

De menukaart is het visitekaartje van het restaurant. Een verzorgde, duidelijke,... kaart draagt bij tot het ontstaan van een tevreden, en dus terugkerend cliënteel, dat gunstig spreekt over uw zaak. Maar een uitgekiend opstellen ervan draagt ook op meer rechtstreekse wijze bij aan het stijgen van de winst. 80 % van het omzetvolume wordt namelijk gerealiseerd door 20 % van de items op de menukaart, blijkt uit analyses. Het is dan ook in het belang van de restaurateur dat deze meest winstgevende items gunstig op de kaart zijn gepositioneerd.

# MENU-ENGINEERING

## Focus op de menukaart

AUTEUR & FOTO'S KOEN VANDEPOPULIERE



Gino Vermeulen.



Kevin Strubbe.

'Menu engineering' is een hulpmiddel bij het bepalen welke gerechten op de kaart het beste bijdragen aan de wensen van de gasten én aan de ondernemerwinst, en welke ingrepen mogelijk zijn om nog beter tegemoet te komen aan die wensen. Aspecten die hierin een rol spelen, zijn foodcost- en arbeidskostberekening, prijszetting, maken van prognoses, stellen van normen, en nog veel meer.

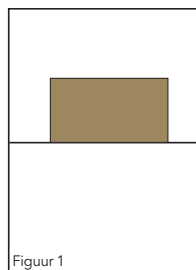
### DE EERSTE INDRUK

De menukaart is één van de items die bij menu-engineering onder de loep wordt genomen. In dit artikel besteden we er bijzondere aandacht aan. Horecaconsultant Gino Vermeulen: "Er zijn veel restaurants die enorme budgetten besteden aan het interieur maar de kaart verwaarlozen. Dat is jammer, want de menukaart is als het ware het visitekaartje van de zaak. Ze moet dan ook feilloos zijn. Vlekken, kreukken,... zijn uit den boze." Ook spelfouten in de menukaart maken een heel amateuristische indruk. Horecaconsultant Kevin Strubbe zegt het als volgt: "Zoek eventuele twijfelgevallen op, of laat de kaart nalezen door iemand anders. Soms maken de ligging van de zaak of de gasten die er over de vloer komen, het nodig de menukaart te vertalen; let er goed op dat ook dan geen fouten in de kaart staan. Daar bestaan geen excuses meer voor: we hebben woordenboeken en het internet om ons verder te helpen, en vertaalbureau's zijn best betaalbaar voor dergelijke zaken." Best heeft de menukaart 2 à 3 luiden, maar ook een type zonder plooi is mogelijk, meldt Vermeulen. Een boekje, zoals vroeger, vindt hij niet meer kunnen.

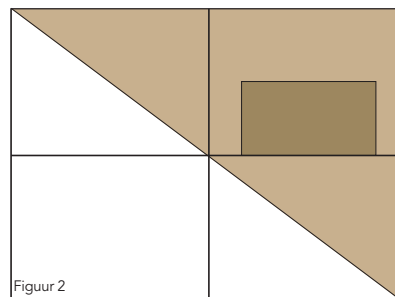
### DUIDELIJK TOP!

Voor alles, zeggen de consultants, moet de kaart duidelijk zijn. Gino Vermeulen: "Gebruik zwarte inkt, en voor het overige zachte kleuren. Zorg ook voor een duidelijk leesbaar lettertype: ideaal vind ik 'Schoolbook', met tekengrootte 14. En als het menu of de kaart ook buiten wordt geafficheerd, moet daarvoor een grotere tekengrootte worden gebruikt. Overigens is een vlot leesbaar lettertype voor een ouder publiek van bijzonder belang." Kevin Strubbe: "In dat verband moet ook rekening worden gehouden met het feit dat restaurateurs steeds vaker sfeerverlichting gebruiken. Dat is goed, maar dan moet er wel

rekening mee worden gehouden dat het daardoor moeilijker wordt de menukaart te lezen, vooral voor oudere mensen. Wat eveneens steeds vaker voorvalt, is dat klanten thuis hun leesbril vergeten. Er zijn restaurants die daarop inspelen door een leuk doosje te voorzien met vijf leesbrillen van verschillende sterktes." Zorg eveneens voor een logische opbouw van de menukaart. "Vaak ziet u bijvoorbeeld vlak na de aperitieven de digestieven staan, maar uiteraard denkt uw gast daar op dat moment nog niet aan. Plaats uw digestieven liever bij de nagerechten of naast de koffie's", zegt Strubbe. "En gebruik niet te veel vaktermen. 'Wat de boer niet kent, eet hij niet': deze uitdrukking gaat ook hier op. Kies evenmin vage omschrijvingen voor de gerechten, maar zorg ervoor dat uw gasten duidelijk weten wat ze kunnen verwachten. Vermijd dus 'vispannetje', 'nagerechtpalletje' of 'scampi van de chef': de gasten weten dan niet wat ze gaan krijgen. Maar op elke regel zijn er uitzonderingen; ook op deze. Als u namelijk een excellente en getrainde bediening heeft die op een fijne en duidelijke manier de gerechten aan de gasten uitlegt, kan u zich permitteren wat minder veelzeggende omschrijvingen te gebruiken." Gino Vermeulen meldt dat extra toelichting bij gerechten, desgewenst, ook kan gebeuren met, bijvoorbeeld, een sterretje naast een ingrediënt, waaromtrent dan in de index meer uitleg is te vinden. "Daar kan dan bijvoorbeeld de origine van het product worden toegelicht. Vandaag is dergelijke extra duiding belangrijker dan vroeger. De klanten zijn tegenwoordig namelijk heel goed geïnformeerd, door informatie die hen door tal van media wordt aangereikt. Vroeger wilden ze gewoon een goed stuk vlees, maar vandaag willen ze ook de herkomst kennen, en weten hoe het is gekweekt." Ook is duidelijkheid vereist ten aanzien van vegetariërs. Kevin Strubbe: "Hun aantal is de laatste jaren erg gegroeid. Plaats dus bij de voorgerechten, soepen, hoofdgerechten, pasta's, ... telkens een creatief vegetarisch gerecht, en duid ze aan met een symbooltje, bijvoorbeeld een kropje sla. Of maak een afzonderlijke rubriek met vegetarische gerechten."



Figuur 1: Menukaart met één luid. Onderzoek wees uit dat de donkergrijze zone deze is die het meest de aandacht trekt van de gast. (Met dank aan: Gino Vermeulen)



Figuur 2: Menukaart met twee luiden. De donkergrijze zone is deze die het meest de aandacht trekt van de gast. Daarna volgt de lichtgrijze zone, en pas dan het witte gebied. (Met dank aan: Gino Vermeulen)