

ONDERWIJSCATERING

TEKST: ANTON DAAMEN (BEWERKING: HANS SCHMEINCK) / FOTO'S: JOSÉE VAN DIJK

OPDRACHTGEVERS BEOORDELEN CATERAARS GEMIDDELD MET EEN 7,2

ONDERNEMERSVRIJHEID BIJ ROC-INSTELLINGEN



Maar 17 procent van de studenten aan ROC's maakt gebruik van de cateringfaciliteiten.

Studenten van een ROC maken beperkt gebruik van de aangeboden catering. Toch wordt aan hun verwachtingen voldaan door de cateraars. Medewerkers en opdrachtgever zijn minder tevreden. Dat blijkt uit exclusief onderzoek van Sense FM voor Misset Catering.

Vrijheid van ondernemerschap afgestemd op de doelgroepen staat centraal binnen een Regionaal Opleidings Centrum (ROC). Bestuur en opdrachtgevers bemoeien zich beperkt met de dienstverlening. Dit heeft overwegend een historische grondslag. De fusies binnen de onderwijsinstellingen tot grote ROC's verspreid over tal van locaties en verschillende steden, versterken de diversiteit van cateringdienstverlening.

ROC's zijn door fusies uitgegroeid tot onderwijsconglomeraten. Hoewel de definitie van een ROC niet altijd eenduidig blijkt te zijn in onderwijsland, studeren er circa 490.000 studenten. Op elke dertien studenten is slechts 1 fte werkzaam, waardoor het aantal medewerkers relatief beperkt is.

Het scala aan (deeltijd)opleidingen (BBL, BOL en deeltijd-BOL) is groot, wat invloed heeft op de diversiteit van aanbod en voorzieningen. Verschillen in aard en omvang (veel relatief kleine locaties) van locatievoorzieningen, leeftijd, religie en cultuur, resulteren in een smeltkroes van cateringvoorzieningen binnen dezelfde instelling. Het aandeel eigen beheer-locaties is relatief groot en recent zijn enkele ROC's overgegaan van uitbesteding naar eigen beheer. Voor het merendeel van de ROC's is inbesteden niet aan de orde. Het verbinden van cateringuitvoering aan een beroeps- of vakopleiding van de eigen ROC, komt wel steeds vaker voor.

EIGEN RISICO

Opvallend is dat binnen de ROC's specifieke onderwijscaterers, zoals Cormet en Markies, nadrukkelijk terrein winnen. Daarnaast zijn van oudsher de regionale contractcaterers sterk vertegenwoordigd. De landelijk opererende caterers verliezen omzet. Aspecten als flexibiliteit, kennis van de onderwijsbranche en het rendabel kunnen en willen exploiteren, worden door kleinere meer gespecialiseerde partijen beter ingevuld, zo is de mening van opdrachtgevers. Deze partijen kennen lagere overheadkosten, waar-

door ze goedkoper kunnen exploiteren. De meest voorkomende contractvorm is een o-exploitatiecontract. De cateraar exploiteert voor eigen rekening en risico zonder dat een vergoeding wordt betaald. Daarnaast komen pachtsomcontracten vaker voor. Een pachtsom wordt bijvoorbeeld uitgedrukt in een prijs per vierkante meter restauratieve ruimte of per student. In de regel worden ook de automaatvoorzieningen door de cateraar geëxploiteerd.

Een ROC benadert catering voornamelijk vanuit de verkoopprijsstelling voor de studenten en niet of nauwelijks volgens een exploitatieprognose van bedrijfsvoering. Wijzigingen in cateringvoorzieningen, aantallen studenten, bestedingspatroon en overige *service level*-aspecten hebben dan ook nauwelijks invloed op de contractafspraken. Hierdoor ontbreekt het zicht op kwalitatieve aspecten als gezonde voeding en HACCP, maar ook op zaken als gemiddelde besteding, aantallen gebruikers en omzet. In de toekomst willen ROC's meer aandacht geven aan beheersbaarheid van het cateringcontract. Het opnemen van prestatieafspraken op het gebied van kwaliteit en klanttevredenheid wordt in toenemende mate geïntegreerd in de contractafspraken.

NAUWELIJKS BETROKKENHEID

De focus van het bestuur en hoger management binnen een ROC ligt niet bij de cateringvoorzieningen. Het feit dat catering geen kostenpost is zal dit, naar wij vermoeden, versterken. Zeker bij ROC's met deconcentratie van locaties, is de aandacht voor catering substantieel minder.

Ook het facilitair management heeft weinig oog voor overkoepelende thema's als uniform beleid, managementinformatie en contractmanagement. De behoefte aan managementinformatie is weliswaar beperkt, maar neemt toe. De cateringdienstverlening wordt vooral op locatie-niveau aangestuurd. ROC's vinden het belangrijk dat wordt voorzien in een aanbod voor de studenten toegesneden op de specifieke kenmerken van de gebruikers. Naast kaderstelling met be-

trekking tot openingstijden, wordt feitelijk een volledig beroep gedaan op het ondernemerschap van de cateraar.

De o-exploitatie of pachtsom (onder drempelwaarde) is in de regel de verklaring waarom geen Europese aanbesteding wordt gevolgd. De vraag is of dit legitiem is in alle gevallen. Indien sprake is van een aanbesteding, zijn facilitair management en inkoop betrokken bij de aanbesteding en kiest een aantal ROC's ervoor zich extern te laten ondersteunen. De betrokkenheid van klanten en gebruikers is overwegend beperkt tot input vanuit een klanttevredenheidsonderzoek (KTO). In beleidsonwikkeling of als onderdeel van het gehele aanbestedingsproces is nauwelijks sprake van betrokkenheid vanuit de doelgroepen.

Het aantal locaties dat in eigen beheer wordt uitgevoerd, bedraagt 29 procent. Onderwijscateraar Cormet is marktleider, gevolgd door de regionale cateraars. Van de landelijk opererende cateraars zijn alleen Albron en Avenance substantieel vertegenwoordigd.

FOCUS OP BETALENDE KLANT

Binnen de ROC's wordt beperkt een KTO uitgevoerd naar de beleving over catering. De scores variëren tussen een 6,5 en een 8,5. De tevredenheid onder studenten is hoger dan die onder de medewerkers van een ROC. Indachtig de commerciële contractvorm, krijgen studenten al snel waaraan behoefte is.

Dat dit niet altijd strookt met de wensen van de



opdrachtgever, bijvoorbeeld op het gebied van gezonde voeding, is een ander verhaal. Een ROC wil de studenten graag in de gebouwen houden en niet richting frituur sturen. Men wenst in toenemende mate verantwoordelijkheid te nemen voor aanbod van gezonde voeding. Het is een uitdaging om hierin de juiste balans te vinden. De opdrachtgevers beoordelen de cateraars gemiddeld met een 7,2. De spreiding van de antwoorden is wel groter in vergelijking met de resultaten uit de KTO, namelijk tussen een 5 en 8.

Als minder sterke punten van cateraars worden door opdrachtgevers genoemd: 1. Gebrek aan technische kwaliteit; 2. Gebrek aan management-informatie, te grote focus op kosten; 3. Onvoldoende balans tussen gezonde voeding en wensen gebruikers; 4. Voldoende aanbod van een basisassortiment versus commercieel assortiment. Opdrachtgevers waarderen de cateraars om de getoonde flexibiliteit, korte lijnen (vooral geldend voor regionale cateraars en onderwijscaterars), de lage verkoopprijzen en assortimentsbreedte. Uit de antwoorden blijkt dat de focus van een cateraar ligt bij de betalende klant en dan vooral de goed bestedende klant. Hiermee bestaat het risico dat minder aansluiting wordt gevonden bij de overige doelgroepen.

ROL OPDRACHTGEVER

De opdrachtgevers zijn verhoudingsgewijs minder tevreden over de eigen prestaties. Gemiddeld worden deze beoordeeld met een 7. Opdrachtgevers geven in algemene zin aan een ontwikkeling te hebben doorgemaakt de afgelopen jaren. De minder sterke kanten van het opdrachtgeverschap zijn: 1. Gebrek aan beleid/visie vanuit hoger management/bestuur; 2. Onvoldoende beheersing, geen contractmanagement; 3. Te weinig of niet betrekken van de klanten/gebruikers. Opdrachtgevers geven als sterke punten aan dat ruimte wordt geboden aan de cateraars voor commerciële exploitatie, dat afspraken helder zijn, dat er weinig klachten binnenkomen en er sprake is van een grote mate van flexibiliteit in omgaan met veranderingen. Als belangrijke ontwikkelingen voor de toekomst worden aandacht voor gezonde voeding en meer grip en sturing op de cateringdienst gezien.

HORECA-ACHTIG

De staat van de cateringvoorzieningen is goed, mede omdat door fusies veel sprake is van nieuwbouw of herbouw. Dit geldt dan wel vooral voor de locaties met relatief grote onderwijsclusters. Het aanbod lijkt beperkt aan te spreken bij de doelgroep. Het gebruikerspercentage is met gemid-



Inrichten van een meer horeca-achtige outlet, zoals hier op Windesheim in Zwolle, kan het gebruik verhogen.

ONDERZOEKSVANTWOORDING

In Nederland zijn volgens de kerncijfers van het ministerie van OCW 43 ROC-instellingen gevestigd.

Aantal studenten is BBL, BOL en deeltijd-BOL tezamen. Het verschil in aantal studenten per ROC is groot. Voor het onderzoek zijn 32 ROC's benaderd (minimale omvang meer dan 7000 studenten).

De respons van de geïnterviewde instellingen vertegenwoordigt ruim 40 procent van het totaal aantal ROC-studenten.

De gesprekspartners zijn verantwoordelijk voor het opdrachtgeverschap in brede zin.

Cijfers zijn gebaseerd op informatie afkomstig van Dienst Uitvoering Onderwijs (DUO) en basisgegevens onderwijs, en het betreft informatie op hoofd locatie-niveau.

Gegevens ROC's Nederland

Aantal ROC's	43
Aantal studenten ca	490.000
Voltijd Bol (opleidend)	66%
Deeltijd Bol	32%
BBL (begeleidend)	2%
Aantal FTE's ROC	38.000



Catering is geen kostenpost voor ROC's.

Verbinden van cateringuitvoering aan een beroeps- of vakopleiding van eigen ROC komt steeds vaker voor. Lichtend voorbeeld is Stenden Hogeschool in Leeuwarden, waar studenten een duurzame kantine runnen.

deld 17 procent laag te noemen in vergelijking met overige onderwijssegmenten. Hierbij dienen wel de leeftijd en het hoge aandeel deeltijdopleidingen in acht te worden genomen, die beide invloed hebben op het gebruikersaandeel.

Ook is op een groot aantal (kleinere) locaties geen cateringvoorziening beschikbaar. Het verklaart het lage gebruik echter niet volledig. Een andere verklaring is dat de cateringvoorzieningen redelijk standaard (freeflow zelfbediening) ingericht zijn. Het inrichten van meer horeca-achtige outlets kan het gebruik verhogen.

Klantvriendelijkheid en klantgerichtheid zijn succesfactoren voor de cateringdienst binnen de ROC's. Een andere factor voor het slagen van de cateraar is het aansluiten op de diverse doelgroepen en het kunnen inspelen op veranderde wensen van de potentiële gebruikers. Cateraars voeren geen frequent overleg met de doelgroepen door middel van bijvoorbeeld een gebruikerspanel. Dit aspect is onderbelicht binnen de ROC's. Cateraars spelen, naar het beeld van de opdrachtgevers, gemiddeld genomen goed in op de directe vragen van de gebruikers aan de counters. Of daarmee ook de potentiële gebruikers worden bereikt, is echter de vraag.

TOEKOMSTBEELD

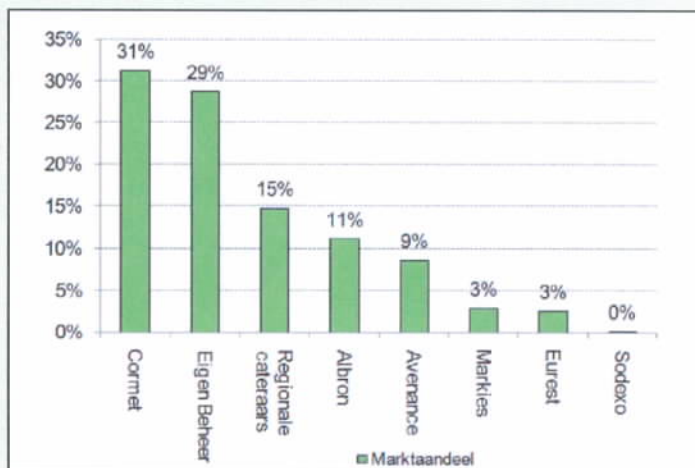
De uitdaging voor cateraars in een ROC is gelegen in het zichtbaar maken van de toegevoegde waarde die catering kan bieden. Wat is het cateringbeleid? Welke functie heeft catering binnen het ROC en hoe sluit dit aan op het primair proces of het imago van het ROC?

Indien de toegevoegde waarde helder en duidelijk kan worden verwoord, neemt de aandacht vanuit bestuur en hoger management toe. Het belang om meer grip en sturing op de cateringdienstverlening te krijgen, zal groter worden. Immers, als men onvoldoende beeld heeft van de huidige status, is het haast onmogelijk de toenemende verwachtingen van management en gebruikers te managen. Een belangrijke rol is hierin weggelegd voor de facilitaire organisatie. Meer grip en sturing kan overigens prima samengaan met ondernemerschap. Bij het vaststellen van een passend aanbod van de voorzieningen is het zinvol de doelgroepen te betrekken. In samenwerking met de cateraar en doelgroepen dient hierin door de facilitaire organisatie een juiste balans te worden gevonden.



UITBESTEDINGSGRAAD EN CATERINGEXPLOITANTEN

De uitbestedingsgraad binnen ROC's ligt op 71 procent. Uit de tabel blijkt dat Cormet marktleider is binnen het segment ROC, gevolgd door de regionale contractcaterers. Opvallend is verder dat marktleider Sodexo nauwelijks aanwezig is. Het marktaandeel is gebaseerd op het aantal studenten per instelling en niet op de werkelijke omzetcijfers. De gegevens zijn gebaseerd op 94 procent van alle ROC-instellingen (462.000 studenten).



Figuur 1 Cateringexploitanten ROC's (peildatum oktober 2010).

CV AUTEUR

Anton Daamen is mede oprichter/eigenaar van Sense FM. Sense FM ondersteunt en adviseert organisaties in het optimaliseren van facilitaire dienstverlening. Bij optimalisatie wordt een balans gezocht tussen beleven, kwaliteit en kosten op basis van gezond verstand en goed gevoel. Opdrachtgevers zijn afkomstig uit bedrijfsleven, overheid, zorg en onderwijs.

www.sensefm.nl

