



MyFoodWorks

MENU SUCCESGIDS 2025

**MEER MARGE, LAGERE FOODCOST
& BETERE GASTSTURING**

**EEN PRAKTISCHE GIDS
VAN MYFOODWORKS.NL**

WWW.MYFOODWORKS.NL

INHOUDSOPGAVE

Introductie	03
Hoofdstuk I De stand van de horeca in 2025 Veelgemaakte fouten in menukaarten	04
Hoofdstuk II Psychologie van de menukaart	06
Hoofdstuk III Strategie: indeling in Winnaars, Slapers & Verliezers Rekenvoorbeeld: wat levert het op? Mini-case: praktijkvoorbeeld uit de horeca	08
Hoofdstuk IV Mijn aanpak stap voor stap Jouw pakketkeuze: Basic, Pro & Premium	10
Conclusie	12

INTRODUCTIE



Welkom!

Ik ben Roan Verhoef, freelance kok en oprichter van MyFoodWorks.nl.

Al 10 jaar lang werk ik in en met de horeca. Ik heb van binnenuit gezien hoe uitdagend dit vak kan zijn: stijgende kosten, personeelstekorten, volle agenda's en gasten die steeds prijsgevoeliger worden.

Tegelijkertijd zie ik dat er in bijna elke horecazaak verborgen winst ligt. Vaak niet in méér gasten of hogere prijzen, maar in het slimmer inzetten van wat je al hebt: jouw menukaart.

[@myfoodworks_nl](https://www.myfoodworks.nl)

Met MyFoodWorks help ik horecaondernemers meer grip te krijgen op hun menu, marges en processen. Mijn aanpak is praktisch, resultaatgericht en altijd direct toepasbaar.

👉 In dit e-book ontdek je:

- Welke fouten veel ondernemers ongemerkt maken met hun kaart.
- Hoe psychologische trucjes gasten sturen naar de juiste keuzes.
- Hoe een simpele herindeling duizenden euro's extra kan opleveren.
- En hoe ik jou kan helpen om dit concreet te maken voor jouw zaak.

DE STAND VAN DE HORECA IN 2025

De horeca is volop in beweging. Uit cijfers van het CBS blijkt dat de horeca-omzet in 2024 met 5,4% groeide, maar het volume daalde met 0,5%.

Dat betekent: er zijn minder gasten, maar ze betalen meer.

Volgens een sectoranalyse van Rabobank zijn er in 2024 ruim 1.200 horecabedrijven verdwenen en worden er in 2025 450 faillissementen verwacht. Personeelstekort blijft nijpend: in 2023 waren er 517.000 horecabanen, maar het aantal studenten in horecaopleidingen daalde met 5%.



Daarnaast geven ondernemers aan dat hun grootste uitdagingen zijn:

- Personeelstekorten (34%)
- Te hoge kosten voor inkoop en energie
- Te weinig grip op marges en foodcost

Conclusie: Je kunt prijzen niet onbeperkt verhogen. De oplossing zit in slimmer sturen op je menu. Daar ligt de directe winst die je zaak gezond kan houden.

VEELGEMAAKTE FOUTEN IN MENUKAARTEN

Veel horecazaken laten geld liggen zonder het te weten. Uit onderzoek van KHN blijkt dat 30–40% van de gerechten nauwelijks bijdraagt aan de winst.

De 4 grootste fouten:

Te veel gerechten → gasten raken keuzestress kwijt en kiezen sneller goedkoop. Onderzoek van Harvard Business Review noemt dit “choice overload”.

Geen inzicht in foodcost → zonder exacte berekeningen blijven verliesgevende gerechten op de kaart staan. Eén verkeerd gerecht kan je duizenden euro's per jaar kosten.

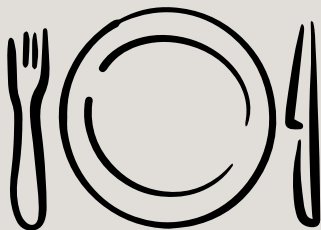
Onzichtbare toppers → winstgevende gerechten staan vaak onderaan de kaart, waar gasten nauwelijks kijken.

Geen prijspsychologie → prijzen met €-tekens ogen duurder. Cornell University toonde aan dat gasten daardoor gemiddeld 8% minder besteden.

Checklist –

Hoe gezond is jouw kaart?

- Weet jij welk gerecht de meeste brutowinst oplevert?
- Heb jij verliesgevende gerechten geïdentificeerd?
- Staat jouw toptopper op een prominente plek in je kaart?

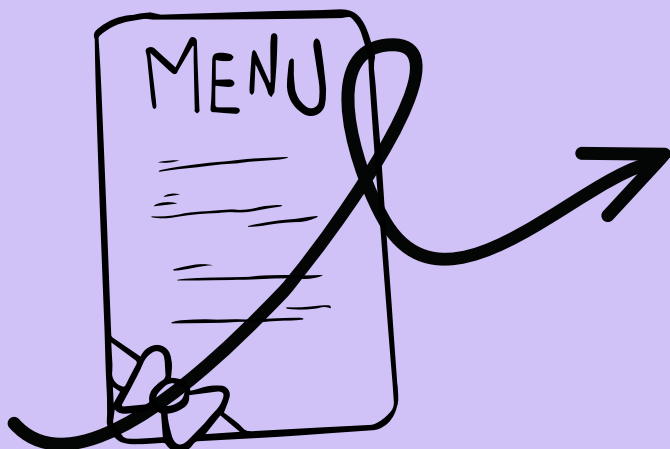


PSYCHOLOGIE VAN DE MENUKAART I

Je menukaart is méér dan een lijst gerechten. Het is een marketinginstrument.

- Eye-tracking zones: uit oogbewegingsonderzoek blijkt dat gasten het eerst kijken naar rechtsboven en de eerste positie in een categorie. Zet hier je winnaars.
- Highlighting: een kader, icoon of chef's tip kan de verkoop van een gerecht met 20–30% verhogen (Cornell University).
- Structuur: een logische indeling (voorgerechten – hoofdgerechten – specials) geeft rust en overzicht, waardoor gasten meer besteden.

💡 Tip uit de praktijk: Ik zag bij een klant dat een gerecht simpelweg door een kader te plaatsen, 25% meer verkocht werd. De foodcost was laag en de marge hoog → €600 extra winst in een maand.



PSYCHOLOGIE VAN DE MENUKAART II

Naast layout speelt ook tekst en prijs een enorme rol.

- Prijspsychologie: vermijd €-tekens en komma's. "14" voelt goedkoper dan "€14,00".
- Contrastwerking: plaats een duur gerecht bovenaan. Daardoor lijken andere opties aantrekkelijker.
- Beschrijving: "Romige huisgemaakte pasta met verse basilicum" verkoopt beter dan "Pasta roomsaus".

Onderzoek van de American Psychological Association toont aan dat creatieve omschrijvingen de verkoop met 27% verhogen.

👉 Psychologie kost niets, maar levert direct meer omzet en marge op.

Beschrijvende ingrediënten verhogen de waardeperceptie **Gebruik afgeronde prijzen**, geen decimalen of valutatekens **Zet je bijgerechten** in de rechterbovenhoek om extra op te vallen

MENU

VOORGERECHTEN

Aardbeving van de elaf

Tartaar van Brits rundsvlees 11

Engelse mosterd
Gerookte prei
Kappertjes
Avocado

Aardbeving van de elaf

Gerookte zalm uit Lock Fyne 12

Zuiderse crostini
Roomblaas
Rooijde gemauwde in citroen
Dille

Aardbeving van de elaf

Rode bieten gegluurd in rode wijn 9

Gekonfijte walnoten
Volencay-kas
Sjalotten
Bieslook

OM TE DELEN

Aardbeving van de elaf

Kroketten van kip 7

Ham
Parmigiano Reggiano Aal

Schotel met koude mezze 10

Hummus van rode bieten in het wit gerijpte feta
Phadovod
Tabouleh

Antipasti van gegrilde groenten 11

Seleroegroenten
Pancetta
Olijven

BIJGERECHTEN

Triple-cooked frieten 5

Aardappelpuree 4

Zoete aardappelfrietjes 5

Spinazie met boter 4

Sperziebonen 3

Groene salade 4

Brood met boter 4

STRATEGIE: INDELING VAN JE KAART

Bij MyFoodWorks werk ik altijd met een duidelijke indeling:

Winnaars → hoge marge, hoge populariteit.

Hardlopers → populaire gerechten met te lage marge.

Slapers → weinig verkocht, maar wel goede marge.

Verliezers → lage marge én lage populariteit.

Wat je doet:

Winnaars: uitlichten en promoten.

Hardlopers: marge verbeteren (andere porties/ingrediënten).

Slapers: actiever promoten of herpositioneren.

Verliezers: schrappen van de kaart.

Deze methode, gebaseerd op menu engineering en ABC-analyse, geeft direct inzicht in waar je winst ligt (Ivanenko et al., 2022).



MENU

REKENVOORBEELD

Stel:

- **Steak:** verkoopprijs €21, foodcost €9 → marge €12 × 50 stuks = €600 marge.
- **Pasta:** verkoopprijs €14, foodcost €6 → marge €8 × 20 stuks = €160 marge.

Door de steak te highlighten verkoop je 70 stuks i.p.v. 50.



Resultaat:

Extra marge per maand: €240
Op jaarbasis: €2.880 extra winst
En dat op slechts één gerecht!



Mini-opdracht:

Pak nu zelf 3 gerechten van je kaart en noteer: verkoopprijs, foodcost, marge en verkoopaantallen. Welke verrassing kom je tegen?



MINI-CASE: PRAKTIJKVOORBEELD

In 2024 werkte ik met een middelgroot restaurant in Utrecht. Hun kaart had 42 gerechten, waarvan er 15 verliesgevend waren.

Wat we deden:

- 5 verliesgevende gerechten verwijderen.
- 3 winnaars highlighten met kaders en betere plaatsing.
- Prijpsychologie toepassen (geen €-tekens).

Resultaat na 3 maanden:

- 9% lagere foodcost.
- +€1.500 extra brutowinst per maand.
- Gasten gaven in reviews aan dat de kaart “duidelijker en aantrekkelijker” was.



MIJN AANPAK STAP VOOR STAP

Mijn aanpak is altijd persoonlijk en praktisch:

1. **Intake** – we verzamelen verkoopcijfers, marges en menukaart.
2. **Analyse per gerecht** – inzicht in omzet, marge en foodcost.
3. **Indeling in Winnaars, Hardlopers, Slapers, Verliezers.**
4. **Psychologische review** – waar sturen we gasten naar toe?
5. **Adviesrapport op maat** – overzicht met concrete acties.
6. **Implementatie & opvolging** – samen zorgen dat het werkt.



💡 Kernwaarden van MyFoodWorks:

Praktisch toepasbaar – je kunt er direct mee aan de slag.

Resultaatgericht – meten is weten.

Transparant – geen verborgen aannames, alleen heldere cijfers.

JOUW PAKKETKEUZE

Vergelijk de inhoud van onze pakketten						
Onze pakketten voor restaurants zijn gericht op je à-la-carte menukaart. Je kiest zelf hoe diep je analyse wil: alleen verkoopcijfers en brutowinst, of ook foodcost, psychologie en keukenoptimalisatie.						
	Basic	Pro	Premium			
 Verkoopanalyse per gerecht	✓	✓	✓			
 Indeling Winnaars/Verliezers	✓	✓	✓			
 Foodcost & margedata	✗	✓	✓			
 Portieadvies & inkoopoptimalisatie	✗	✓	✓			
 Menukaartpsychologie & structuur	✗	✗	✓			
 Keuken- & procesadvies	✗	✗	✓			
 Periode analyse	1 kwartaal	1 kwartaal	2 kwartalen			

Basic – Menu Starter

- ✓ Verkoopanalyse + foodcost
- ✓ Indeling Winnaars/Verliezers
 - ✓ Menustructuur advies
 - ✓ Rapport per kwartaal

Pro – Marge Versneller

- ✓ Alles uit Basic
- ✓ Diepe foodcost/marge-analyse
- ✓ Inkoopadvies & portiecontrole
 - ✓ Rapport per kwartaal

Premium – Strategische Groei

- ✓ Alles uit Pro
- ✓ Psychologische menustrategie
- ✓ ABC-analyse + strategisch advies
 - ✓ Rapport 2x per kwartaal

CONCLUSIE

CHECK JEZELF!

Wat zijn je 3 bestverkopende gerechten?
Welk gerecht levert de hoogste brutowinst?
Welk gerecht kost je onnodig marge?

☛ Weet je dit niet zeker? Vraag mijn gratis vrijblijvend advies aan via [MyFoodWorks.nl](https://myfoodworks.nl). Binnen 1 dag laat ik je zien waar jouw kansen liggen.

Actie:

- 🔗 Ga naar [MyFoodWorks.nl](https://myfoodworks.nl) en plan je intake.
- 📍 Of mail je vraag naar info@myfoodworks.nl

