

CATERAAR KAN NOG VEEL TERREIN WINNEN IN HET ONDERWIJS

SCHOLENMARKT IS BOOMING

Is de rek er in de bedrijfscatering wel zo'n beetje uit, de onderwijs catering groeit nog steeds. Uit cijfers van bureau Foodstep (in Foodservice Essentials 2006) blijkt dat ongeveer 80 procent van de onderwijsinstellingen in het voortgezet en het wetenschappelijk onderwijs beschikt over een kantine of restaurant. Slechts 37 procent daarvan is uitbesteed aan een (Veneca-)cateraar.

Daar liggen dus volop kansen. Niet voor niets zetten – vooral de grote – cateraars in op deze markt. De afgelopen jaren toont de uitbestedingsgraad dan ook een sterk stijgende lijn: rond de eeuwwisseling had nog minder dan 20 procent van de scholen het restaurant/de kantine uitbesteed aan een van de Veneca-leden. Dit percentage is dus in acht jaar bijna verdubbeld. Dat geldt ook voor de omzet in de booming onderwijs catering. Van €110 miljoen in 1996 ging die naar €200 miljoen vorig jaar.

Restaurants binnen het onderwijs zijn doorgaans bijna vijf uur per dag geopend en trekken dagelijks gemiddeld ruim 250 bezoekers. Scholen hebben over het algemeen het grootste keukenoppervlak, maar liefst 66 m². Voor de totale markt van de bedrijfscatering is dit gemiddeld 45 m². Ook het verkoopoppervlak is bij scholen groter dan gemiddeld: 62 m² tegenover 51 m². Het zitoppervlak bedraagt op scholen maar liefst bijna 230 m². Gemiddeld in de bedrijfscatering is dit ongeveer 50 m² minder.

De dagomzet per school ligt met €900,- tot €1000,- ver boven die in andere branches. De gemiddelde besteding ligt 's middags wat hoger dan elders. Het feit dat scholieren vaak meerdere keren op een ochtend/middag een aankoop doen in de kantine, kan hiervoor een verklaring zijn. In andere branches is vaak alleen de lunch een aankoopmoment (bron: Nationale >





FOTO: WILLEM PATERIK

PRODUCTTREND

Cateringonderzoek 2006, Foodstep). Alleen al vanwege het grote(re) aantal eetmomenten is de onderwijsmarkt een interessante, niet alleen voor cateraars maar ook voor de foodindustrie.

AUTOMATEN

Diverse aanbieders spelen handig in op de kansen die de onderwijsmarkt biedt. Zo wil Meal Company met een automaat, de *Caterer*, een vaste plek veroveren in de kantines van scholen. „Op scholen is voeding een enorm thema. Er staan nu veel snack- en snoepautomaten”, weet Caroline van den Bosch van Meal Company. Om ook op de gezondheidstrend in te spelen, kan de enorme automaat een verantwoord assortiment bieden. „Samen te stellen in overleg met ons en de leverancier. Er is een toe-



De Caterer, de cateringautomaat die mikt op scholen.

nemende behoefte aan eten *on the go*. De generatie die nu op scholen en universiteiten zit, is gewend aan eten uit automaten en is bekend met de werking ervan”, aldus Van den Bosch.

De automaat biedt ruimte voor onder meer honderden salades, sappen, sandwiches, energy drinks, soepen én maaltijden. Op te warmen in een van de ingebouwde magnetrons. Bijkomend voordeel is dat de onderwijsinstelling op het

ingebouwde beeldscherm boodschappen van algemeen (of commercieel) nut kan tonen. De Caterer is te koop (rond €37.000,-), te huur (€1200,- per maand) of te leasen (€700,- per maand).

BIOBITES OP 26 SCHOLEN IN NOORD-HOLLAND

De kantines van 26 middelbare scholen in Noord-Holland hebben sinds half april biologische broodjes, melk, vleeswaren en fruit. Het gaat om een proef die de middelbare scholier aan de biologische producten moet krijgen. Samen met de campagne Noordhollandsegrond verzorgt schoolcateraar Cormet uit Hem (N-H) het assortiment onder de noemer BioBites. Leerlingen zijn niet duurder uit als ze biologische producten kopen. Met de proef, die tot eind 2007 duurt, worden 80.000 middelbare scholieren bereikt. Als de biologische broodjes, boter, beleg, melk, thee, appels, tomaten, kaas, komkommer, eieren en sappen in de smaak vallen, worden ze vanaf volgend jaar bij vrijwel alle Nederlandse middelbare scholen verkocht. Op www.biobites.nl kunnen leerlingen ook hun mening geven over hun kantine.

ALLEEN MAAR GEZOND

Uit onderzoek van de Voedsel- en Waren Autoriteit (VWA) blijkt dat slechts een derde van de scholen een goede verdeling heeft tussen gezonde en minder verantwoorde producten in kantines en automaten. Volgens de VWA is het voor scholieren en studenten gemakkelijker om te kiezen voor ongezond dan voor gezond.

Daarvan is bij *Fresh Tapas* geen sprake, want in deze automaat zitten alleen maar gezonde producten. Ontwikkeld door The Greenery, een afzetorganisatie voor groenten en fruit. *Fresh Tapas* verstrekt drie zogeheten product-ranges: puur fruit, frisse salade en snackgroente. Scholieren kunnen met deze handzame miniporties groenten en fruit ook eens verantwoord snacken.

De Automatencentrale in Neede heeft een soortgelijke automaat met groenten en fruit. Ook de naam, *Fresh Day*, toont grote gelijkenis met het concept van The Greenery. Uit een test bleken de bakjes sla en minitomaatjes op een hogeschool wél te lopen, op een middelbare school niet. Waarschijnlijk omdat de 12 tot 16-jarigen de verantwoorde 'snacks' te duur vinden.

Voor de beste cateraars van Nederland.



TOP BAKKERS®
www.topbakkers.nl
www.lunchservicenederland.nl

- Tel. 055 - 599 82 22 - Fax 055 - 599 82 28 - E-mail: kantoor@topbakkers.nl

PRODUCTTREND



Leerlingen kunnen nu gezonder snoepen, aldus Red Band over het nieuwe snoepje Truly.

Onder verantwoord valt volgens Leaf ook het nieuwe snoepje *Red Band Truly*. De fabrikant biedt de fruitgums aan voor portiecontrole in schoolkantines. De Truly-snoepjes bevatten 30 procent minder suikers, en echte fruitsappen en natuurlijke kleurstoffen. De kleurextracten zijn van bekende groenten. Zo worden rode bieten gebruikt voor rood, kurkuma (afkomstig van een wortelsoort) voor geel en paprika voor oranje. „Met Truly is er nu een alternatief voor de bewuste snoeper”, aldus Mark Visser, marketing-

directeur bij Leaf. „Snoepen is een verwenmoment, een beloning. Het belangrijkste voor de consument blijft een lekkere smaak. Als we daaraan blijven voldoen, is de keuze gemakkelijk.”

Truly wordt ook geïntroduceerd in Finland, Zweden en Denemarken. In Nederland komen voor kinderen en volwassenen tien varianten op de markt, luisterend naar ludieke namen als *Berries in love*, *Singing in the rain* en *Party animals*. De snoepjes voor de kinderen zijn speels gevormd. Op de Europese ranglijst van inname van suikergoed staat Nederland met 5,2 kilo per volwassene per jaar overigens in de middenmoot.

Ook LU speelt in op de gezondheidstrend. „Naast de klassiekers *MilkBreak* en *Evergreen*, van oudsher al veel verkocht op middelbare scholen, hebben we de laatste jaren een aantal nieuwe concepten op de markt gebracht dat ook de jongvolwassenen aanspreekt”, vertelt Jolanda Laurijsen, category manager van LU. Ze wijst op onder meer *LU Time Out* en *Fruitkick*. „En dit jaar natuurlijk *Liga YoBreak*, *Liga Evergreen Crunchy* en *Cracottes Kant&Klaar*.”

In samenwerking met Albron is zelfs een display ontwikkeld voor verantwoord tussendoor. Naast die categorie is LU ook actief in de hartige tussendoortjes, met als belangrijkste introductie dit jaar *Tuc Pocket*. Dit product voldoet aan het portiegroottevoorschrift van het Voedingscentrum (<30 g). Ook in de broodvervangers is LU een belangrijke aanbieder met *Cracottes*, per twee stuks verpakt. „Slechts 25 kcal per portie”, weet Laurijsen.

VERZADIGING

Er kleeft één gevaar aan de gezondheidshype. De consument kan verzadigd raken van de boodschap over gezond. Dat staat als langetermijntendens beschreven in een rapport van Sodexho Education, de onderwijsdivisie van de cateraar. „We moeten niet het vingertje heffen”, aldus Robert Verhoeven, adjunct-directeur commerciële zaken. Desondanks staat *Gezond, gezond, gezond* vermeld als tendens. Nog meer langetermijntendensen volgens Sodexho: functional foods, people are eating on the run, en een reclameverbod voor ongezonde producten. Als tendens voor de korte termijn noemt de cateraar een ‘verdere outsource van catering op universiteiten en voortgezet onderwijs’.

Volgens Verhoeven is Sodexho wereldwijd nummer 1 in schoolcatering, en is de verzorging van de f&b in het onderwijs goed voor een kwart van de totaalomzet. „In Nederland is dat maar 5 tot 10 procent”, weet Verhoeven. „Die 25 procent halen we waarschijnlijk nooit, maar we willen wel naar 15 procent. Wij willen ons onderscheiden als de cateraar die weet wat stu-



Met Albron ontwikkelde LU een display voor verantwoord tussendoorproducten op scholen.

denten willen.” Verhoeven wijst daarbij op de vele contacten die er volgens hem zijn met studenten. „Officieel en informeel.” Met Foodstep zette Sodexho ook het online researchconcept www.studentenpanel.info op. Met onder meer de kennis uit dat panel kwam het gloednieuwe restaurant van de Haagse Hogeschool tot stand, Sodexho Education Food Experience. Een van de paradepaardjes van de cateraar (zie ook de beeldreportage in *Misset Catering 1* van dit jaar).

BASISSCHOLEN

De cateraars hebben vooral ingezet op hogescholen en universiteiten, en in iets mindere mate op het middelbaar onderwijs en de ROC's. De uitbesteding van catering in het primair onderwijs is onderwerp van discussie bij cateraars. De verzorging van eten en drinken op basisscholen wordt (nog) als te complex gezien. Toch lijken de ontwikkelingen gunstig. De roep om overblijven op scholen wordt steeds groter. In Amsterdam wees onderzoek zelfs uit dat één op de vijf ouders wil dat hun kind een ontbijt wordt aangeboden op school, c.q. dat het voor schooltijd wordt opgevangen; één op de zeven pleitte voor naschoolse opvang.

Wat betreft schoolcatering voor de jongsten is gezondheid ook dé trend. Uit onderzoek van het nationaal gezondheidsinstituut NIGZ blijkt dat de helft van alle kinderen op een basisschool ongezond leeft. Ze eten te weinig groente en fruit, snoepen te veel en bewegen te weinig. Onder meer de concepten *Kids in balance*, *Happy weight kids* en *Lunch4Kids* proberen hier iets aan te doen. Gezonde voeding leidt zelfs tot betere prestaties op school, zo wees onderzoek van de universiteit in Hull uit. Van de 25.000 deelnemende studenten nam tweederde het gezonde menu, de rest koos voor het reguliere aanbod (frites/snacks). De ‘gezonde’ scholieren bleven langer rustig, konden zich beter concentreren en waren minder geprikkeld. Scholieren/studenten leren beter door gezonde voeding: een verkoopargument van jewelste voor cateraars. ■

INTERNETLINKS

Foodstep: www.foodstep.com

De Caterer: www.mealcompany.com

Voedsel & Waren Autoriteit: www.vwa.nl

Fresh Tapas: www.thegreenery.nl

Fresh Day: www.freshdayvending.nl

Red Band Truly: www.redband.nl

LU: www.lu.nl

Sodexho: www.sodexho.nl, www.studentenpanel.info

Kids in balance: www.balancematters.org

Happy weight kids: www.happyweight.nl

Lunch4kids: www.lunch4kids.com

Cormet: www.cormet.nl, www.biobites.nl,

www.noordhollandsegrond.nl