

# De nieuwe wereld van eten en drinken!

Als mensen op een flexibelere manier gaan werken, verandert de functie van kantoren. Dit heeft gevolgen voor de manier waarop eten en drinken in een organisatie worden aangeboden. Heeft het traditionele bedrijfsrestaurant zijn houdbaarheidsdatum bereikt? En zo ja, hoe ziet de nieuwe wereld van eten en drinken er dan uit? **MARIEKE WEERTS EN MARIELLE HINTZEN \***

**I**n steeds meer publicaties wordt voorspeld dat het 'oude bedrijfsrestaurant' zijn langste tijd heeft gehad en op termijn zal verdwijnen. Een verandering die te maken heeft met de nieuwe manieren waarop mensen gaan werken. Is dat werkelijk zo en zo ja, wat betekent dat voor de facilitaire ondersteuning in een gebouw? Dit artikel biedt een blik op de nieuwe wereld van eten en drinken binnen een bedrijfsmatige omgeving. Wat wordt er gevraagd van de facilitaire afdeling om deze nieuwe wereld te kunnen omarmen? En hoe realiseer je restauratieve voorzieningen die beter aansluiten bij de toekomstige wijze van werken en de behoefte van medewerkers?

## Wensen/behoefte veranderen

Het is niet meer vanzelfsprekend dat medewerkers hun dagen alleen maar doorbrengen binnen de organisatie waar zij werken. Niet alleen zijn ze mobieler (werken gebeurt thuis, bij de klant, onderweg, op kantoor, in een coffeeshop) maar ze delen hun werk ook veel flexibeler in. Enerzijds wordt dit veroorzaakt door de toegenomen filedruk of de gezinssituatie. Anderzijds wordt deze ontwikkeling geïnitieerd door flexibele werkomgevingen. Vijf dagen per week naar kantoor afreizen om te werken komt steeds minder vaak voor. Het kantoor wordt wel steeds meer een ontmoetingsplaats, waar projectteams samenkomen voor brainstormsessies en overleg, waar relaties en klanten worden uitgenodigd voor

besprekingen, kennismakingsafspraken enzovoort.

Daarmee neemt de behoefte aan een speciale ruimte waar men kan samenkomen om de lunch te nuttigen af, aangezien deze ontmoetingen gedurende de gehele dag plaatsvinden.

bedrijfsrestaurant gebruikt maar ook als **ontmoetingsruimte**. Door de combinatie van deze activiteiten worden kostbare vierkante meters bespaard.

» **Commerciële(re) concepten** met een hoge mate van flexibiliteit wor-

## De 'traditionele lunchcultuur' dient te worden losgelaten

Medewerkers werken in andere patronen en stemmen hun behoefte aan eten en drinken af op het moment dat het hen het beste uitkomt.

Door deze structurele verandering in het consumptiepatroon dient de 'traditionele lunchcultuur' te worden losgelaten.

### Nieuwe voorzieningen

Het veranderende werk en het veranderende consumptiepatroon van kantoorwerkers hebben tot gevolg dat er nieuwe restauratieve voorzieningen gecreëerd moeten worden. Bij het uitdenken van die nieuwe voorzieningen is het goed rekening te houden met de volgende zaken.

- » **Langere openingstijden** van de restauratieve voorzieningen die zijn afgestemd op met name de werktijden en werkdagen van de medewerkers.
- » Eén of meerdere voorzieningen in een **multifunctionele omgeving**. De ruimte wordt niet meer primair als

den ingezet om te kunnen inspelen op de diverse eetmomenten en behoeften gedurende de dag.

- » **Een beperkter aanbod aan assortiment** dat meer is afgestemd op het tijdstip van de dag en de continue veranderende behoefte van de medewerkers.
- » Een **assortiment** met een **goede prijs-kwaliteitverhouding**. Bij meer commerciële(re) voorzieningen kunnen ook meer commerciële verkoopprijzen worden gehanteerd (het assortiment moet echter wel betaalbaar en aantrekkelijk blijven voor de medewerkers).
- » Een voorziening op een **locatie** waar de **meeste traffic** is. In vele gevallen is dit in de nabijheid van de in- en uitgang van een gebouw, **maar in ieder geval op de begane grond**.

### Bedrijfscultuur

Het streven naar voorzieningen die zowel aansluiten bij de wensen van de

organisatie als voldoen aan de behoeften van de medewerkers is vanzelfsprekend het doel. Om dit doel te bereiken moet voorafgaand aan de invoering van een nieuw concept zorgvuldig worden nagegaan wat de specifieke kenmerken van de organisatie zijn en welk doel de organisatie heeft met betrekking tot deze nieuwe voorzieningen. Onderstaande stappen worden hierbij genomen:

- » stel de uitgangspunten en randvoorwaarden vast;
- » stel de kwalitatieve, sociale, personele en financiële doestellingen vast;
- » breng de diverse doelgroepen en gebruiksmomenten van de organisatie in kaart;
- » breng de concurrentie in de nabije omgeving in kaart;
- » specificeer aan welke specifieke voorzieningen er behoefte is (interne vraag versus reeds aanwezige aanbod in externe omgeving);
- » specificeer aan welke kenmerken de voorziening moet voldoen (type assortiment, openingstijden, kwaliteit, uitstraling, en dergelijke).

Bij het vaststellen van het meest passende concept gaat het met name om het bepalen van de contouren van het concept. Daarna kan gezocht worden

groot zijn en het kan de nodige investeringen noodzakelijk maken. Als een organisatie, met het oog op de benodigde investeringen, besluit om

## Een nieuwe lunchvoorziening moet komen op een locatie waar de meeste traffic is

naar een partner die het concept op de beste wijze kan exploiteren. Let wel bij het maken van keuzes op de mogelijkheden voor de toekomstige partner om een gezonde exploitatie te kunnen runnen.

### Effect op het gebouw

Voorwaarde voor het slagen van de nieuwe restauratieve voorzieningen is, zoals al eerder beschreven, dat een locatie wordt gebruikt waar veel mensen voorbijkomen (traffic). Op zich is dit een eenvoudige voorwaarde, maar de impact voor een organisatie kan erg

‘gewoon’ de locatie van het huidige restaurant te gebruiken, ook al voldoet deze niet aan het eerder gestelde criterium, heeft dit direct effect op het succes van de exploitatie van de voorziening en het bedrijfseconomische resultaat.

Afhankelijk van het concept kan bepaald worden hoeveel vierkante meters nodig zijn (zowel voor als achter de schermen).

Daarbij moet tegelijk ook worden nagegaan of de overige voorzieningen, zoals vergaderservice en extra activiteiten, ook vanuit de nieuwe locatie ver- »





## Traditioneel restaurant of eten en drinken nieuwe stijl?

Wie overweegt het traditionele bedrijfsrestaurant in te ruilen voor een nieuwe wereld van eten en drinken, doet er goed aan stil te staan bij de volgende punten.

### » **Onderscheidend vermogen organisatie**

Wilt u met uw organisatie onderscheidend zijn m.b.t. de invulling van de restauratieve voorzieningen en zo bijvoorbeeld de nieuwe generatie medewerkers aan u binden? Organisaties willen hun medewerkers, als secundaire arbeidsvoorwaarde, steeds meer een professioneel cateringproduct aanbieden passend bij de huidige wijze van werken en inspeland op de huidige trends.

### » **Veranderende relatief partnership**

Hoe meer een organisatie zich faciliterend opstelt naar de leverancier (in plaats van precies aan te geven wat de leverancier moet doen), hoe meer vrijheid de leverancier krijgt om de restauratieve voorzieningen naar eigen goeddunken te exploiteren en hoe meer (financiële) risico's bij de leverancier neergelegd kunnen worden. De kwaliteit wordt in belangrijke mate afgelezen aan de proactieve houding van de leverancier. Een optimale wijze van partnership tussen organisatie en leverancier wordt beïnvloed door de mate van invloed die de organisatie wil hebben in het cateringconcept.

### » **Mate van inspraak en invloed op assortiment en prijzen neemt af**

Bij de commerciële(re) contracten is de leverancier verantwoordelijk voor zijn eigen exploitatie. Dat heeft voordelen voor de opdrachtgever maar hierdoor nemen de (mede)zeggenschap en de invloed af op zaken als het assortiment, de prijzen, maar ook bijvoorbeeld de openingstijden.

### » **Grip op de exploitatie in zijn geheel neemt af**

De exploitatie van de restauratieve voorzieningen ligt bij de leverancier waardoor de organisatie weinig tot geen grip meer heeft. Er dient hier een grote mate van vertrouwen te zijn tussen leverancier en organisatie.

### » **Weerstand door andere prijzen**

Bij een commerciële(re) exploitatie behoort een andere prijsstelling. Er worden andere prijzen gehanteerd, maar er worden ook kwalitatief hoogwaardige producten verkocht. Dat kan bij medewerkers weerstand oproepen. Kennis van de behoefte en communicatie zijn hier de sleutelwoorden.

### » **Bereidheid tot investeren**

Een organisatie moet bereid zijn tot investeringen in voorzieningen (met name de hardware). Echter bij commerciële(re) contracten dient u zich te realiseren dat de cateringkosten voor het bedrijfsrestaurant per pandbewoner zullen afnemen. In de meeste gevallen kan een leverancier de voorzieningen ten minste kostenneutraal exploiteren. In sommige gevallen is ook de leverancier bereid tot het (mede)investeren in de voorzieningen.

### » **Mate van concurrentie**

Om het welslagen van het nieuwe concept te garanderen dient een omgevingsanalyse te worden gemaakt waarbij de mate van concurrentie in de nabije omgeving van de organisatie in kaart wordt gebracht. Is de concurrentie groot, doordat de organisatie bijvoorbeeld in het stadscentrum ligt, dan moet hier rekening mee worden gehouden in het concept.

nodig – krachtstroom geleverd worden, wat zijn de mogelijkheden voor de aan- en afvoer van water, is afzuiging mogelijk, kunnen de ruimten voldoende worden geventileerd?).

Wie vooraf gepaste aandacht aan deze vraagstukken geeft, kan een nauwkeurige inschatting maken van de vereiste investeringen om de locatie binnen het gebouw gereed te maken voor het nieuwe concept.

### En de leverancier?

Daarnaast speelt er nog een belangrijke vraag. Een vraag die te maken heeft met de dienstverlener die wordt ingehuurd. De vraag luidt: wordt de nieuwe koers samen met de huidige dienstverlener/leverancier uitgezet of wordt de implementatie van het nieuwe concept gekoppeld aan een aanbesteding voor een nieuwe partner?

Hoe dan ook, in de nieuwe wereld van eten en drinken krijgt een organisatie te maken met een andere manier waarop de restauratieve voorzieningen worden ingericht en verzorgd. Natuurlijk mag een organisatie bepaalde zaken verlangen van een leverancier. Echter, de leverancier heeft wel meer vrijheden nodig (misschien wel *alle* vrijheid?) om de voorzieningen optimaal te kunnen exploiteren. Een horecamatige exploitatie ligt hierbij meer voor de hand dan een traditionele wijze van exploiteren.

Afhankelijk van de overige voorzieningen (vergaderservice, extra activiteiten, etc.) en de doelstellingen van de organisatie kan een nieuwe partner ook worden gevonden buiten de bekende (bedrijfs)caterers om. Denk hierbij aan (bekende) horeca-, fastservice- of franchiseformules die misschien ook goed aansluiten bij de conceptgedachte van uw organisatie. «



\* Marieke Weerts is adviseur bij HTC Concepts ([www.htcconcepts.nl](http://www.htcconcepts.nl)). Mariëlle Hintzen is senior adviseur bij HTC Advies ([htcadvies.nl](http://htcadvies.nl)).

zorgd gaan worden. Bij deze keuze spelen investeringen enerzijds en efficiënte inzet van personeel anderzijds een belangrijke rol. Belangrijk om te weten is dat met de nieuwe conceptgedachte minder vierkante meters nodig zijn dan bij het traditionele bedrijfsrestaurant, zelfs als de vergaderservice en

extra activiteiten vanuit deze locatie verzorgd gaan worden. Met deze informatie op zak kan er worden gezocht naar de beste locatie binnen het pand. Vergeet hierbij ook de technische (on)mogelijkheden van de locatie niet (bijvoorbeeld: is er stroom beschikbaar, kan er – indien