

# Catering zoekt naar nieuwe manieren om geld te verdienen

Gijs den Brinker en Frits Conijn  
Dordrecht

Bestelapps, onbemande micromarkten en een nieuwe schoonmaakservice. Nu steeds minder mensen op kantoor werken, vechten cateraars voor hun voortbestaan. In de nieuwe concepten draait het vooral om besparingen en flexibiliteit.

Kiezen, pakken, pinnen. Waar vroeger een kantine stond, staat nu een micromarkt. Onbemand en 24 uur per dag toegankelijk. Zo kunnen ook de medewerkers van de nachtdienst een maaltijd kopen en die zelf opwarmen in een magnetron. Maar het aanbod blijft beperkt: de kroket en gehaktbal moeten van elders komen.

‘De micromarkt is voor werkgevers ruim 60% goedkoper dan de traditionele kantine’, zegt Sjoerd van den Dungen, commercieel directeur bij Selecta, een bedrijf dat vooral bekend is van de koffiemachines op de werkvloer. Selecta rolt de micromarkten uit met Albert Heijn, andere cateraars doen dat met andere partijen. Van den Dungen: ‘Nu hebben we er 26, maar dat moeten ervoor het einde van het jaar vijftig zijn.’

‘Voor de traditionele bedrijfscaterers neemt de concurrentie toe’, zegt Inga Blokker, directeur van kennisinstituut Foodservice Instituut Nederland (FSIN). ‘Zij verliezen terrein aan andere spelers, zoals horeca, supermarkten, fastfoodketens en bezorgdiensten. Die proberen allemaal een stukje van de taart af te snoepen.’

En dat terwijl de bedrijfstak het door de uitbraak van corona toch al zwaar heeft. In 2019 werkten er ongeveer 13.000 mensen bij de cateraars, onder invloed van corona en thuiswerken zijn dat er inmiddels 7800, ongeveer 40% minder dan op het hoogtepunt.

## OMZET FORS LAGER

Ook de omzet ontwikkelt zich dramatisch. In 2019 kwam die van de tien grootste cateraars samen uit op een kleine €1,5 mrd, in 2020 was die volgens een sectorrapport van Rabobank 36% lager. ‘Dat lijkt ons een optimistische schatting’, zegt Michiel van Noort van adviesbureau First Mate. ‘De daling komt uit op minimaal 45%.’

Minder mensen op kantoor betekent minder verkochte broodjes, snacks en salades. Bovendien morren de werkgevers over de bijdrage die zij betalen. ‘Sommige klanten zeggen:



‘je doet niks, dus ik voldoe de rekening niet meer’”, zegt Teun Verheij, vertrekkend topman bij cateraar Albron. ‘Die inkomstendering kunnen we niet verhalen op de consumenten. Want ook zij hebben een grens aan wat ze willen uitgeven.’

Het wordt nooit meer zoals het geweest is, vreest de sector. Uit een enquête die FSIN uitvoerde, blijkt dat de cateraars voor 2025 rekenen op een omzet die nog altijd 15% onder die van 2019 ligt. Met een daling van 20% doen vooral de bedrijfscaterers het slecht, slechter dan bijvoorbeeld de evenementencaterers.

Dus wordt er flink bezuinigd door de grote cateraars. Vermaat ontsloeg 400 van de 4500 medewerkers en tussen de 800 en 1000 tijdelijke contracten werden niet verlengd. Ook ande-

## Meer minnen dan plussen

De catering kent vier deelsectoren: instellingen, onderwijs, evenementen en bedrijven. Tijdens corona deed eigenlijk alleen de eerste groep het goed. In verzorgingsinstellingen en ziekenhuizen zakte de vraag niet tot nauwelijks. De overige groepen noteerden in 2020 grote

minnen, blijkt uit een rapport van Foodservice Instituut Nederland (FSIN). Ten eerste omdat werkgevers minder willen bijdragen nu minder mensen op kantoor werken. De onderhandelingen met de cateraars startten al voor corona. Ook de omzet uit *banqueting* of

de broodjes bij de vergadering staat onder druk. Overleggen gaan vaker digitaal, waardoor deze omzet niet zomaar op het oude niveau terugkeert. Alleen bij de gemiddelde besteding is er een plus. Want op de dagen dat medewerkers wel op kantoor mogen zijn, geven ze meer uit.

re spelers sneden in hun personeelsbestand. Bij Sodexo verdwenen 800 banen, Albron nam afscheid van 400 mensen.

## ‘DARK KITCHENS’

Bij Compass Group, een facilitair dienstverlener bekend van merken als Eurest, daalde het personeelsbestand van meer dan 4000 medewerkers naar 3000. De directie van de afdeling Benelux ontkwam niet aan de ingrepen. Zo moest de oude directeur in september plaatsmaken voor Kef van Helbergen en werd Dieuwke Moerman toen benoemd als hoofd van de afdeling sales en marketing.

‘Er werd weinig geïnnoveerd’, zegt Van Helbergen. ‘Dus was er nieuw elan nodig om de vernieuwing op gang te helpen en groei te ge-

Selecta rolt samen met Albert Heijn micromarkten uit, onbemande bedrijfskantines die 24 uur per dag toegankelijk zijn. FOTO: DAVID VAN DAM VOOR HET FD

nereren.’ Tegenwoordig experimenteert het bedrijf met onbemande concepten, met apps en met zogenaamde *dark kitchens*, keukens van waaruit meerdere klanten worden bediend.

Zo wordt er niet alleen bezuinigd, maar ook ingespeeld op de toenemende flexibilisering. Of zoals Jan Willem Hilbron, de komend directeur van Albron, het zegt: ‘De een komt binnen na de files, de ander rijdt voor de files uit. De medewerkers beginnen op verschillende tijden en willen dus op verschillende momenten lunchen.’

Onbemande concepten en slimme koelkasten bieden uitkomst. ‘Als iemand daar een salade uit pakt,’ zegt Hilbron, ‘dan weet de koelkast wat hij moet bestellen.’ Ook met de recente overname van de 26 vestigingen van koffieketen Coffeecompany probeert Albron aansluiting te vinden bij de veranderde wensen van klanten.

## SAMENWERKEN

Net als Albron zoekt Sodexo nieuwe formules voor de nieuwe tijd. Dit bedrijf telt 420.000 medewerkers, waarvan er 2400 in Nederland actief zijn. Naast de catering, nemen die op de kantoren ook de schoonmaak, de receptie, het onderhoud en de beveiliging voor hun rekening.

‘We zijn in België gaan samenwerken met maaltijdbezorger Just Eat’, zegt Robert Claassen, ceo van Sodexo Nederland. Maar of dat concept ook in Nederland werkt, betwijfelt hij. ‘Anders dan in België krijgen de Nederlandse werknemers geen lunchbonnen.’

Net als Compass Group gelooft Sodexo in onbemande concepten als micromarkten en apps. Daarmee bestellen de medewerkers in de ochtend wat zij die dag willen eten. Vervolgens worden de maaltijden elders gemaakt, zodat vanuit één keuken meerdere kantoren worden bediend. En de thuiswerkers kunnen ontlast worden met een speciale schoonmaakservice.

Vermaat, een cateraar die voor een derde afhankelijk is van bedrijfsrestaurants en voor twee derde van commerciële horeca zoals het restaurant in het Rijksmuseum, signaleert een groeiende behoefte aan ontmoetingsplaatsen. ‘Ten opzichte van de traditionele kantines winnen die aan populariteit’, zegt ceo Rick Zeelen. ‘*Clubhousefication* noemen wij dat.’

Onlangs nam Vermaat in Nederland de 44 restaurants van La Place over van supermarktketen Jumbo. Verder deed het bedrijf overnames in Duitsland en in Frankrijk. Voor de financiering stortte de aandeelhouder, de Britse investeringsmaatschappij Bridgepoint, begin dit jaar €10 mln bij. Zeelen: ‘Ook tijdens de crisis gaan wij door met onze groeiplannen.’