* **Wat word er bedoeld met unieke concepten?**

Één concept, één bedrijf. Exclusief willen zijn. Eventueel één specifiek doelgroep

* **Concepten en bedrijven**

Branding en concept gaan altijd samen. Branding zorgt voor het uiterlijk, maar ook het innerlijke. Aankomende trends zijn belangrijk voor bedrijven om nieuwe gasten te werven. Voorbeeld bedrijven: avocado show en compagnon

* **Hyper specialiteit**

Naast veel bekende specialisten in een bepaald foodproduct zoals, ijssalons en pizzeria’s worden bestaande producten ook steeds meer specifieker en uitgebreider aangeboden door kleine ondernemingen die zich doelgericht hierop storten. Een goed voorbeeld hiervan is Jacketz in Amsterdam die zich helemaal richt op baked potatoes.

Voor de gasten van zulke kleine restaurantjes is de belevenis veelzijdig doordat een specifiek product met een verscheidenheid aan smaak en mogelijkheden gepresenteerd kan worden. Bij reguliere restaurants is dit vaak onmogelijk omdat die vaak maar één item van elk soort product op het menu heeft staan.

* **Pop up restaurants**

Het concept is niet nieuw maar laat zich tegenwoordig steeds meer zien door horecaondernemers die de producten naar de vraag brengen, anders dan dat een gevestigd restaurant bezoekers moet blijven aantrekken. Nu komt de horeca naar de mens toe.

Op deze manier is het zeer aantrekkelijk voor gasten om tijdelijk iets nieuws uit te proberen, en voor de ondernemer is dit voordelig doordat de overgang na het piekmoment de ondernemer weer in staat stelt te verplaatsen naar waar de vraag het hoogst is.

* **Foodhallen en foodtrucks**

Je ziet ze steeds vaker tevoorschijn komen en dat geeft goed aan wat de populariteit van een foodhal is. Hier kun je als ondernemer met een specialiteit een significante toevoeging maken aan het assortiment van een foodhal. Hierdoor krijgen bezoekers van [foodhallen](http://foodhallen.nl/) een steeds breder aanbod van specifieke delicatessen.

* **Branding**

De enige serieuze branding die tot voorheen werd gedaan kwam van bekende koffie leveranciers, deze lieten de horecaondernemers tegen een goedkope prijs ook hun koffieservies afnemen, naast hun aankopen in koffiebonen. De meeste kent men wel zoals Segafredo, Illy en Rode Pelikaan.

Maar nu lijken de rollen steeds verder omgedraaid te worden, de ondernemers zetten hun [branding op het servies](https://www.rikegroup.com/), glazen, koffiekopjes, servetten en ga zo maar door. Ook de designs van omliggende producten zoals de menukaarten laten een steeds creatievere design zien.

* **Pas wel op met jouw concept!**