

Cateraar kritisch naar de facility manager

‘Facility managers zouden geen cateringcontracten mogen aanbesteden’, aldus Bob Hutten van Hutten Exclusieve Catering uit Veghel. Hutten steekt zijn mening niet onder stoelen of banken. In dit artikel legt hij zijn mening uit.

Koos Groenewoud

Waarom vind je dat een facility manager geen cateringcontract mag aanbesteden? Als je dat leest, denk je dat we zo’n twintig jaar terug in de tijd gaan, waarbij de personeelsfunctionaris de contactpersoon was van de cateraar.

‘De gemiddelde facility manager gaat voor de prijs. De cateraar is daardoor niet in staat om toegevoegde waarde te leveren. De basis is het welbevinden van werknemers en het verzorgen van cateringactiviteiten voor klanten. Daar gaat het om.

Iedere cateraar is in staat om een bedrijfsrestaurant te runnen. Als we het echter hebben over het leveren van toegevoegde waarde, dan kan de facility manager niet volstaan met het opstellen van een programma van eisen, het aanbesteden en het afsluiten van het cateringcontract. Er komt meer bij kijken. Ik ben van mening, dat bij de aanbesteding de afdelingen HRM en Marketing betrokken moeten zijn. Alleen dan is de cateraar in staat om een voorstel te maken dat enerzijds aansluit bij het HRM-beleid en anderzijds bij het marketingbeleid. Met andere woorden: dan pas is de cateraar in staat een optimaal aanbod te doen. Onze slogan is: “Uniciteit met aandacht voor mensen”. Verder moet de cateraar ondersteunend zijn aan de missie en visie van de opdrachtgever. Daarom willen we graag de kernwaarden van onze opdrachtgever vaststellen. Daarna kunnen we ons pas verplaatsen in de klant en hetgeen die wil uitstralen.’

Je bedrijf staat er om bekend, dat er sprake is van een opmerkelijk laag ziekteverzuimpercentage en dat er sprake is van weinig verloop. Ik begrijp dat je visie en aanpak ook van invloed is op dit soort cijfers bij je opdrachtgevers.

‘Klopt. Ik heb het dan niet alleen over het aanbieden van een gevarieerd en gezond assortiment, maar ik trek dat breder. Doordat we ons erg verdiepen in de cultuur bij de opdrachtgever kunnen we een goede rol spelen op dat terrein. Basis moet dan wel de betrokkenheid van HRM zijn, vanaf het eerste begin. Alleen op die manier weet je wat er speelt en kan je daar als bedrijf op aansluiten. Mijn filosofie luidt “Als je meer pure aandacht geeft aan je mensen, krijg je een betere kwalitatieve en creatieve ontwikkeling van je bedrijf”. Indirect betekent meer aandacht: een lager ziekteverzuim, minder WIA-instroom, een laag verloop, minder faalkosten en bovendien een betere werksfeer.’

Waarom moet de marketingafdeling betrokken zijn bij het cateringcontract?

‘De doelstelling van veel bedrijven is het genereren van omzet. In het realiseren van deze doelstelling kan de cateraar ook een behoorlijke grote rol spelen. Hierbij denk ik niet alleen aan de verzorging van incidentele evenementen als recepties, maar met name aan de day to day business. Als het bedrijf in kwestie klanten ontvangt of rondleidingen geeft aan geïnteresseerden, is het van groot belang dat de verzorging perfect is. Dan komt ook de creativiteit van de cateraar om de hoek kijken. Die kan ervoor zorgen, dat de catering bijdraagt aan hetgeen het bedrijf wil uitstralen.’

In deze tijd is het lastig om aan goed personeel te komen en om mensen te houden. Ik begrijp, dat je aanpak daar goed op aansluit.

‘We hebben recent een opdracht gekregen om hier zeer gericht aan te werken. Hierbij gaat het niet alleen om de dagelijkse verzorging, maar om een aanzienlijke bijdrage op dit gebied. Je moet dan denken aan een compleet concept wat moet binden en boeien. De eerste signalen zijn gunstig.’

Kun je een voorbeeld geven, van toegevoegde waarde voor de afdeling marketing?

‘Een van onze opdrachtgevers had grote moeite met het maken van afspraken met beslissers. Wij hebben een concept ontwikkeld, waardoor deze uitdaging op een creatieve manier is opgelost. Nu is er sprake van een gemakkelijke binnenkomer.’

Bovenstaande thema’s gaan vooral op voor commerciële bedrijven, hoe speel je in op de vraag bij non-profit organisaties?

‘Ook een instelling zal gastgericht en kwalitatief moeten zijn, dus in principe hanteren we dezelfde benadering.’

Je bent regionaal een grote speler, met bijna duizend medewerkers. Ga je ook landelijk opereren?

‘Onze medewerkers noemen we overigens samenwerkers. Onze afdeling P&O heet S&O. We zijn al landelijk actief en gaan steeds meer landelijk werken.’



Bob Hutten

Op welk terrein verwacht je het meest te groeien?

‘We zetten in op een forse groei in het segment Businesscatering, personeelsrestaurants.’

Koos Groenewoud CFM, redactielid FMI en senior consultant Triple A Total Facility Management.