problemen in je voorraadbeheer. Met een kleinere kaart kun je de kwaliteit beter bewaken, winstgevend werken en sneller ingrijpen wanneer een gerecht minder goed verkoopt.

Thaís Gimenez,
Executive Chef (Brazilië)

Het ontwikkelen van een menu is altijd een evenwichtsspel tussen kosten, techniek en ingrediënten. Duurdere of exclusieve producten kunnen unieke ervaringen opleveren, maar werken met lokale, seizoensgebonden ingrediënten maakt een menu vaak rendabeler, zonder meteen in te leveren op verfijning. Ook data kan helpen om de ervaring te verbeteren. Als je weet wat gasten bestellen, welke voorkeuren en gewoontes ze hebben en hoe eerdere bezoeken zijn verlopen, kun je ze subtiele variaties of gepersonaliseerde gerechten aanbieden.

TOP TIPS VOOR PLATING

DOOR Rhys Thomas

WEET JE NIET GOED WAAR JE MOET BEGINNEN BIJ DE FINISHING TOUCH VAN EEN GERECHT? MET DEZE EENVOUDIGE, SNEL TOEPASBARE TIPS KOM JE *een stap dichterbij perfecte plating.*



DINER DESIGNED

Personaliseer met kleur en contrast

Krachtige kleuren trekken meteen de aandacht en geven een gerecht een moderne, shareable uitstraling. Trend-ingrediënten zoals kurkuma met zijn diepe geeloranje kleur, pistache met zachte groentinten of *hot honey* met een rijke amberglans tillen de visuele impact van een bord direct naar een hoger niveau. Deze ingrediënten voegen niet alleen smaak toe, maar fungeren ook als natuurlijke kleuraccenten. Daardoor springen gerechten eruit, zowel op tafel als op social media. Werk met gelaagde, contrasterende kleuren om een gerecht te creëren dat echt van het bord knalt.

Maak keuze zichtbaar op het bord

Personalisatie werkt het best wanneer het praktisch blijft. In plaats van extra opties in een gerecht te verbergen, kun je ze ook trots presenteren. Denk aan sauzen in kleine kannetjes, specerijenblends in schaalpjes en toppings in kleine kommetjes op een serveerplank. Zo kunnen gasten hun gerecht naar eigen smaak aanpassen en krijgt het gerecht tegelijk een sterke visuele beleving. Dat maakt de eetervaring extra memorabel.

BORDERLESS CUISINE

Speel met technieken en texturen

Combineer verschillende bereidingstechnieken op het bord. Denk aan houtskoolgegrilde proteïne met een romige saus, of knapperige gewokte groenten naast een zachte zoete aardappelpuree. Dit samenspel van texturen zorgt voor een spannend maar samenhangend gerecht. Tegelijk laat het zien hoeveel aandacht en vakmanschap er in elk bord zit.

Kies servies dat je verhaal versterkt

Serveer gerechten op servies dat aansluit bij de culturele oorsprong van je gerecht. Koreaanse bibimbap hoort bijvoorbeeld in een traditionele stenen dolsoot-kom, Indiase curry's in roestvrijstalen thali's en Italiaanse antipasti op houten planken. Mexicaanse salsa's en stoofgerechten horen thuis in traditionele *molcajetes*. Zulke details maken een gerecht authentiek en versterken de beleving voor de gast.



STREET FOOD COUTURE

De energie van de straat

Gasten zijn dol op het theatrale schouwspel van streetfood. Je hoeft maar even op TikTok of Instagram te scrollen om te zien hoeveel streetfoodgerechten viraal gaan door de spectaculaire bereiding. Probeer die energie naar je keuken te halen. Kook in het zicht van de gast en laat de sfeer van de houtskoolgrill, wok en satéspiesjes terugkomen. Verleid gasten door hen met een culinair schouwspel zoveel mogelijk bij het kookproces te betrekken.

Samen knoeien en delen

Streetfood draait om een ontspannen, informele sfeer. Dat maakt het ideaal voor gerechten om te delen. Een beetje knoeien mag! Ontwerp gerechten die gasten kunnen doorgeven, uit elkaar trekken of samen dippen. Die speelse, ongepolijste stijl is precies wat streetfood zo populair maakt.

CULINARY ROOTS

Toon je vakmanschap

Met techniek laat je je vakmanschap als chef zien. Laat daarom fermentatiepotten, grillstrepen, of botanische garnituren zichtbaar terugkomen in je zaak en op het bord. Dat maakt je gasten duidelijk hoeveel aandacht en ambacht er in hun gerecht zit. Het valt zeker op!

Ingrediënten als ster van je gerecht

Laat hero-ingrediënten herkenbaar blijven in plaats van ze volledig te verwerken. Zorg dat hun vorm, kleur en structuur duidelijk zichtbaar zijn op het bord, zeker bij lokaal geteelde, zeker als ze lokaal geteeld zijn of een traditionele rol in je keuken spelen. Zo blijft het gerecht trouw aan zijn oorsprong en krijgt de presentatie een authentieke uitstraling waarin zowel ingrediënten als traditie centraal staan.

HET VERHAAL ACHTER HET GERECHT

DE KRACHT VAN STORYTELLING

DOOR Dino Bonačić

GASTEN KIJKEN STEEDS VAKER VERDER DAN ALLEEN WAT ER OP HUN BORD LIGT. ZE WILLEN WETEN WAAR HUN GERECHT VANDAAN KOMT EN WAT HET VERHAAL ERACHTER IS. NU STORYTELLING EEN STEEDS BELANGRIJKERE ROL SPEELT IN DE HORECA, DELEN CHEFS VAN UNILEVER FOOD SOLUTIONS HUN INZICHTEN OVER HOE JE *een betekenisvolle band* SCHEPT MET JE GASTEN.



Achter creatieve gerechten zit bijna altijd een goed verhaal. Denk aan een recept dat al generaties lang wordt doorgegeven, een vernieuwende techniek die per toeval is ontdekt of een bereiding die hoort bij een belangrijke culturele feestdag.

Waar zulke verhalen vroeger vooral interessant waren voor een kleine groep liefhebbers, zijn ze nu een krachtig middel om een band op te bouwen met gasten, vooral met Gen-Z. Uit ons onderzoek blijkt dat deze generatie waarde hecht aan lokale, authentieke en betekenisvolle eetervaringen. Gerechten die laten zien waar ze vandaan komen en waar ze voor staan.

Daarom delen zes chefs van Unilever Food Solutions hun tips om storytelling een plek te geven in jouw keuken.

Verhalen door techniek door Eric Chua

Ingrediënten gebruiken om een verhaal te vertellen kan riskant zijn. Als ik bijvoorbeeld Australische wagyu benadruk en de leverancier het plots niet meer kan leveren, dan ontstaat er een probleem. Bij techniek is dat anders. Dat spreekt tot de verbeelding en geeft gasten direct een gevoel van smaak en beleving. Zelfs bij kant-en-klare gerechten of maaltijden uit productiekeukens beïnvloeden omschrijvingen van techniek hoe gasten een gerecht ervaren. Omschrijvingen als 'van de Josper-grill' of 'een 64-gradeneitje' roepen naast nieuwsgierigheid ook een beeld van precisie en vakmanschap op. Met storytelling over bijzondere technieken onderscheid je je niet alleen als merk, het zegt ook veel over je visie en de kwaliteit die je biedt.

Meer dan alleen de chef door Thaís Gimenez

In veel keukens dragen meerdere mensen met ideeën, ingrediënten en technieken bij aan gerechten, maar vaak krijgt alleen de chef-kok erkenning. Door de namen van verschillende teamleden naast hun gerechten te vermelden, samen met de herkomst van ingrediënten, voeg je emotie, authenticiteit en erkenning toe. Het laat gasten zien dat het hele keukenteam veel creativiteit en talent heeft, en maakt ze nieuwsgierig naar de persoon achter hun gerecht. Dat soort transparantie en waardering is een krachtige vorm van storytelling.

Een sprekende menukaart door Brandon Collins

Verhalen vertellen over eten is heel persoonlijk. Daarom zijn chefs er soms terughoudend mee. Het voelt alsof je de deur van je huiskamer openzet, want het gerecht vertegenwoordigt alles waar je aan hebt gewerkt.

Maar ook een menu moet persoonlijkheid uitstralen. Wanneer ik een menukaart lees, wil ik iets te weten komen over de chef erachter: hun invloeden, ervaring, persoonlijkheid of zelfvertrouwen. Dat zit niet alleen in het gerecht zelf, maar ook in hoe het beschreven wordt, de woordkeuze en zelfs de opbouw van het menu. Of het nu fine dining of fastfood is, storytelling – de stem van de chef – moet altijd aanwezig zijn.

De kracht van lokaal door Joanne Limoanco-Gendrano

Storytelling draait niet alleen om persoonlijke verhalen, ingrediënten of technieken. Ook lokale trots kan een krachtig verhaal vertellen. Gerechten met een duidelijke regionale signatuur raken vaak een snaar, omdat mensen hun eigen culinaire identiteit willen vieren.

Voor chefs met een andere culturele achtergrond kan de lokale keuken juist nieuwe inspiratie bieden. De kunst is om lokale smaken en tradities niet simpelweg te kopiëren, maar ze creatief te vertalen naar je eigen keuken. Zo blijf je relevant, terwijl je tegelijk je eigen culinaire verhaal blijft vertellen.

Transparantie, trends en eenvoud door Frank Jakobsen

Gasten willen weten wat er in hun eten zit, waarom het goed voor hen is en hoe het aansluit bij hun behoeften. Voor Gen-Z speelt storytelling zich vaak af via TikTok, muziek en visuele content. Zij verbinden eten met cultuur en gemak, en voelen zich aangetrokken tot gerechten die er goed uitzien, makkelijk te eten zijn en zich lenen om te delen. Duidelijke, eenvoudige taal werkt daarbij beter dan holle marketingtermen.

Doordacht en doorvoeld door Kenneth Cacho

Te veel menu's volgen trends klakkeloos of leunen op overdreven claims over de herkomst van ingrediënten zonder echte inhoud. Naast emotie en ingrediënten, kunnen ook culinaire klassiekers een rijke bron van storytelling zijn. Denk aan dubbel gefrituurde Koreaanse kip. Alleen al de techniek vertelt een verhaal van knapperigheid, wetenschap en traditie. Wanneer chefs zich verdiepen in temperatuur, zetmeel en textuur, ontstaan gerechten met consistentie en een ziel. Authenticiteit gecombineerd met techniek zorgt ervoor dat het verhaal niet alleen wordt verteld, maar ook voelbaar is in elke hap.



SOCIAL MEDIA DIE HONGERIG MAAKT

MET GUNGUN CHANDRA HANDAYANA

DOOR Ryan Cahill

VOOR VEEL CHEFS VOELT DE WERELD VAN SOCIAL MEDIA ALS EEN COMPLEET ANDERE WERELD. DEZE TOOLKIT GEEFT PRAKTISCHE TIPS OM *clicks om te zetten* IN KLANTEN.



Met meer dan 350.000 volgers alleen al op Instagram is chef Gungun Chandra Handayana een meester in de online foodwereld. Zijn rechttoe rechtaan maar informatieve stijl, gecombineerd met enorm aantrekkelijke gerechten, maakt hem een autoriteit op het gebied van foodcontent.

In een tijd waarin social media een zaak kan maken of breken, is het belangrijk om de juiste balans te vinden in je content. Hier deelt Gungun hoe hij social media effectief inzet en hoe jij dat ook kunt doen.

“Het maken van boeiende food-video's voor sociale media vereist aandacht voor elk detail, van stem tot beeld”, zegt Gungun. “Samen zorgen de volgende elementen ervoor dat een simpele foodvideo verandert in een krachtig verhaal dat kijkers aantrekt en de online aanwezigheid van chefs versterkt.”

1. De voice-over

“Een heldere, prettige en aansprekende voice-over zet meteen de toon en begeleidt de kijker met warmte en duidelijkheid door de video.”

2. Videothema

“Laat gerechten zien die momenteel trending zijn of viraal gaan. Door in te spelen op populaire menu-items vergroot je direct de relevantie en aantrekkingskracht van je video.”

3. Ondertitel of caption

“Houd de caption – je videobijschrift – beknopt en duidelijk, zodat de boodschap ook begrepen wordt wanneer iemand zonder geluid kijkt. Ondertitels moeten informatief zijn, maar ook nieuwsgierig maken.”

4. Trending audio

“Zet een populair nummer of trending audio onder je video. De combinatie van beeld en herkenbare muziek versterkt de emotionele band van je kijkers en vergroot de vindbaarheid van je video.”

5. Videolengte

“Met een maximale lengte van ongeveer 55 seconden zijn vooral de eerste drie seconden cruciaal om de aandacht te trekken. Die bepalen of kijkers blijven hangen tot het einde.”

6. Videocover

“Een consistente en visueel sterke videocover, compleet met herkenbare kleuren en typografie, versterkt je merkidentiteit.”

7. Videotitel

“Tot slot kan een clickbait-achtige titel die nieuwsgierigheid oproept het aantal views en interacties aanzienlijk vergroten.”

DORADE

MET SESAMSOJA-VINAIGRETTE,
ASPERGES, PAKSOI, TAUGE EN BOSUI





DORADE MET SESAMSOJA-VINAIGRETTE, ASPERGES, PAKSOI, TAUGÉ EN BOSUI

INGREDIËNTEN VOOR 10 PERSONEN

10 st doradefilets
zout & peper
olie
5 st mini paksoi
30 st groene asperges
1 bos lente-ui
200 g taugé
2 dl Hellmann's
Sesam Soy
Vinaigrette
5 g sesamzaad met
yuzu

BEREIDING VAN DE DORADE

- 1 Snijd de dorade filets in en kruid ze met zout en peper.
- 2 Bak de filets in wat olie krokant op de velkant.

BEREIDING VAN DE GROENTEN

- 3 Maak de paksoi schoon en snijd ze in gewenste vorm.
- 4 Snijd de asperges in schuine plakjes en de lente-ui in ringetjes.
- 5 Bak de groenten op hoog vuur in weinig olie en kruid ze met wat peper.
- 6 Blus ze af met een beetje vinaigrette.

OPMAAK

- 7 Verdeel de Doradefilets samen met de groenten op de borden.
- 8 Maak ze af met de rest van de vinaigrette en sesamzaadjes.



Kijk op **onze website** voor
meer nuttige informatie.
Scan de QR-code.



Unilever
Food
Solutions