

Kansen en uitdagingen in tijden van crisis

‘Creatief cateren onontbeerlijk’

DE CRISIS HEEFT INVLOED OP ALLE SECTOREN BINNEN HET FACILITAIRE WERKVELD. OOK DE CATERING ONTSNAPT HIER NIET AAN. DE BEZOEKERSAANTALLEN IN HET BEDRIJFSRESTAURANT LOPEN TERUG EN DE GEMIDDELDE BESTEDING BLIJFT AL TIJDEN GELIJK. TOCH BIJDT DE CRISIS OOK KANSEN VOOR CATERAARS EN OPDRACHTGEVERS. CREATIVITEIT EN ONDERNEMERSCHAP LIJKEN HIERBIJ DE TOVERWOORDEN.

‘De crisis raakt ons allemaal’, stelt Bianca Wester, manager commerciële zaken bij SAB Catering. ‘Er zijn voorbeelden van bedrijven, met name in de autobranche, die hun hele catering de deur uit hebben gedaan. In deze branche komen zo veel mensen op straat te staan dat de catering simpelweg niet meer in stand te houden is. Er zijn te weinig bezoekers om rendabel te kunnen cateren.’ In andere branches zijn de gevolgen van de crisis minder groot, maar toch duidelijk merkbaar. ‘We zien in vrijwel al onze bedrijfsrestaurants het aantal lunchgasten teruglopen. Het is daarom belangrijk dat we ons op een aantal zaken bezinnen. We zullen goed moeten na gaan

‘Dit is een ideale tijd om te heronderhandelen over contracten’

hoe we de gasten weer naar het restaurant kunnen lokken. Daarnaast zullen we, samen met de opdrachtgevers, moeten kijken hoe we de service voor de medewerkers op peil kunnen houden.’

De gemiddelde besteding voor de lunch in het bedrijfsrestaurant is de laatste jaren minimaal gestegen. ‘De besteding is met



Foto: SAB

■ Nieuwe concepten, zoals koffiecorners waar je ook luxe broodjes kunt halen, bieden nieuwe kansen.

enkele centen gestegen tot 2,50 euro. Dat is nauwelijks genoeg om de inflatie te dekken. In andere landen is de besteding wel toegenomen. In België betalen medewerkers meer dan vijf euro voor hun lunch, maar daar wordt vaak 's middags warm gegeten. Dat maakt een groot verschil.’

Onderhandelen

Wim van der Meer van adviesbureau Sense FM ziet in het huidige economisch tijdsbeeld veel kansen en uitdagingen voor cateraars en opdrachtgevers. ‘Dit is een ideale tijd om

te heronderhandelen over contracten. Een cateraar kan bijvoorbeeld genoeg nemen met minder marge, minder winst, in ruil voor een contractverlenging met twee jaar. Beide partijen zijn hiermee gebaad.’ Ook ziet Van der Meer opdrachtgevers en cateraars in deze tijd tot andere beheervormen komen. Het beste is volgens hem een beheervorm waarbij de cateraar pro-actief catert. ‘Ondernemerschap moet bevorderd worden, dat is beter voor alle betrokken partijen. Natuurlijk levert deze tijd uitdagingen op, maar een ondernemende cate-

raar zal zeker ook kansen zien.' Ook voor de opdrachtgever biedt deze tijd kansen, denkt Van der Meer. 'Een goede, effectieve aanpak van de catering zal het interne draagvlak in een organisatie vergroten. Bovendien geeft de huidige tijd een goede aanleiding om met de cateraar in gesprek te gaan over het service- en prijsniveau. Eerdere wildgroei kan dan worden aangepakt. De onderhandelingspositie naar de leveranciers is duidelijk sterker geworden.'

Anticiperen

De cateraar moet risico's durven nemen, vindt Van der Meer. 'Een cateraar moet snel kunnen anticiperen op veranderingen. Daarbij moet de cateraar kennis hebben van de elementen van kostenreductie. Bijvoorbeeld door het afschalen met personele bezetting wanneer gewenst. Hij moet bovendien bereid zijn om tijdelijk genoeg te nemen met minder marge. Stabiliteit is nu het belangrijkste.'

Ook Bianca Wester ziet grote voordelen aan ondernemend cateren. 'Laat het cateren aan ons over, wij zijn de professionals. Wij weten als geen ander voor welke prijs een fruitsalade of een kroket het beste verkocht kan worden. In de praktijk zie je echter dat bedrijven er nog steeds moeite mee hebben om de regie uit handen te geven. Ik zou zeggen: laat het specialisme bij de cateraar, zodat wij de ondernemer kunnen zijn die wij worden verwacht te zijn.' Commerciële catering, zonder subsidie is volgens Wester in sommige gevallen goed mogelijk. 'Maar dan moet het restaurant wel aan de juiste voorwaarden voldoen. Je hebt om te beginnen veel volume nodig en een gunstige ligging. Het liefst niet te dicht bij het centrum in verband met concurrentie.' Een gemiddelde besteding van 5 tot 6 euro is volgens Wester nodig om geheel zonder subsidie te kunnen draaien. 'Opdrachtgevers willen die stap nog wel zetten, maar voor de medewerkers is het vaak een stap te ver.'

Horecaconcepten

Toch ziet Wester duidelijke veranderingen in de bedrijfscatering. 'Cateraars hebben een frisse start gemaakt in 2008. Steeds meer cateraars komen met frisse, nieuwe horecaconcepten. Het wordt allemaal wat spannender en frisser. Nieuwe concepten,

zoals koffiecorners waar je ook luxe broodjes kunt halen, bieden nieuwe kansen. Dat is een goede ontwikkeling. Aan de ene kant wordt het leuker voor de lunchgast en aan de andere kunnen wij net iets meer vragen voor de lunch.' Onderzoek heeft volgens Wester uitgewezen dat de gemiddelde besteding met 20 % verruimd kan worden. 'Dan zitten we nog niet op de 8 euro die mensen buiten de deur uitgeven aan de lunch, maar dat is voor de Nederlandse werknemers duidelijk een brug te ver. Het is daarom zaak dat we met kleine aanpassingen de klant beïnvloeden om meer uit te geven. Dat kan met een andere presentatie, door mooie verlichting of door meer aandacht te besteden aan de hardware van het restaurant, de tafels en stoelen.'

'We moeten proberen zo gastvrij mogelijk te denken en handelen. Zet bijvoorbeeld eens een muziekje op en zorg voor een gezellige aankleding van het restaurant. Probeer de mensen langer vast te houden waardoor ze een uitgebreidere lunch gebruiken. Een creatieve kijk op cateren is hierbij onontbeerlijk.' Simpelweg de prijzen verhogen is volgens Wester niet de oplossing. 'Zeker in economisch mindere tijden levert dat scheve gezichten op bij werknemers. Je jaagt je klanten dan het restaurant uit.'

Kleinere locaties

Kritisch kijken naar de bedrijfsvoering is de eerste belangrijke stap op weg naar verbetering. 'Hoeveel lunchgasten komen er eigenlijk op vrijdag?', vraagt Wester zich hardop af. 'Zeker op kleinere locaties is de vrijdag meestal een rustige dag. Wellicht moet je als opdrachtgever besluiten op vrijdag geen catering aan te bieden aan je medewerkers. Dan kun je in een klap 20 % op je cateringkosten besparen.'

Ook Van der Meer denkt dat cateraars nog behoorlijk kunnen besparen op het serviceniveau. 'Simpele maatregelen kunnen al een groot verschil maken. Door het aanpassen van de openingstijden, het versmallen van het assortiment en het versoberen van de vergaderservice kunnen cateraars de kosten omlaag brengen. Daarnaast is het belangrijk dat er doelmatig geïnvesteerd wordt. Onbemande kassa's kunnen bijvoorbeeld uitkomst bieden.' Het belangrijkste blijft volgens Van der Meer dat cateraars



■ De gemiddelde besteding voor de lunch in het bedrijfsrestaurant is de laatste jaren minimaal gestegen.

echt als ondernemer opereren. 'De ondernemende cateraar is beter in staat zich aan te passen dan de traditionele cateraar. Standaard oplossingen bestaan niet. Elke bedrijf is anders en elk bedrijfsrestaurant is anders. Dat vraagt om flexibiliteit en creativiteit. Dat vraagt om durf van de cateraar en de opdrachtgever. Een goede relatie tussen beiden is daarom in deze tijd belangrijker dan ooit.'

Tools

'Het anticiperen op veranderingen, daar draait het om', denkt Van der Meer. 'Deze crisis zal uiteindelijk weer voorbij gaan, maar er zullen er nog velen volgen. Het is daarom belangrijk dat cateraars en opdrachtgevers de juiste tools vinden om moeilijke tijden het hoofd te bieden. Dat biedt niet alleen zekerheid in deze tijd, maar ook een stukje garantie voor de toekomst.' Wester: 'Organisaties moeten momenteel goed kijken naar de contractvorm. Willen ze zelf de regie houden of leggen ze de regie met bepaalde service level agreements (sla's) en key performance indicators (kpi's) bij de cateraar neer. Dat is een belangrijke afweging. Een duidelijke beschrijving van de kpi's is hierbij echter onontbeerlijk. Alleen op die manier kun je elkaar scherp houden in de totale dienstverlening.' ■

IVO VAN DER HOEVEN