



VAN CATERING NAAR FACILITAIRE HORECA  
Economische en Maatschappelijke Ontwikkelingen  
en het Effect op Contractcatering

### **Van catering naar facilitaire horeca**

De huidige coronacrisis heeft verregaande gevolgen voor de cateringbranche. Economische en maatschappelijke ontwikkelingen volgen elkaar snel op en het perspectief is lastig te vinden.

In dit working paper gaan we in op actuele aspecten van catering als onderdeel van facilitaire dienstverlening. Deze dienst maakt een grote verandering door vanwege de gewijzigde behoeften en doelstellingen van de markt anno 2021. Ondernemerscoöperatie Iloff – facilitaire horeca specialisten deelt in dit stuk de visie van haar leden op deze ontwikkelingen.

#### Welke ontwikkeling zien we?

Bij opdrachtgevers uit het facilitaire werkveld is catering een belangrijk onderdeel van de totale dienstverlening. Daarmee kunnen werkgevers het verschil maken, het voegt toe aan de identiteit en uitstraling naar medewerkers en de markt waarin zij zich begeven.

De gastvrijheid, het eten en drinken binnen deze organisaties draagt zo bij aan de doelstellingen van hun primaire proces, de core business. Die waardevolle bijdrage maakt het verschil tussen catering en 'facilitaire horeca'. Met de tips aan het einde van dit stuk willen wij catering als onderdeel van facilitaire dienstverlening helpen deze stap te maken.

## Sociaal contact als menselijke behoefte

We leven in een tijdperk waarin onzekerheid en gezondheid centraal staan en zijn daarom op zoek naar veiligheid en zekerheid. Dit zoeken we als individu in organisaties zoals onze sociale- of werkomgeving. Met misschien wel meer dan ooit behoefte aan sociaal contact en aan saamhorigheid. Nu er zoveel thuis moet worden gewerkt, wordt het kantoor door velen enorm gemist.

Het fundament van menselijke behoeften is eten, drinken, slapen, ademen en onderdak. Andere behoeften zoals waardering en erkenning staan hoger in de behoeftenhierarchy van Maslow. Het is die combinatie van behoeften waar de cateringbranche in voorziet. Doordat het gebruik van kantoorgebouwen flink zal gaan wijzigen -de verwachtingen lopen uiteen van 20% tot wel 80% minder behoefte aan werkplekken- maken die behoefte forse veranderingen door.

Het is duidelijk dat ook in de werkomgeving eten en drinken een fundamentele behoefte is en een grote bijdrage levert aan de primaire doelstelling van opdrachtgevers zoals betrokkenheid, productiviteit en winstgevendheid. De contractcateringbranche heeft daardoor innovatie nodig. Het is voor facilitaire specialisten noodzaak om hier zo goed mogelijk mee om te gaan.



## Kredietcrisis

Het is interessant om een vergelijking te maken met de kredietcrisis van 2008 om zo het effect van economische en maatschappelijke ontwikkelingen op de contractcateringwereld te analyseren. Hiermee kunnen we de effecten op de branche voorspellen en aangeven waar verschillen liggen. We krijgen zicht op welke stappen opdrachtgevers en dienstverleners kunnen maken om zo goed mogelijk uit de crisis te komen.

## Parallellen met de coronacrisis

Een parallel in de cateringbranche met de huidige crisis is dat kleinere locaties wederom worden afgestoten en dat de bezoekersaantallen (zwaar) teruglopen. Dit laatste is evident aangezien veel kantoorgebouwen momenteel niet of nauwelijks gebruikt worden en veel bedrijfsrestaurants gesloten zijn.

Daar waar de dienstverlening wel doorgaat, zien we dat de gemiddelde besteding groeit. Het lijkt erop dat de gast denkt: als ik een contactmoment heb en samen met iemand (op afstand) kan eten, doe ik het ook goed. Het bedrijfsrestaurant wordt gemist. Ook hier zie je de behoefte aan sociaal contact! Ook de banquetingomzet stijgt (ivm meer bijeenkomsten en take-away benoemen?)

Een andere parallel die we in de markt zien is dat investeringen worden uitgesteld. De onzekerheid van de ontwikkelingen en het gebrek aan perspectief en financiële middelen, zorgen ervoor dat investeringen op de lange baan worden geschoven. Ook worden contracten heroverwogen of overgesloten en is men afwachtend met het neerzetten van vernieuwende cateringconcepten.

Tegelijkertijd zijn er veel vragen over de toekomst van catering. Hoe ziet deze eruit? Welke toegevoegde waarde is er mogelijk? Daar komt tegenwoordig meer bij kijken dan alleen onderwerpen als duurzaamheid, vitaliteit en circulariteit. De invloed van technologie en nieuwe huisvestingsconcepten is duidelijk zichtbaar en geeft een extra dynamiek aan de markt. Nu is er de kans om catering naar een volgend niveau te brengen: Facilitaire horeca.

## De analyse - Verschillen met de corona crisis

In de huidige crisis zien we dat medewerkers door de regelgeving vanuit de overheid thuis moeten blijven. Locaties staan leeg of hebben een minimaal aantal gasten. Dit zagen we in de kredietcrisis niet; kantoren bleven open en de medewerkers mochten gewoon naar kantoor (wanneer ze hun baan konden behouden). Opdrachtgevers keken vooral vanuit kostenperspectief naar catering. Met als gevolg dat vooral kleinere locaties werden gesloten omdat deze het minst rendabel zijn. “een collega extra op de werkvloer of catering in huis” die keuze werd gemaakt.

Doordat de overheid het nu ontmoedigt om naar kantoor te komen als maatregel tegen de verspreiding van het coronavirus is er binnen de gehele bedrijfstak een enorme uitdaging ontstaan. Vele bedrijfsrestaurants zijn gesloten, wachtend op betere tijden. Hierdoor komen de contracten zwaar onder druk te staan; zowel vanuit de opdrachtgever als vanuit de cateraar. De opdrachtgever kan zijn contract niet waarmaken en de cateraar kan zijn dienstverlening niet op peil houden. Contractcaterars zijn net als traditionele horeca eten gaan bezorgen om toch nog enige omzet te genereren en ook dit blijkt weer een vak apart.

In de beginfase van de kredietcrisis was er net als nu grote onzekerheid over de gevolgen voor de economie, de maatschappij en voor verschillende bedrijven en branches. Dat blijkt ook wel uit deze quote uit Misset Horeca in 2008:

*‘De kredietcrisis heeft nog geen groot effect gehad op bedrijfscaterars. Al heeft de financiële tegenspoed de partycateringbranche al wel bereikt, de bedrijfscatering nog niet echt. Maar in 2009 wordt een echte klap verwacht. Dat laten enkele cateringdirecteuren weten’.*

Wanneer we terugkijken naar de ontwikkeling van omzet- en werkgelegenheidscijfers binnen de cateringbranche vanaf 2008 dan blijkt dat

de effecten van de kredietcrisis niet bijzonder groot is geweest. Er zijn in die periode met zeker heronderhandeld en overgenomen, echter de verwachting is dat deze crisis grotere wijzigingen in contracten zal brengen. Dit zien we nu ook al gebeuren.

Wel heeft de kredietcrisis voor belangrijke ontwikkelingen binnen de branche gezorgd. Door de crisis namen winst en groei af. Dit was een periode met een hogere focus op concurrentie en dit heeft mede geleid tot verbetering van de kwaliteit van het aanbod in eten, drinken en dienstverlening.

Een aantal bestaande bedrijven hebben tijdens deze periode een kwaliteitsslag gemaakt in hun product- en dienstenaanbod. Je kunt concluderen dat verschillende caterars in de volwassenheidsfase van de ontwikkeling van hun organisatie terechtkwamen. Daarnaast verschenen nieuwe spelers op de markt die juist die kwaliteit als integraal onderdeel van hun businessmodel inzetten.

Contractcaterars hebben nettowinsten zeker zien dalen en hierdoor hebben aanpassingen in hun organisaties doorgevoerd. Zo is het aantal flexibele arbeidsovereenkomsten gegroeid en zijn er andere verbeteringen op efficiency doorgevoerd, bijvoorbeeld op inkoopgebied. Echte economische malaise, faillissementen en reorganisaties zijn na de kredietcrisis in de cateringbranche uitgebleven.

De coronacrisis gaat naar alle waarschijnlijkheid diepe sporen in de branche achterlaten. De eerste ronde reorganisaties heeft al plaatsgevonden en we zien bedrijven zich klaarmaken voor bedrijfsmodelinnovatie, oftewel heroverweging van hun totale manier van bedrijfsvoering.



## Vanuit bovenstaand kader zien wij de volgende kansen voor de cateringbranche

### 1. Overweeg het bedrijfsmodel

Er is behoefte aan meer ondernemerschap en samenwerking met opdrachtgevers om het dienstenmodel en het cateringconcept aan te passen aan de primaire doelstelling van de organisatie. Dit betekent dat cateraars minder prijsgedreven moeten concurreren en nog beter moeten gaan luisteren naar de behoeften van klant en eindgebruiker. De cateraar die wil innoveren zal haar eigen bedrijfsmodel moeten heroverwegen. Op die manier ontstaan bedrijfsmodellen en cateringconcepten die toekomstbestendig zijn en optimaal aansluiten op de behoeften van de toekomstige generaties werknemers (Millennials en Generatie Z). Om dit te realiseren vraagt het een andere uitvraag van opdrachtgevers. Kies voor doelstellingen vanuit openheid en transparantie in plaats van gedetailleerde eisen.

### 2. Maak van het bedrijfsrestaurant het clubhuis van je bedrijf

Doelbewust ontworpen, kan een werkplek een hulpmiddel zijn voor zowel het aantrekken als behouden van medewerkers. Het kantoor als clubhuis put uit het idee van lidmaatschap: medewerkers willen elke dag naar een plek omdat ze zich er thuis voelen. De ruimte die vroeger bekend stond als bedrijfsrestaurant wordt de hele dag gebruikt door het organiseren van townhalls, workshops, demo's en teammeetings. Het wordt een eventruimte binnen het bedrijf. Ook binnen multi-tenant gebouwen is deze functie goed denkbaar. Het is 'the place to be'! Juist dit spreekt de komende generaties aan; ze zijn bezig met sociale erkenning en FOMO, fear of missing out.

### 3. Technologie en hospitality

Juist nu de thuiswerktrend min of meer gedwongen populair is geworden zullen er meer medewerkers thuis blijven werken. Om te zorgen dat de medewerker, ook als hij of zij niet live aanwezig is, goed kan presenteren en zich op zijn gemak voelt, kunnen er allerlei oplossingen worden bedacht.

Denk hierbij aan iets simpels als het laten thuisbezorgen van een lunch als je inbelt op een call waar je collega's wel live aanwezig zijn, maar ook aan een social wallet waar je vanuit een persoonlijk keuzebudget de faciliteiten die voor jou belangrijk zijn kunt kiezen. Dit zorgt toch voor saamhorigheid!

### 4. Zorg voor mens en omgeving

Dit is het moment om de sociale aspecten van de (facilitaire) dienstverlening te verbeteren. De facilitaire medewerker werd vaak gezien als minder. Het besef dat de facilitaire medewerker een veel belangrijker rol speelt in bijvoorbeeld het veilig kunnen werken is door de pandemie duidelijker geworden.

En hoe belangrijk is de goede koffie, de lekkere verse soep en het heerlijke a la minute belegde broodje van onze catering collega's? Hoe fijn is het dat je weer keuze hebt in wat je wilt eten en drinken, ten opzichte van je saaie koelkast thuis? De cateraar zorgt voor de interne mens; een van de primaire behoeften van de mens. Naar onze mening is de rol van de cateraar en zijn medewerkers dus zo veel belangrijker dan er soms gezien wordt!

## 5. Nieuwe oplossingen en ontwikkelingen

Doordat mensen minder op kantoor werken, zien we in de markt nieuwe oplossingen ontstaan. Dark kitchens schieten als paddestoelen uit de grond. Decentrale bereiding en vervolgens verspreiding naar de verschillende locaties. In combinatie met bezorgservice als concurrent van de thuisbezorgd.nl's van deze wereld. Ook het lokaal-sociale karakter wordt steeds meer zichtbaar. De buurtboer is een populair concept, ambachtelijke maatwerklunches bij je bedrijf, vers en lokaal geproduceerd. Dit soort concepten dragen bij aan het gezonde en duurzame gedachtegoed van ondernemingen.

Daarnaast ontstaan er steeds meer zelfbedieningsconcepten zoals de Wonderwall en de samenwerking tussen AH to Go en Selecta. Hierbij mag de aantekening worden gemaakt dat het assortiment van deze oplossingen wel gericht moet zijn op gezonde voeding en vitaliteit en zou moeten passen bij de energiebehoefte van de medewerkers.

Verder zien we multi tenant oplossingen ontstaan; meerdere bedrijven in een pand met centrale cateringfaciliteiten en vergaderzalen, vaak ook nog met de integratie van catering en receptiediensten.



## Tips samengevat

De pandemie heeft vooral de zwaktes van cateringcontracten laten zien. Waar de branche gewend was om een eigen koers te varen en cateraars veelal reactionair contracten beheerden, is nu het moment om een nieuwe blik op de materie te geven. Van een reactief standaard catering concept naar een concept wat bijdraagt aan de primaire doelstellingen van de organisatie. Dus meer kijkend vanuit de wensen van de organisatie en het opzoeken van de samenwerking. Tussen de cateraar en de opdrachtgever en tussen de medewerkers op locatie en de gast. Op naar een gastvriendelijk concept wat past bij het bedrijf!

## Wij zien de volgende redenen waarom bedrijfscatering ook na Corona blijft bestaan

- Met een tof clubhuis en bijpassende voorzieningen ben je aantrekkelijk als werkgever. Je geeft daarmee invulling aan het sociaal welzijn van je medewerkers;
- Als je medewerkers op kantoor zijn, wil je dat ze happy zijn en ontmoeten en verbinden. Dus creëer je goede voorzieningen die dit stimuleren.
- Eten en drinken werkt als een verbindende factor en is daarmee ondersteunend aan de nieuwe rol van het clubhuis;
- Het gaat daarbij niet om de consumptie op zich, maar om de totale beleving. Het gevoel van welkom zijn wordt nog belangrijker, gastvrijheid staat voorop;
- Gezondheid wordt steeds belangrijker. Bedrijfscatering is een aanjager van vitaliteit. Dit is in het verleden al bewezen en biedt perspectief voor de toekomst.

## Praktische tips voor implementatie

- De inzet van maatwerk dat past bij de doelstellingen. Geen onze size fits-all, maar een concept dat past bij jouw organisatie; dát is facilitaire horeca
- De voorziening als centraal middelpunt van het clubhuis met een assortiment dat meebeweegt met de hele dag om te ontmoeten en te verbinden;
- “Broodjes smeren kunnen ze allemaal”. Het verschil wordt gemaakt door de invulling met kundige en gastvriendelijke medewerkers. Zij zorgen ervoor dat het een feestje is om op kantoor te zijn. “We gaan nog niet naar huis...”
- Nudging optima forma. Het menu persoonlijk gemaakt en dat bijdraagt aan de vitaliteit van de betreffende medewerker;
- Personaliseren van de producten. Door dienstverlening op maat, niet in bulk. Geen kant en klare presentatie, maar een maaltijdsalade speciaal voor mij gemaakt.
- Meer spreiding over de dag. Capaciteit wordt schaars. We laten ons niet meer dwingen door in beperkte tijd in een beperkte ruimte een beperkte lunch te nuttigen. Je bestelt wanneer jij dat wilt jouw gerecht. Met de inzet van technologie kan je online bestellen, afrekenen op maat en monitoren “plugins” de aanwezigheid. Deze laatste ook ter voorkoming van waste.
- Verbreding van dienstverlening. Stop de verzuiling, kies voor verbreding. Bijvoorbeeld de integratie van catering en receptiediensten. Hierdoor komen er andere budgetten vrij en dit versterkt de business case.
- De tijdelijke verruiming binnen de WKR geeft mogelijkheden om belastingvrij een (lunch) voordeel te geven aan je medewerkers. Dit laatste kan ook voor thuis. De kans voor initiatieven als de lancering van een ingrediënten box met recepten aan huis.

*In de kickstart Work That Place van het initiatief #samensterkFM onderzoeken we de relevante informatie en bestuderen we de gevolgen van de Covid-19 uitbraak op het vakgebied Facility Management. Specifiek kijken we in deze kickstart hub naar werken op verschillende plekken en de gevolgen op diverse sub-thema's voororganisaties en mensen.*

## Colofon

Van Catering naar Facilitaire Horeca  
Economische en Maatschappelijke Ontwikkelingen  
en het Effect op Contractcatering

Auteurs

Danny van Stiphout

Bas Terlingen

In samenwerking met #samensterkFM