

'Bedrijfsrestaurants moeten ambiance verbeteren'

# Werkdruk schaadt cateraar

## ■ CATERING

**WAGENINGEN - Voor het eerst heeft de werkdruk het gewonnen van de prijs als reden om niet elke dag in een bedrijfskantine te gaan eten. Kantinebezoekers vormen over het algemeen een trouwe klantengroep, maar zeker ten aanzien van de sfeer en de aankleding van het zitgedeelte kan er nog veel worden verbeterd.**

Dit blijkt uit het Nationaal Cateringonderzoek van onderzoeksbureau Foodstep onder werknemers, catering- en facilitair managers. Eind 2007 gaf 18 procent van de ondervraagden aan dat er door werkdruk te weinig tijd is om te lunchen, de pauze te kort is of het restaurant te ver weg. In 2006 was dit nog 15 procent. Van de ondervraagden vindt 12 procent het te duur om elke dag in de bedrijfskantine te eten, tegen 16 procent in 2006. Foodstep noemt het 'een slechte ontwikkeling' dat het aspect 'werkdruk' het aspect 'geld' voorbij is gestreefd. Volgens Foodstep kan de cateraar de werkdruk niet of nauwelijks beïnvloeden en laten resultaten bovendien steeds zien dat de bedrijfskantine voor werknemers juist een plek is om even te ontspannen en sociaal bezig te zijn met collega's. Uit het onderzoek blijkt verder dat werknemers meer aanke-

ding en sfeer willen in hun bedrijfskantine. In 2005 bleek al dat meer horeca-elementen een belangrijke wens is bij bezoekers van bedrijfskantines. Ten aanzien van het productaanbod van het 'ideale' bedrijfs-

restaurant is de wens bij voorkeur vers en gezond, met een knipoog naar gedurfde, innovatieve producten. Ook hier kan de catering nog verbeteren ten opzichte van de horeca. Zo krijgt de smaak van war-

me producten bij de cateraars een 6,8 waarmee het sterk achter blijft bij de horeca. Het totaaloordeel van bedrijfscatering ligt op 6,8 terwijl de horeca (restaurants) met een 7,9 wordt beoordeeld.

## Esso opent grootste On the Run aan A13



**PIJNACKER - Tankstation Ruyven aan de A13 is verbouwd tot de grootste Esso On the Run van Nederland. Op meer dan 200 m<sup>2</sup> vindt de automobilist alles op het gebied van eten en drinken voor onderweg. Snelheid, service en assortiment staan in het concept centraal. Alle broodjes worden ter plekke vers bereid. Ook bijzonder: de shop heeft geen zoetwarenwaterfall, maar een presentatie in de counter. ZIE OOK PAGINA 4**

Preview-evenement moet branche inspireren en overtuigen

# Shops Food Event naar voorjaar 2009

## ■ BEURZEN

**NIEUWVEEN - Het Shops out.of.home Food Event is uitgesteld tot voorjaar 2009. In overleg met het adviescomité is dat door initiatiefnemer Ondernemers Pers Nederland besloten. Wél komt er in de loop van dit jaar een 'preview'-evenement waarin de doelstellingen, meerwaarde en aantrekkelijkheid van het Food Event inhoudelijk uiteen worden gezet.**

Met deze beslissing is een eind gekomen aan de onzekerheid over de uitstel van het event, na het beëindigen van de joint-venture tussen OPN en VNU Exhibitions. Omdat het inspireren van bezoekers centraal staat op het Shops out.of.home Food Event, is ervoor gekozen om de beurs naar het voorjaar te verschuiven. Dat is namelijk bij uitstek het moment waarop fabrikanten met nieuwe producten,

marktvisies en concepten komen en de handel open staat voor inspiratie vanwege de jaarlijkse inkoopperiode. De organisatie is van mening dat deze factoren leidend moeten zijn voor de keuze van een definitieve datum van het breed opgezette buitenshuisplatform.

### Preview

De organisatie van het Shops out.of.home Food Event heeft in

overleg met het adviescomité wel besloten om in de tussenliggende tijd een evenement te organiseren met als bedoeling handel en industrie te inspireren en overtuigen van de doelstellingen en de aantrekkelijkheid van een nieuw en overkoepelend buitenshuisplatform. Volgende maand wordt hierover meer bekend gemaakt.