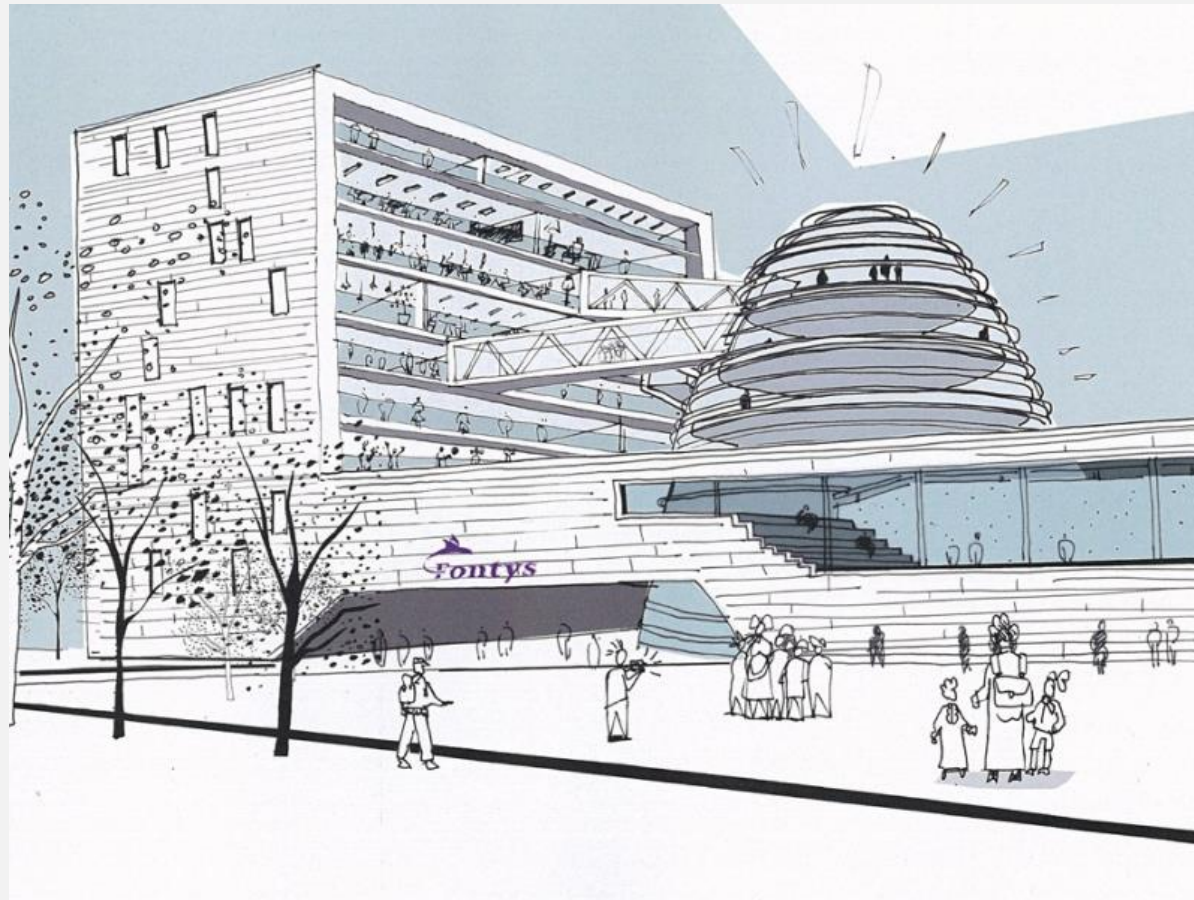


**VISIE ETEN EN DRINKEN  
FONTYS HOGESCHOLEN**



8 november 2016

## INHOUD

<b>1.</b>	<b><u>VISIE ETEN EN DRINKEN</u></b>	<b>3</b>
1.1	GEWENSTE SITUATIE	3
1.1.1	Product	3
1.1.2	Plaats	5
1.1.3	Prijs	6
1.1.4	Personeel	6
1.1.5	Presentatie	7
1.1.6	Promotie	8

## 1. VISIE ETEN EN DRINKEN

*Op elke locatie bij de doelgroep passende eet- en drinkvoorzieningen faciliteren die bijdragen aan het vervullen van de behoeften studeren, werken, ontmoeten, eten.*

### 1.1 Gewenste situatie

Een modern cateringconcept speelt in op de veranderende behoefte van haar gasten. Deze behoefte verandert gedurende de dag maar ook gedurende de contractduur. De ondernemer speelt hierop in en toont flexibiliteit en creativiteit. De gast wordt zowel service geboden in bemande omgevingen zoals restaurants en cafés als via automaten. Tijdens evenementen worden gasten verrast met banquetingservice waar men blij van wordt.

#### 1.1.1 Product

##### *Diversiteit en variatie*

Het assortiment kenmerkt zich door diversiteit en variatie. Op elke locatie van Fontys sluit het assortiment aan op de specifieke wensen van de doelgroepen. Bij HRM en Kind en Educatie een saladebar en yoghurt met vers fruit en bij Techniek en Natuurkunde naast de Berenhap een stoer broodje vlees of een basket met kippenkluijjes. Er is geen basisassortiment, wat de ondernemer de kans biedt dagelijks wisselende broodjes, soepen en/of gerechten aan te bieden. Met deze wisselende gerechten wordt ingespeeld op de seizoenen en eventueel bij het Instituut spelende thema's. De variatie in gerechten is breed en eigentijds: van sushi tot boerenbruin met kaas en van een ministamppotje tot quinoa salade. Het assortiment sluit aan bij de behoeften op verschillende momenten van de dag.



Diversiteit en variatie





*Vers, gezond en lokaal*

### *Vers, gezond en lokaal*

Het belang van gezonde voeding wordt steeds meer erkend. De ondernemer bereidt elke dag verse gerechten en bereidt een deel van de gerechten a la minute in het bijzijn van de gasten. Hij zoekt altijd de gezonde variant van elk gerecht. Daarbij biedt hij een keuze in voedzaam of light en maakt hij voedingswaarden inzichtelijk. Dit sluit uitstekend aan op het thema 'Bewuster Kiezen' uit de duurzaamheidsagenda van Fontys H&F. Daarnaast komen thema's uit het Fontys Fit beleid terug in het assortiment. Lokale specialiteiten worden waar mogelijk in het assortiment opgenomen, zoals de Brabantse worstenbroodjes en Limburgse vlaaien.

### *Verrassend en ontzorgend*

De banquetingmap sluit aan bij de thema's diversiteit en variatie. De online map vervult de behoeften van de gebruikers Fontys breed. De contouren van de map blijven het gehele jaar door herkenbaar, maar de invulling varieert. Vergaderlunches bestaan uit een wisselend broodje, soep of salade en zoetheid van de dag. De ondernemer verrast door bijzondere producten: een fruitkistje met lokaal fruit, een koektrommel met vers afgebakken koekjes en een bak popcorn met spannende smaken. De borrelarrangementen houden rekening met evenementen met wel of geen alcohol. De ondernemer komt zelf met ideeën voor evenementen zoals diploma-uitreikingen en biedt ook dan bijzondere arrangementen.



*Verrassend en ontzorgend*

### 1.1.2 Plaats

#### *Eigentijds en flexibel*

De uitgiftes zijn eigentijds ingericht en sluiten aan bij de doelgroepen van de locatie. Een gedeelte van de inrichting is flexibel waardoor buffetten wekelijks of maandelijks anders kunnen worden neergezet. Ook aankleding is flexibel: planten, luifels, verlichting, schalen en andere attributen wisselen van plaats en in gebruik. Ook in de loop van de contractduur kan er gewisseld worden van totale uitstraling zodat de uitstraling eigentijds blijft.



*Eigentijds en flexibel*



*Thuisgevoel*

#### *Thuisgevoel*

De uitstraling van de uitgifte sluit naadloos aan bij de identiteit van het instituut of de omgeving. Hierdoor voelt de gebruiker zich meteen thuis wanneer hij het restaurant betreedt. Doordat gerechten vers bereid worden en voor een gedeelte in het bijzijn van de gast, staan er mooie pannen op het vuur en liggen er verse ingrediënten in het zicht.



### 1.1.3 Prijs

#### *Acceptabel*

De prijzen dienen te passen bij de uitstraling van de uitgifte en de kwaliteit en presentatie van het product. Studenten zijn bereid voor een Starbucks koffie twee keer zo veel te betalen dan voor een andere koffie door de merknaam, de uitstraling en de kwaliteit. Belangrijk is dat de gebruiker de prijs acceptabel vindt voor het geboden product. De prijs kan dan ook per locatie anders zijn afhankelijk van de daar geboden producten en uitstraling. De prijs voor uniforme producten dient gelijk te zijn.



*Acceptabel*

### 1.1.4 Personeel

#### *Professioneel en gastvrij*

Personeel heeft een prettige en professionele uitstraling. Bereidingen in het zicht worden met flair uitgevoerd en daarmee wordt de presentatie extra aantrekkelijk. Personeel is altijd gastvrij en vriendelijk. Bij grote drukte wordt er efficiënt gewerkt en bij rustigere periodes is er ruimte voor een praatje. Personeel op managementniveau is een professionele en proactieve gesprekspartner voor het management van Fontys.



*Professioneel, gastvrij en persoonlijk*

#### *Persoonlijk*

Doordat personeel langer op een bepaalde locatie werkzaam is, kent men de opleidingen en de studenten en medewerkers. Men maakt als het mogelijk is een praatje, denkt mee in het aanbieden van passende producten en arrangementen en staat open voor verschillende vormen van samenwerking.

### 1.1.5 Presentatie

#### *Vers en gezond*

De presentatie van het assortiment is aantrekkelijk en kenmerkt zich door verse groenten en fruit en groene kruiden. Doordat gerechten in het zicht van de gebruiker worden af-bereid, wordt de vers beleving versterkt: grote soeppannen staan te borrelen op het vuur, de kip in de wokpan wordt omgeschud en vers brood dat wordt gesneden geeft een heerlijke geur af. De saladebar staat in het midden van de ruimte en de yoghurtbar valt op door de grote schalen met vers fruit. Gezonde gerechten trekken in deze setting meer de aandacht dan de gefrituurde snacks en saucijenbroodjes.



*Vers en gezond*



*Ontspannen luxe*

#### *Ontspannen luxe*

Studenten die de tijd nemen om in een ontspannen setting sociaal te recreëren en te eten, kunnen verse gerechten bestellen die voor een deel naar wens worden bereid. Noodles met allerlei soorten groenten en vlees of broodjes die volledig naar eigen wens worden belegd. Ook staat er bij sommige producten een kookwekker op de plaats waar het product komt te staan: wat is er lekkerder dan vers afgebakken appeltaart? De student neemt alvast plaats in het restaurant en komt terug als de tijd op de wekker is verstreken.





*Noodzakelijk snel*

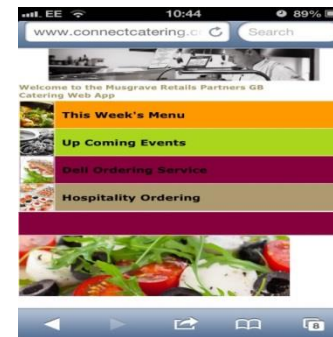
### *Noodzakelijk snel*

In zowel rustige tijden als in piektijden zijn er altijd een aantal producten voorradig en meteen te pakken door gebruikers die haast hebben. Er liggen altijd een aantal broodjes bereid klaar, er is altijd één soep warm en een fruitsalade voorbereid in bekertjes. Het to-go assortiment geeft studenten die na een lange schooldag de trein instappen naar huis de mogelijkheid nog even snel iets mee te pakken.

### 1.1.6 Promotie

#### *Uitnodigend*

De ondernemer zorgt voor eigen promotie van het menu. Hij maakt daarbij gebruik van de nieuwste technieken en media om zo de doelgroep te bereiken en te verleiden om naar het restaurant te komen. Hij vindt hierbij aansluiting bij Fontys en waar mogelijk kunnen acties gezamenlijk worden opgepakt. Doordat de ondernemer en diens personeel de locaties en de daar gevestigde instituten goed kent, weet hij iedere doelgroep op eigen wijze te benaderen en zorgt voor uitnodigende uitingen.



*Uitnodigend*



