

The image shows the exterior of the Beeld & Geluid Hilversum building. The building's facade is composed of numerous horizontal panels, each featuring a different vibrant, abstract pattern in shades of red, orange, yellow, green, and blue. Below this colorful upper section is a ground floor with large glass windows and doors. In front of the building, there are several tall white flagpoles. One pole on the left holds a Dutch flag. The other three poles hold purple banners with white circular logos and the text 'BEELD & GELUID'. To the left of the building, there is a green tree. The sky is blue with scattered white clouds. The foreground shows a paved area and a road with a white crosswalk.

Programma van eisen

Beeld & Geluid Hilversum

INHOUDSOPGAVE

INLEIDING	3
1 NEDERLANDS INSTITUUT VOOR BEELD EN GELUID	3
1.1 Profiel.....	3
1.2 Missie en visie.....	4
1.3 Concept	4
1.4 Profiel Bezoekers.....	5
2 DOELSTELLINGEN EN HUIDIGE SITUATIE.....	6
2.1 Doelstellingen	6
2.2 Huidige horecavoorzieningen	6
3 MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN	7
3.1 Sustainable Development Goals.....	7
3.2 Duurzaamheid en circulariteit	8
3.3 Milieu	9
3.4 Inclusiviteit en diversiteit	9
4 TOEKOMSTIGE VOORZIENINGEN EN DIENSTVERLENING	11
4.1 Horecaconcept	11
4.2 Kengetallen	14
4.3 Assortiment horecavoorzieningen	15
4.4 Banqueting en evenementen	15
4.5 Pantry- en vergaderservice	16
4.6 Prijsbeleid	17
4.7 Promotie en marketing.....	17
5 GASTGERICHT WERKEN EN ORGANISATIE	19
5.1 Gastgericht werken	19
5.2 Algemeen.....	19
5.3 Taal	19
5.4 Opleidingen en trainingen.....	19
5.5 Beloning	19
5.6 Overname personeel	19
5.7 Vervanging dagelijks management.....	20
5.8 Bedrijfskleding, persoonlijke hygiëne en uiterlijke verzorging	20
5.9 ARBO	20
5.10 Bedrijfs Hulp Verlening (BHV) en EHBO.....	20
6 OVERLEG EN COMMUNICATIE	21
6.1 Overlegstructuur	21
6.2 Klachtenprocedure	21

6.3 Transitieplan.....	21
7 KWALITEIT EN SCHOONMAAK	22
7.1 Wet- en regelgeving.....	22
7.2 Kwaliteitscontroles.....	22
7.3 Schoonmaak	22
7.4 Afruimorganisatie	23
7.5 Afvalstoffen.....	23
8 BETAALWIJZE, ADMINISTRATIE EN MANAGEMENTINFORMATIE.....	23
8.1 Algemeen.....	23
8.2 Betaalwijze en omzetregistratie.....	23
8.3 Rapportage van (management) informatie	23
8.4 Financiële controle	24
9 JURIDISCHE ASPECTEN.....	24
9.1 Contractvorm.....	24
9.2 Regeling inzake gebruik van ruimten, inrichting, apparatuur en inventaris.....	24
9.3 Indexatie	25
9.4 Contractmanagement	25
BIJLAGE 1 BELEIDSPLAN 2022-2026 BEELD & GELUID	26
BIJLAGE 2 CIJFERS EN AANTALLEN DOELGROEPEN	26
BIJLAGE 3 PERSONEELSOVERNAME.....	26

INLEIDING

Dit programma van eisen is een informatiedocument waarin de wensen, uitgangspunten en randvoorwaarden in de verzorging van de cateringdiensten worden omschreven voor de locatie Beeld & Geluid Hilversum. (Hierna Beeld & Geluid).

Dit programma van eisen omschrijft de volgende onderdelen:

- I. Doelstellingen en uitgangspunten
- II. Huidige dienstverlening & gewenste toekomst
- III. Algemene informatie, processen en contract

Aanvullende informatie is opgenomen in de bijlagen.

In deel één zijn de doelstellingen en uitgangspunten opgenomen. In deel twee zijn de huidige situatie ten aanzien van de voorzieningen en de toekomst voorzieningen beschreven. Deel drie omvat de algemene hoofdstukken met een omschrijving van de processen en het contract.

We vertrouwen erop u met dit document te informeren & inspireren en zien uit naar uw inschrijving.

Alle cijfers, getallen en percentages die zijn weergegeven in dit programma van eisen zijn indicatief en er kunnen daarom geen rechten aan worden ontleend.

1 NEDERLANDS INSTITUUT VOOR BEELD EN GELUID

1.1 Profiel

Beeld & Geluid neemt je mee op reis om te ervaren, te leren, te onderzoeken én te genieten van hoe wij leven in media. We zijn er voor iedereen: individuele bezoekers, professionele mediamakers, leerlingen, leerkrachten, wetenschappers en journalisten.

Beeld & Geluid beheert één van de grootste gedigitaliseerde media-archieven ter wereld. Boordevol met onder meer radio, televisie, muziek, YouTube-video's, objecten, geschreven pers, podcasts en games. Onze dagelijks groeiende mediacollectie bewaren we als erfgoed voor de eeuwigheid, dat is onze wettelijke taak. Tegelijkertijd volgen we alle bewegingen van het wereldwijde medialandschap op de voet. Ons vertrekpunt bij alles wat we doen, is het belang van vrije media voor onze democratie.

We belichten de actualiteit vanuit media historisch perspectief. We laten zien hoe je zelf media inzet om je verhaal te vertellen, maar we tonen ook de invloed van media op je persoonlijke leven en op de samenleving. Dat doen we op verschillende manieren; online en in onze musea in Hilversum en Den Haag. Op beide locaties organiseren we talloze publieksactiviteiten, debatten en lezingen voor jong en oud. Scholen bieden we een breed pakket aan workshops rond mediawijsheid. Daarnaast stimuleren we academisch en journalistiek onderzoek.

We werken samen met een groot aantal partners, zoals creatieve mediamakers, aansprekende deskundigen, nationale en internationale universiteiten, betrokken bedrijven en spraakmakende influencers. Op die manier dragen we samen bij aan een open, vrije, inclusieve én mediawijze samenleving.

Verdere informatie is te vinden op de site van Beeld & Geluid www.beeldengeluid.nl en in het Beleidsplan 2022 – 2026 Nederlands Instituut voor Beeld & Geluid (bijlage 1).

1.2 Missie en visie

Missie

Wij versterken ieders leven in media.

Visie

Door media-erfgoed levend te houden, verantwoord mediagebruik te stimuleren en het vrije woord in tekst, Beeld & Geluid te bevorderen, dragen wij bij aan een pluriforme, creatieve en democratische samenleving.

Kernwaarden

- Verbindend

Bij Beeld & Geluid bouwen we, samen met partners, aan het Nederlandse mediageheugen. Het beschikken over inlevingsvermogen is hierbij essentieel. We maken nieuwe verbindingen tussen mensen, verhalen en organisaties.

- Verrassend

Beeld & Geluid verrast en inspireert publiek, partners en zichzelf met constant nieuwe en onverwachte creatieve producten, programma's, diensten en inzichten.

- Vooruitstrevend

Beeld & Geluid is voortdurend bezig zichzelf te ontwikkelen en te verbeteren. Dat geldt voor het beheer en behoud van onze collecties, de museale presentaties, de educatieve diensten, de kennisontwikkeling, de relatie met publiek en partners.

- Betrouwbaar

Beeld & Geluid opereert als onafhankelijk knooppunt in het Nederlandse medialandschap, waar het Nederlands media-erfgoed duurzaam bewaard wordt en in veilige handen is. We duiden de ontwikkelingen in het medialandschap en betrekken hier vanuit vele perspectieven externe deskundigheid bij.

- Veelkleurig

Het kleurrijke gebouw van Beeld & Geluid verwijst naar onze rijke en gevarieerde collectie, die verhalen uit de Nederlandse mediageschiedenis bevat. Deze verhalen worden vanuit verschillende perspectieven belicht,

rekening houdend met de verschillende culturele, religieuze en sociaal-maatschappelijke waarden.

- Vrolijk

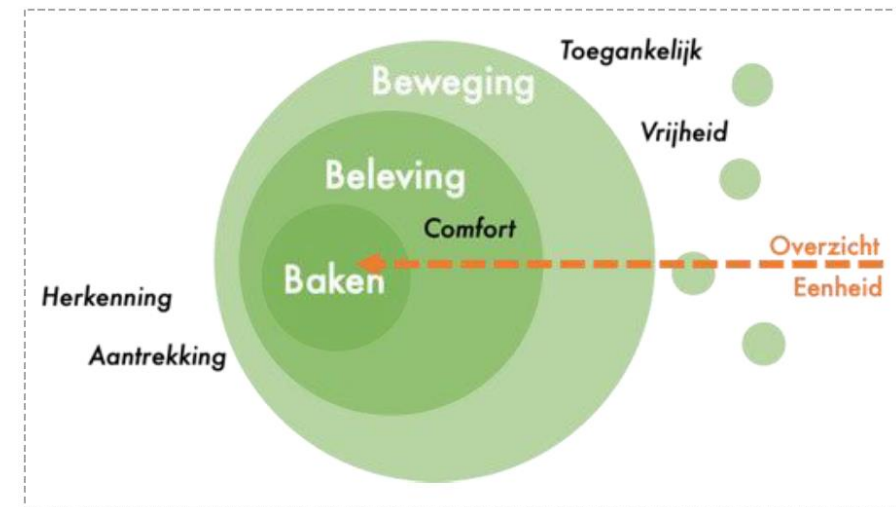
Media informeren maar zijn er zeker ook voor ieders vermaak. Daarmee is deze vrolijke kant van de media ook een verbindende kracht. Vrolijkheid is een positieve waarde die Beeld & Geluid graag inbrengt binnen en buiten de organisatie.

1.3 Concept

Bij de horecavoorzieningen gaat het om een uniforme inrichting van het binnen- en buitengebied die bezoekers een aangenaam verblijf biedt met:

- flexibiliteit in opstelling en diversiteit in gebruik.
- mogelijkheden om te communiceren en informeren.
- zichtbaar duurzaam en vooruitkijkend naar de toekomst.

Het basisconcept is weergegeven in onderstaand figuur.



- **Baken**
Een element 'eyecatcher' als functioneel **ankerpunt** in de ruimte geeft rust en herkenbaarheid voor de bezoeker.
- **Beleving**

Comfortabele en overzichtelijke inrichting zorgt voor een **ervaring** van rust en ontspanning

- **Beweging**
Rondom een losse en variabele invulling met praktische elementen met dezelfde uitstraling en gevoel.

1.4 Profiel Bezoekers

Ten behoeve van de bepaling van het gastvrijheidsmodel voor Beeld & Geluid is een doelgroep analyse gedaan. Door meer inzicht te krijgen over de beweegredenen van consumenten als het gaat om eten en drinken kan er beter ingespeeld worden op de wensen. Dit resulteert in een hogere tevredenheid en besteding. De volgende doelgroepen worden onderscheiden.

- **Museumbezoekers**
Meestal in groepjes (met kinderen) van 2 tot 6 personen. Willen een gezellig dagje uit. Zij willen lekker ontspannen en genieten van een kop koffie, tussendoortje en/of een lunch. Natuurlijk mogen de kinderen worden verwend maar liever ook een gezond alternatief. Toegankelijkheid is belangrijk voor Beeld & Geluid. Dit betekent dat ook de horeca zowel qua prijs en kwaliteit toegankelijk is, er is voor elk budget een assortiment beschikbaar.
- **Groeps- en zakelijk bezoek en overige evenementen (inclusief Top 2000)**
Deze groep gebruikers ziet Beeld & Geluid als inspirerende omgeving. De cateringdiensten dienen hierop te zijn aangepast. Voor veel bijeenkomsten geldt een creatieve maar redelijk afgebakende dienstverlening. Het vereist regelmatig maatwerk waarbij deze groep goed geadviseerd wil worden over de creatieve mogelijkheden. Een adequate prijs-/kwaliteitverhouding is evident. Immers er zijn concurrerende locaties beschikbaar en de balans tussen inspiratie en prijs is belangrijk om zoveel mogelijk aanloop te houden. B2B (Accommodatieverhuur zakelijke markt).
- **Scholieren (in groepsverband)**
De school kiest voor Beeld & Geluid als uitje voor de school. Er is weinig budget voor een uitgebreide lunch. Binnen het instituut bieden wij scholen tegen een gunstig tarief een lunch met verrassende inhoud. Uiteraard voldoet de lunch aan de normen van de Gezonde Schoolkantine.

• Overige gebruikers

Medewerkers van Beeld & Geluid. Zij willen graag elke dag, op een vaste tijd, met een dagelijks wisselend assortiment, verrast worden met lekkere, biologische, duurzame, gezonde producten tegen een lage prijs.

In onderstaand overzicht zijn is gemiddeld aantal bezoekers van 2018 tot en met 2022 weergegeven, opgedeeld in de verschillende doelgroepen van Beeld & Geluid.

	Totaal gemiddeld aantal bezoekers	Museum-bezoekers	Groeps- en zakelijk bezoek/ evenementen	Scholieren (groepsverband)
2018	210.007	130.204	50.402	29.401
2019	214.683	118.224	78.351	18.108
2020	54.456	38.425	9.693	6.338
2021	0	0	0	0
2022	74.950	74.950	0	0

De ambitie is dat Beeld & Geluid de komende jaren doorgroeit naar structureel 300.000 fysieke bezoekers op jaarbasis. In het eerste jaar na de opening wordt rekening gehouden met een eenmalige bezoekers bonus van +50.000 personen.

2 DOELSTELLINGEN EN HUIDIGE SITUATIE

Beeld & Geluid wenst een aantrekkelijke publiekshoreca, banqueting en evenementen en horeca voor medewerkers te realiseren, welke aansluiten bij de verschillende wensen en behoeften van de verschillende doelgroepen en tevens bij de eigen organisatie Beeld & Geluid.

2.1 Doelstellingen

Beeld & Geluid wenst een betrouwbare samenwerking met een horecapartner die alle horecavoorzieningen kwalitatief goed organiseert en waarbij 'gastgericht' ondernemen voorop staat en de kosten marktconform zijn. Het geboden assortiment is gevarieerd, lekker, gezond en verantwoord. Alle horecavoorzieningen zijn ondersteunend aan het primaire proces en bieden toegevoegde waarde aan de bezoekers en medewerkers van de organisatie. Beeld & Geluid wenst samen te werken met een creatieve, innovatieve, proactieve en volledig transparante partner.

1. Beeld & Geluid wenst een horecapartner die gezamenlijk met Beeld & Geluid de dienstverlening en samenwerking verder doorontwikkeld gedurende de gehele contractperiode.
2. Beeld & Geluid wenst een juiste invulling van het concept waarin de juiste vertaling van behoeften is gemaakt en dat een eigen karakter heeft.
3. Beeld & Geluid wenst een horecapartner die zich opstelt als partner in duurzaamheid en vitaliteit. De invulling en uitvoering creëert bewustwording rondom deze twee pijlers. De horecapartner voegt waarde toe in plaats van te onttrekken.
4. Beeld & Geluid wenst dat de kwaliteit van de horecamedewerkers op een opstekend niveau ligt en die met oprechte belangstelling aandacht geven aan de gasten. Termen die hierbij horen zijn representatief, horecamatige aanpak, gastgericht en gastheerschap, vriendelijk, behulpzaam, vaardig en in het bezit van uitstekende vak- en productkennis.
5. Beeld & Geluid wenst een flexibel contract af te sluiten met de horecapartner zodat gedurende de contractperiode de voorzieningen mee kunnen bewegen met de trends en ontwikkelingen in de markt en de steeds veranderende behoeften in vraag en aanbod.

6. Beeld & Geluid wenst een horecapartner die een gezond rendement behaalt als gevolg van kwalitatieve hoogwaardige voorzieningen die aansluiten bij de identiteit van Beeld & Geluid.
7. Beeld & Geluid wenst een prijsstelling te hanteren waarbij rekening gehouden wordt met de verschillende bestedingsniveaus zodat iedereen onafhankelijk van het besteedbaar budget, een keuze kan maken.
8. Beeld & Geluid wenst inclusieve horecavoorzieningen wat betekent dat er oog is voor dat iedereen, onafhankelijk van leefstijl of religie zich welkom voelt binnen de horecavoorzieningen. Inclusiviteit betekent daarnaast ook dat er plaats is voor medewerkers met een begeleidingsbehoefte.

Beeld & Geluid verstaat onder samenwerking het volgende:

- betrouwbaarheid
- volledige transparantie
- heldere communicatie
- nemen van verantwoordelijkheid, waarbij de horecapartner kennisexpert is en adviseur in het vakgebied
- ontzorging
- het vormen van één team samen met Beeld & Geluid

Beeld & Geluid verstaat onder modern, gastgericht ondernemerschap het volgende:

- verrassen met vernieuwende elementen en innovaties
- eigentijds zakelijk (geen witte hemden)
- bedienen van alle doelgroepen
- waarborgen kwaliteit
- flexibiliteit/ snel schakelen
- marktconforme kosten en prijzen
- voorlopend marktexpert - innovatief
- maatschappelijke verantwoordelijkheid
- inclusiviteit en diversiteit
- aansturen van een servicegericht en proactief team
- aandacht voor het account

2.2 Huidige horecavoorzieningen

Momenteel wordt de publiekshoreca inclusief de catering voor medewerkers van Beeld & Geluid, de pantryservice, vergaderservice en evenementen verzorgd door één ondernemer.

Binnen de huidige horecavoorzieningen wordt er een splitsing gemaakt tussen de daghoreca en catering voor vergaderingen en evenementen.

De huidige horecavoorzieningen bestaan uit een dag-exploitatie waarbij de voorzieningen voor de medewerkers geïntegreerd is in de dag-exploitatie. Daarnaast wordt de pantryservice uitgevoerd inclusief de vergaderservice en de evenementen.

Locatie Den Haag

Beeld & Geluid heeft ook een museum in Den Haag. Binnen deze voorzieningen wordt een splitsing gemaakt tussen:

- Daghoreca: deze bevindt zich op de begane grond: het café, de werkruimte, de centrale hal en de groepsruimte. Het zitgedeelte is gedurende de gehele dag toegankelijk als ontmoetingsplek en werkplek.
- Evenementen en vergaderingen: Beeld & Geluid beschikt over diverse evenementen en vergader ruimtes door het gehele gebouw.

De horecavoorzieningen in Den Haag wordt de komende tijd (1 jaar en 9 maanden) nog verzorgd door de huidige ondernemer. Het is mogelijk dat deze voorzieningen gedurende de contractperiode worden ondergebracht bij de horecapartner van de locatie Hilversum.

Doelgroepen

De cijfers en aantallen van de doelgroepen zijn in bijlage 2 weergegeven en dienen slechts ter indicatie. Er kunnen geen rechten aan worden ontleend.

3 MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN

In dit hoofdstuk worden de kaders beschreven vanuit Maatschappelijk Verantwoordelijk Ondernemen waaraan de dienstverlening minimaal moet voldoen. Deze aspecten hebben betrekking op alle hoofdstukken zoals in dit deel beschreven zijn.

Eten en drinken bij Beeld & Geluid kent geen geheimen. We zijn open over de ingrediënten en bereidingswijze van onze producten. Daarmee willen we gasten motiveren om zélf keuzes te maken die bijdragen aan hun vitaliteit. Onze inzet op het gebied van duurzaamheid is ook zichtbaar voor iedereen. Samen met gasten en horecapartner willen we impact hebben als het gaat om het reduceren van verspillingen en afval. Dat doen we bijvoorbeeld door te kiezen voor verpakkingsvrije materialen en voor 'buitenbeentjes'. Ook kopen we een gedeelte van ons assortiment lokaal in met liefde voor de keten. We stimuleren vegetarische en plantaardige voeding. Dat betekent niet dat er geen plaats meer is voor guilty pleasures omdat we ons beseffen dat gasten ook een dagje uit zijn.

De horecapartner faciliteert de gasten in het maken van duurzame en gezonde keuzes omdat het de makkelijkste en meest aantrekkelijke keuze is. Niet via informeren maar via verleiden want het aanbod van eten en drinken ziet er heerlijk uit, is prima geprijsd en is makkelijk te kopen. Dat het gezond en duurzaam is, is zo voor de hand liggend als voedselveiligheid.

Met gezond wordt een aanbod bedoeld dat past binnen de Richtlijnen Gezonde Voeding van het Voedingscentrum en/of Eat Lancet. Dus een aanbod dat iets toevoegt en natuurlijk zonder dat er op smaak wordt ingeleverd. Met duurzaam wordt bedoeld overwegend plantaardig, zoveel mogelijk seizoensgebonden, zoveel mogelijk lokaal geproduceerd, zo min mogelijk voedselverspilling, circulaire en de minst belastende productiewijzen, zo min mogelijk verpakkingen en inkoop van producten met relevante keurmerken.

3.1 Sustainable Development Goals

Door doelstellingen en maatregelen aan de SDG's te koppelen, geeft Beeld & Geluid concreet zijn duurzame ambities weer. Er is voor onderstaande SDG's gekozen omdat deze het beste bij de identiteit en visie van de organisatie passen.

1. **SDG 3:** Een gezond leven garanderen en welzijn voor iedereen bevorderen leeftijden
2. **SDG 4:** Verzekeren gelijke toegang tot kwaliteitsvol onderwijs en bevorder levenslang leren voor iedereen.
3. **SDG 8:** Bevorder aanhoudende, inclusieve en duurzame economische groei, volledige en productieve tewerkstelling en waardig werk voor iedereen.
4. **SDG 13:** Neem dringend actie om klimaatverandering en haar impact te bestrijden.
5. **SDG 17:** Versterk de implementatiemiddelen en revitaliseer het wereldwijd partnerschap voor duurzame ontwikkeling.

Dit uit zich in de volgende pijlers.

PIJLER 1: ENERGIEBESPARING EN CO2-REDUCTIE (SDG 13)

1. CO2-reductie: 15% reductie in 2025 ten opzichte van 2017:
 - Jaarlijks 2% reductie;
 - Jaarlijkse CO2-footprint in kaart brengen en voortgang publiceren;
 - Op langere termijn inkoop 100% NL groene stroom en/of GVO's;
 - Energiereductie -> jaarlijks 2% en
 - Zakelijke mobiliteit.
2. Jaarlijks terugdringen van vliegreizen en stimuleren treinreizen binnen de EU:
 - Inkoop: wanneer mogelijk criteria meenemen voor verminderen energieverbruik en/of CO2-reductie bij producten en diensten waar dit bij van toepassing is en
 - Jaarlijks CO2-footprint en voortgang publiceren.

PIJLER 2: VITALITEIT & INCLUSIVITEIT (SDG 3 EN 4)

1. Vitaliteitsprogramma in het kader van duurzame inzetbaarheid:
 - Gezondheid en ontspanning;
 - Opleiding en ontwikkeling;
 - Mobiliteit;
 - Gezonde en vitale medewerker: verzuimpercentage < 3% en
 - Opleidings-/ ontwikkelingsbeleid: % bruto jaarsalaris en goed werkgeverschap.
2. Diversiteit- en Inclusiviteitsbeleid:
 - Conform de Code Culturele Diversiteit (personeel, publiek, programma, partners) en

- Gendergelijkheid, verhouding m/v, leeftijd, etniciteit, opleidingsniveau, medewerkers met een beperking, medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt.

PIJLER 3: VOORBEELDFUNCTIE & PARTNERSCHIPS (SDG 17)

1. Projecten:
 - Partnerships;
 - BREEAM-In-Use certificering nieuwe museum en
 - Toonaangevende duurzame aannemers en leveranciers selecteren.
2. Bedrijventerrein – mediapark:
 - Motiveren en aanjagen verduurzamen mediapark.
 - MVO-jaarverslag:
 - Jaarlijks publiceren van MVO-jaarverslag.
3. Voorlichting bezoekers en partners.

3.2 Duurzaamheid en circulariteit

Beeld & Geluid verstaat onder duurzaam:

- Meer plantaardig en minder dierlijk
- Lokaal
- Seizoensgebonden en vers
- Keurmerken als hulpmiddel
- Minimalisering van voedselverspilling
- Gezond en vitaal
- Verpakkingsbewust
- Innovatief
- Circulair
- Sociale impact

Circulariteit

Beeld & Geluid zet in op de circulaire en lokale economie waarin waarde wordt toegevoegd in plaats van onttrokken. Dit houdt in dat Beeld & Geluid daar waar mogelijk streeft naar:

- het minimaliseren van waterverbruik en CO₂-uitstoot.
- naar een nieuwe verhouding in het gebruik van plantaardig en dierlijk eiwit (eiwittransitie).
- het gebruik van materialen met een minimale impact.
- alternatieven voor disposables of single-use plastics.
- het gebruik van verpakkingen te minimaliseren.
- het minimaliseren van het energieverbruik.

- het maximaal in omloop houden van producten, materialen en grondstoffen.

Daarnaast wenst Beeld & Geluid daar waar mogelijk circulair in te kopen. De essentie van circulair inkopen is dat de horecapartner borgt dat de producent of de verwerkende partij de producten, onderdelen of grondstoffen aan het einde van de levensduur of de gebruiksfase, met behoud van zoveel mogelijk waarde weer in de nieuwe cyclus zal inzetten.

3.3 Milieu

Beeld & Geluid is zich bewust van de noodzaak van een duurzame samenleving, die rekening houdt met toekomstige generaties. Beeld & Geluid hecht dan ook waarde aan een actief milieubeleid van de horecapartner. De horecapartner is continu op zoek naar (praktische) oplossingen om de belasting op milieugebied en CO₂ uitstoot te minimaliseren. De horecapartner past zoveel mogelijk milieu-, en diervriendelijke materialen en werkmethoden toe. Hierbij wordt het milieubelastend materiaal en plastic uitgesloten.

De horecapartner gaat zorgvuldig om met milieuaspecten. De horecapartner overlegt hiertoe jaarlijks voor aanvang van het contractjaar een actie-/ verbeterplan. 6 maanden na de opstart van het contract wordt het eerste actie-/ verbeterplan aangeleverd. Hierin wordt minimaal aandacht besteed aan de onderstaande aspecten:

- Energie- en waterverbruik;
- Afval- en afvalscheiding;
- Verpakkingen inclusief eenmalig servies;
- Voedselverspilling en derving;
- Het gebruik van reinigingsmiddelen;
- Aan de opdracht gerelateerd transport (personeel en middelen);
- Opleiding en werkinstructies medewerkers.

De horecapartner past zoveel mogelijk milieu- en diervriendelijke materialen en werkmethoden toe.

3.4 Inclusiviteit en diversiteit

Beeld & Geluid staat voor inclusiviteit en diversiteit en wenst dit ook in het ondernemerschap van de horecapartner terug te zien. De horecapartner draagt dit aantoonbaar uit.

Daarnaast moedigt Beeld & Geluid, in het kader van maatschappelijk verantwoord en inclusief ondernemen, de inzet van medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt (participatiewet) aan.

Toekomstige voorzieningen

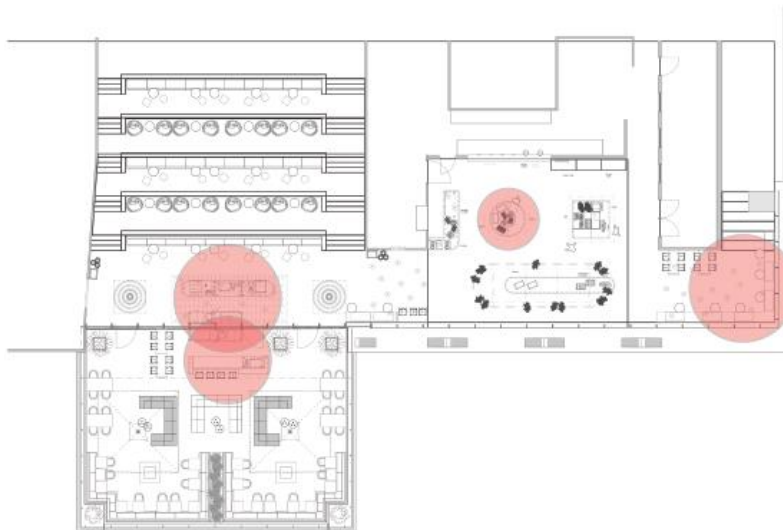
Beeld & Geluid

4 TOEKOMSTIGE VOORZIENINGEN EN DIENSTVERLENING

Wegens interne ontwikkelingen en veranderende verwachting van de consument heeft Beeld & Geluid besloten een nieuw horecaconcept te realiseren. Het huidige concept is niet meer passend bij de nieuwe propositie van Beeld & Geluid. Het doel is om door middel van een nieuw horecaconcept voor alle horecavoorzieningen, een totaal uitstraling te creëren die positief (financieel) bijdraagt aan het imago van Beeld & Geluid. De huidige situatie is het uitgangspunt. De tijdsplanning met betrekking tot de vernieuwing van de huidige voorzieningen zal in overleg met de nieuwe horecapartner worden overlegd. De implementatie van het nieuwe horecaconcept wordt bij voorkeur volledig gerealiseerd in Q1 2024.

4.1 Horecaconcept

Het nieuwe horecaconcept bestaat uit twee onderdelen, namelijk voor de publiekscatering en medewerkerscatering.



CONTENT

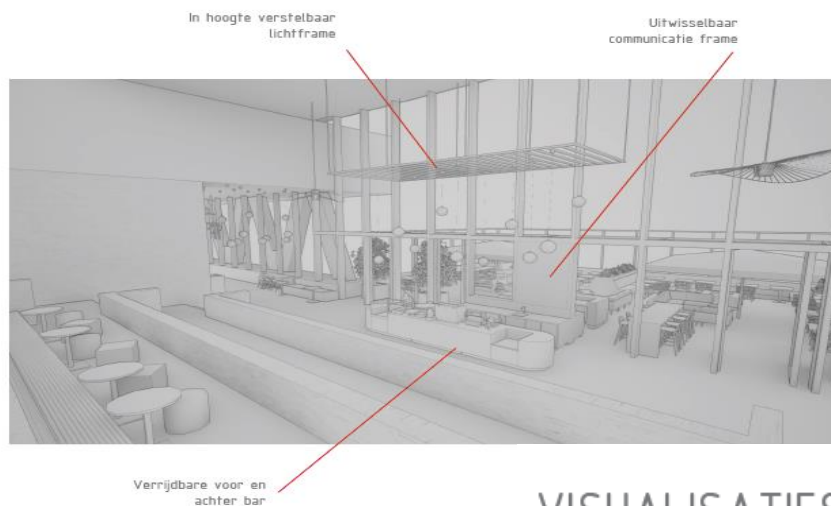
De publiekscatering wordt aangeduid met **CONTENT** wat een verwijzing is naar de inhoud van media, de boodschap, user content, inhoud van het eten, inhoud van ons mooie Nederland, voedingsstoffen in het eten, het verhaal achter het eten. Het doel van het restaurant is het zijn van een rustpunt. Een rustpunt met een duidelijk concept verhaal welke bijdraagt aan de totaalbeleving van onze bezoekers.

CONTENT staat voor eerlijk eten van eigen bodem, het vertellen van verhalen achter de Nederlandse streekproducten en gerechten, verhalen van vroeger en nu. Dit is tevens de connectie met Beeld & Geluid als archief en het nieuwe interactief 'museum'. Verhalen vertelt in verschillende vormen zoals analoog, digitaal, in beeld en in schrift. Met het vertellen van verhaal van onze eigen **CONTENT** kunnen we laten zien hoe kleurrijk en levendig ons eigen voedselaanbod in Nederland is.

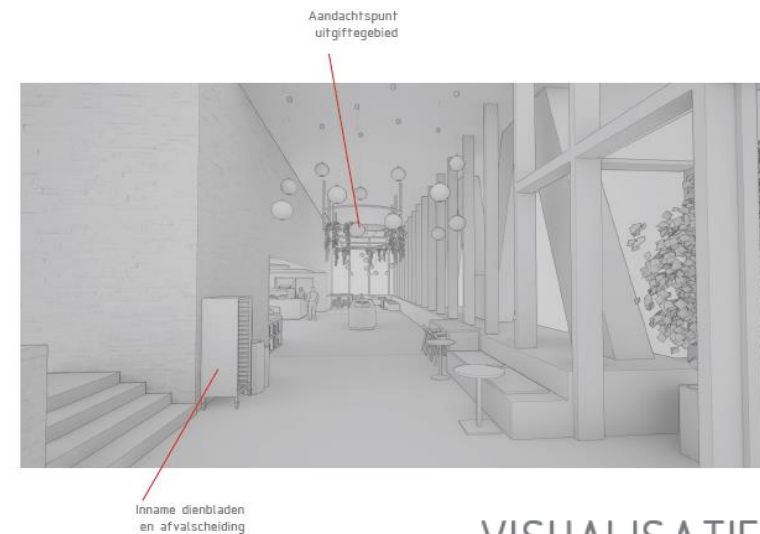
CONTENT staat ook voor gezond en voedzaam, met veel voedingsstoffen, dus eten met **INHOUD**.

CONTENT staat daarnaast ook voor innovaties. Denk aan Nederlandse kwekerijen en duurzame boeren die bijdragen aan het maken van nieuwe

CONTENT (producten) met de daarbij behorende verhalen. Gasten zullen worden verrijkt en verrast met nieuwe producten en gerechten welke bijdragen aan de totale bezoekersbeleving.



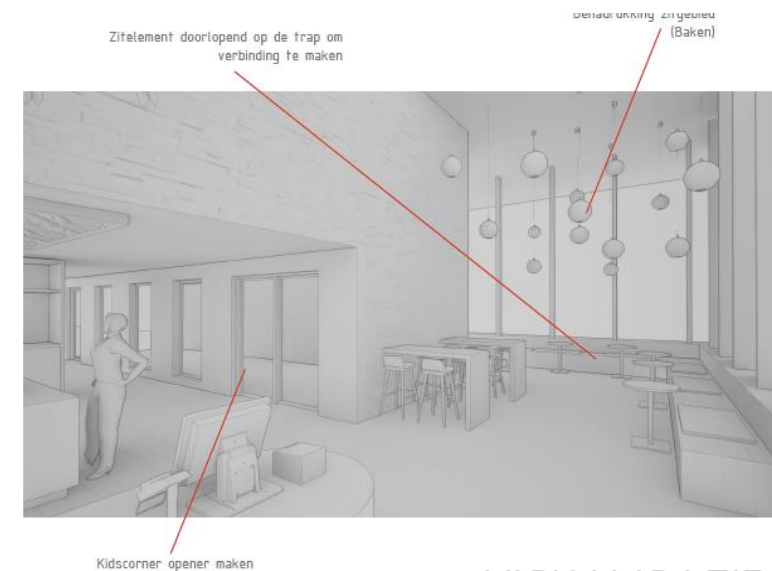
VISUALISATIES



VISUALISATIES



VISUALISATIES



VISUALISATIES



RHYTHM

De medewerkerscatering wordt aangeduid met **RHYTHM** wat een verwijzing is naar algoritme, user-based, maar ook naar in het ritme zitten, ritme van de week, ritme van onze natuur en de seizoenen, ritme van je dag. Het doel van eten en drinken voor de medewerkers is primair het verbeteren van de tevredenheid van medewerkers, het bijdragen aan een gezonde en voedzame levensstijl wat uiteindelijk bijdraagt aan het verminderen van verzuim, het verbeteren van algehele fitheid en de positieve effecten daarvan op (samen)werken en energie om elke dag een prestatie te leveren.

RHYTHM staat voor een dagelijks foodprogramma voor medewerkers, een vers aanbod van voedsaam en lekker eten, samen genieten en verbinding maken met elkaar, een betrouwbaar kwalitatief aanbod en het maken van gezonde en vooruitstrevende keuzes.

In het aanbod van **RHYTHM** is tevens dagelijks aandacht voor de specifieke behoefte van medewerkers, dit vanuit de gedachte dat je bepaalde voedingsstoffen nodig hebt voor bepaalde activiteiten. Er zijn 3 primaire voedingsbehoeften te onderscheiden namelijk: Boost, Energy en Focus.

- **Boost** bestaat uit snelle suikers, revitaliserend eten en voeding dat je een boost geeft.
- **Energy** bestaat uit langzame suikers, vezelrijke voeding waar je langer op door kan;
- **Focus** bestaat uit brainfood, noten, zaden, quinoa, eten dat je helpt scherp te blijven.

Door medewerkers bewust te maken wat eten met je doet gedurende de dag gaan medewerkers bewuster eten. **RHYTHM** biedt een dagelijks vers en gevarieerde lunch welke kan worden genoten op 1 van de 3 daarvoor aangewezen kantoor verdiepingen. De lunch is altijd per persoon verpakt in duurzame disposables zodat het makkelijk is mee te nemen naar de gewenste plek in het gebouw.



alle horecavoorzieningen en nemen hun verantwoordelijkheid hierin. De horecapartner maakt als het ware onderdeel uit van Beeld & Geluid. Beeld & Geluid wenst daarom ook een white label samenwerking aan te gaan zonder naamsvermelding van de horecapartner.

Het restaurant is gelegen op verdieping -1 en is toegankelijk voor bezoekers van het museum, alle gebouwgebruikers en hun gasten. De zitgelegenheid is in terrasvorm opgebouwd naar de begane grond. Aangrenzend aan het restaurant is een terras gesitueerd met ligging op het zuidwesten en aan de vijver. Ook hier kunnen de gasten gebruik van maken. Het is mogelijk dat bezoekers gebruik maken van het algemene zitgebied zonder dat consumpties verplicht zijn, bezoekers kunnen hier ook de meegebrachte etenswaren nuttigen.

Het restaurant bestaat uit een free flow gedeelte waar het assortiment zichtbaar gepresenteerd wordt. Het restaurant heeft daarnaast ook een bar gedeelte dat ook dienst doet als een espressobar. Momenteel maken de medewerkers ook gebruik van dit gedeelte. In overleg met de horecapartner wordt afgesproken wanneer het medewerkersrestaurant naar de kantooromgeving wordt verplaatst.

4.2 Kengetallen

Het aantal medewerkers in dienst van Beeld & Geluid is circa 265 voor de locatie Hilversum. De aangegeven gemiddelde besteding in onderstaande tabel is het gemiddelde van de medewerkers en bezoekers. De gemiddelde besteding van de medewerkers wordt ingeschat op € 4,22 incl. BTW.

Doelgroep	Gemiddeld aantal openingsdagen	Gemiddeld aantal bezoekers restaurant per jaar in 2019	Gemiddelde besteding per bezoeker restaurant
Bezoekers	310	118.224	€ 7,58
Medewerkers	250		

In de onderstaande tabel is de bandbreedte weergegeven van het aantal medewerkers die dagelijks in het restaurant eten. Op de woensdagen en vrijdagen is het rustiger in vergelijking met de rest van de week.

Beeld & Geluid wenst voorzieningen te creëren rekening houdend met verschillende niveaus van dienstverlening en een hoog professionaliteitsgehalte maar waarbij de focus te allen tijde ligt op de gast/ eindgebruiker. De horecapartner ontzorgt Beeld & Geluid op alle vlakken met betrekking

Weekdag	Bandbreedte
Maandag	79-109
Dinsdag	125-155
Woensdag	67-97
Donderdag	107-137
Vrijdag	37-67

De omzetten zijn hieronder weergegeven gesplitst in de categorieën restaurant, banqueting intern, banqueting extern en vergaderlunches.

Categorie	2019	2022
Omzet restaurant	€ 856.025	€ 415.792
Omzet Banqueting intern	€ 352.660	€ 40.000
Omzet Banqueting extern	€ 354.720	€ 314.500
Vergaderlunches		€ 24.989

De openingstijden van de publiekshoreca (dag-exploitatie) lopen gelijk met de openingstijden van het museum en zijn van dinsdag tot en met zondag van 10:00 uur tot en met 17:00 uur geopend. Het museum is gesloten op de maandagen, Koningsdag en eerste Kerstdag. Het restaurant is wel geopend voor de medewerkers van Beeld & Geluid tussen 11:30 uur en 14:00 uur.

4.3 Assortiment horecavoorzieningen

Beeld & Geluid wil dat iedere gast zich welkom voelt. Het assortiment bestaat uit producten van goede kwaliteit, dagelijks variërend, eerlijk en verrassend. Het assortiment is herkenbaar met een eigen twist en straalt gezondheid en energie uit. Daarnaast past het assortiment in de huidige maatschappij waarbij er voor iedere (religieuze) leefstijl (vegetarisch, vegan, halal, etc.) een assortiment beschikbaar is. In combinatie met mood food en culinaire tradities wordt ingespeeld op persoonlijke behoeften van de verschillende doelgroepen.

Gedurende de openingstijden van het restaurant is een assortiment beschikbaar dat aansluit bij de verschillende doelgroepen die het museum bezoeken maar ook aansluiten bij de diverse eetmomenten op de dag.

Gezonde voeding is belangrijk voor het welzijn van de bezoekers en medewerkers van Beeld & Geluid. Gezonde voeding is niet meer weg te

denken uit het algemene maatschappelijke beeld. Beeld & Geluid wenst daarom gezonde voeding te stimuleren maar heeft voor de eigen medewerkers een andere verantwoordelijkheid dan voor de museumbezoekers. Ongezonde producten verdwijnen daarmee niet uit het assortiment maar door zorgvuldige aandacht te besteden aan presentatie en variatie, worden medewerkers en gasten van Beeld & Geluid gestimuleerd en geprikkeld te kiezen voor het gezonde alternatief. Voor de bezoekers van het museum is het restaurantbezoek een onderdeel van een uitje en zij zullen dit bezoek zien als een "verwen" moment.

4.4 Banqueting en evenementen

Banqueting en evenementen bestaan uit activiteiten/ services voor de interne doelgroep waarbij de opdrachtgever Beeld & Geluid is en waarbij de rekening ook door Beeld & Geluid betaald wordt. Naast de interne partijen zijn er ook externe partijen, dit omvat alle andere partijen waarbij de rekening door anderen dan Beeld & Geluid betaald worden. Activiteiten voor zowel interne als externe partijen zijn bijvoorbeeld borrels, vergaderlunches, workshops, (vergader) arrangementen, evenementen maar ook uit de verhuur van zalen.

De banqueting en evenementen kunnen te allen tijde, dus ook gedurende weekenden en avonden plaatsvinden. De horecapartner speelt hier flexibel op in.

Ten behoeve van de banqueting en evenementen welke op aanvraag worden georganiseerd en een specifieke behoefte kennen, zal de horecapartner de aanvrager professioneel en collegiaal adviseren ten aanzien van de samenstelling en omvang van de cateringvoorzieningen voor het evenement. Hiervoor zal per keer een offerte op maat worden gemaakt welke concurrerend is met de markt. In deze offerte zijn alle kosten met betrekking tot de activiteit of evenement opgenomen. In principe heeft de horecapartner het voorkeursrecht voor het verzorgen van de partijen. Echter Beeld & Geluid behoudt zich het recht voor om offertes bij derden uit te vragen en/of uit te wijken naar derden indien de offertes niet marktconform zijn of de horecapartner het gevraagde niet kan leveren. Met andere woorden er is geen afnameplicht bij de horecapartner.

De horecapartner is naast het leveren van het eten en drinken ook verantwoordelijk voor het aanpassen van de zalen en de zaalzetten.

Foodbook

Voor de arrangementen ten aanzien van het eten en drinken heeft de horecapartner een innovatief en modern foodbook beschikbaar waarin de verschillende arrangementen voor vergaderingen en evenementen staan beschreven. Dit foodbook wordt digitaal beschikbaar gesteld. De horecapartner is verantwoordelijk voor het minimaal jaarlijks actualiseren van het foodbook. Belangrijke uitgangspunten bij het samenstellen van het foodbook zijn creativiteit, duurzaamheid en flexibiliteit.

De horecapartner houdt rekening met flexibele inzet van medewerkers voor de vergaderingen, banqueting en evenementen, ook buiten de openingstijden van de het restaurant. Daarnaast zorgt de horecapartner ervoor dat de vergaderzalen en evenementenruimtes na het verzorgen van de activiteiten weer netjes en representatief achter worden gelaten.

Boeking en evenementen

Beeld & Geluid heeft een afdeling Boeking en Evenementen die de verhuur van Beeld & Geluid als evenementenlocatie organiseert. De horecapartner werkt nauw samen met deze afdeling voor de culinaire invulling van de evenementen.

4.5 Pantry- en vergaderservice

De horecapartner voert voor Beeld & Geluid de pantry- en vergaderservice uit. Deze service bestaat uit de dagelijkse verzorging van de vergaderruimtes en de pantry's.

Onder de dagelijkse verzorging van de vergaderruimtes wordt het volgende verstaan:

- Het rechtzetten en terugplaatsen van meubilair in de nader overeengekomen basisopstelling.
- Het afnemen van de tafelbladen.
- Het debarrasseren van glaswerk en/of serviesgoed.
- Het aanvullen van de condimenten zoals suiker, melk en theesoorten.
- Het melden van eventuele defecten en/of behoefte aan overige reiniging.

In voorkomende gevallen moet het mogelijk zijn dat het serviesgoed voor vergaderingen ook uitgezet wordt op de tafels in plaats van centraal op 1 plek.

Onder de dagelijkse verzorging van de pantry's wordt het volgende verstaan:

- Wekelijkse controle op basis van de vaste indeling en deze aanvullen indien nodig.
- Het schoonhouden en bijvullen van de warme drankenautomaten.
- Het aanvullen van de standaard voorraad suiker, melk, theesoorten en overige disposables.
- Het melden en verhelpen van eventuele defecten en/of behoefte aan overige reiniging van de warme drankenautomaten.

Warme drankenautomaten

Beeld & Geluid heeft in de werkomgeving in het totaal 5 warme drankenautomaten van het merk Smit & Dorlas (Type Aequator Brasil) staan. Het betreft hier automaten met verse bonen. De horecapartner is verantwoordelijk voor de dagelijkse verzorging en onderhoud van deze automaten. De eerstelijns storingen worden door de horecapartner opgelost. Voor tweedelijns storingen wordt de leverancier van de machines ingeschakeld. Hiervoor is een onderhoudscontract afgesloten door Beeld & Geluid. De consumpties uit deze automaten worden gratis aan de medewerkers van Beeld & Geluid verstrekt. Naast de warme drankenautomaten staat er ook nog 1 frisdrankautomaat welke door de horecapartner wordt bijgevuld.

De ingrediënten voor de warme drankenautomaten worden door de horecapartner rechtstreeks bij de leverancier ingekocht. De horecapartner is verantwoordelijk voor het voorraadbeheer. De kosten van deze ingrediënten en het onderhoudscontract worden rechtstreeks door de horecapartner doorbelast aan Beeld & Geluid. De kosten voor de dagelijkse verzorging wordt door de horecapartner bij Beeld & Geluid in rekening gebracht. Deze kosten dienen separaat inzichtelijk gemaakt te worden in het prijzenblad.

Vergaderingen en vergaderlunches

De vergaderingen (inclusief vergaderlunches) vinden in de regel plaats gedurende werktijd, tussen 08.00 uur en 18.00 uur. Het klaarzetten van de vergaderruimtes valt onder de pantryservice. Gemiddeld gaat dit om 1 à 2 vergaderingen per dag. Voor vergaderlunches worden Vaste Verreken Prijzen opgesteld waarin alle kosten (zoals onder andere maar niet gelimiteerd tot ingrediëntkosten, personeelskosten, algemene kosten, BTW, etc.) ten behoeve van de lunch zijn opgenomen. De horecapartner houdt rekening met flexibele inzet van de medewerkers, ook buiten de

openingstijden van het restaurant. Voor de verzorging van deze activiteiten heeft de horecapartner het alleenrecht.

4.6 Prijsbeleid

Er is sprake van een consequent en transparant prijsbeleid. De horecapartner is vrij in het bepalen van de verkoopprijzen in de publiekscatering. Deze prijzen zijn te allen tijde marktconform en vergelijkbaar met prijzen in de omgeving en vergelijkbare organisaties.

De horecapartner is vrij in de samenstelling en prijsstelling van dit assortiment. De prijzen voor de bezoekers zijn marktconform. Er worden in het restaurant geen producten gratis verstrekt aan medewerkers en bezoekers.

De horecapartner is vrij in de samenstelling en prijsstelling voor de medewerkerscatering, echter Beeld & Geluid wenst de financiële bijdrage te verrekenen in de totale vergoeding welke de ondernemer afdraagt aan Beeld & Geluid. Er wordt 45% korting verleend aan de medewerkers 30% wordt gedragen door de horecapartner en de andere 15% wordt als bijdrage aan Beeld & Geluid gevraagd. Deze verrekening (totale bedrag ten behoeve van de korting voor medewerkers) is transparant weergegeven in de financiële paragraaf.

Ten aanzien van de prijzen van vergaderingen en evenementen is de horecapartner vrij in het bepalen van de verkoopprijzen. Hieraan is de voorwaarde verbonden dat de prijzen van de arrangementen bijdragen aan de verhuurbaarheid van de ruimten.

Vaste Verreken Prijs

De vergaderservices en arrangementen uit het foodbook worden verrekend op basis van vaste verrekenprijs (VVP). Dit wil zeggen dat alle kosten ten behoeve van het arrangement (waaronder inbegrepen maar niet limitatief de ingrediëntkosten, personeelskosten voor bereiding, gereedzetten, brengen, afruimen & afwassen en algemene kosten) zijn opgenomen in de prijs van het arrangement. De VVP is inclusief btw.

VVP = Ingrediëntenkosten + personeelskosten + algemene kosten + BTW.

4.7 Promotie en marketing

Beeld & Geluid verwacht van de horecapartner dat deze zelfstandig promotionele activiteiten opzet en ontplooit voor alle horecavoorzieningen. Promotionele uitingen vinden altijd plaats met gepaste bescheidenheid, in lijn met imago van Beeld & Geluid maar dient ook het imago van Beeld & Geluid te versterken. Goede communicatie met en aansluiting vinden bij actuele programmering en tentoonstellingen is hierbij essentieel.

Signing en presentatie

De producten en diensten worden duidelijk, aantrekkelijk en verkoop bevorderend gepresenteerd. De horecapartner presenteert zich in de huisstijl van Beeld & Geluid. De prijs van de producten is goed zichtbaar. Bijzondere kenmerken zoals gezonde voeding, biologisch, halal, vegetarisch, veganistisch en soort vlees/vis/gevogelte worden altijd herkenbaar bij het product aangegeven. Ook de verplichte informatie met betrekking tot allergenen wordt bij het product vermeld. Verder informeert de dienstverlener de gasten van de restaurants over duurzaamheid en duurzame initiatieven.

Beeld & Geluid viert de media wat betekent dat de bezoekers met een glimlach de deur uitlopen. De horecapartner is derhalve creatief en ondernemend en kan ook inspelen (qua assortiment en aankleding) op thema's die Beeld & Geluid verzint. De horecavoorzieningen worden meegenomen in de totaalbeleving van het museumbezoek.

Algemene informatie, processen en contract

5 GASTGERICHT WERKEN EN ORGANISATIE

Beeld & Geluid heeft vanuit het streven naar gastheerschap en gastgerichtheid een visie op Hospitality ontwikkelt welke doorgevoerd wordt in de gehele dienstverlening. Van de horecapartner wordt gevraagd om hier naadloos op aan te sluiten en deze visie te vertalen naar alle horecavoorzieningen.

5.1 Gastgericht werken

Binnen de algemene missie en visie van Beeld & Geluid, heeft de afdeling Verwennen een eigen hoofddoel opgesteld:

Het hoofddoel van de afdeling Verwennen is de klanten optimaal te bedienen en de gast (bezoeker) een optimale bezoekerservaring te bezorgen, dit alles door 'Gastgericht werken'.

Begin 2019 is Team Verwennen onder begeleiding van Hans Smith (Groeitrainingen) met het traject 'Gastgericht werken' gestart, met als doel de gastbeleving van Beeld & Geluid naar een nog hoger niveau te tillen: om met elkaar onze gasten te verrassen met die perfecte gastbeleving. Om ons te helpen de richting te bepalen in het 'Gastgericht werken' is er een interne storyline vastgesteld. In één zin wordt duidelijk waar uiteindelijk al onze acties toe bijdragen: Wij zetten jou in de schijnwerpers.

De basis van 'Gastgericht werken' is de gedachte dat jij altijd het verschil maakt in de gastbeleving van de bezoeker, door de keuzes die jij continu maakt. Als medewerker in de gastvrijheidssector zou je je continu de vraag moeten stellen 'Wie wil ik nú zijn?'. Op ieder moment van de dag en tijdens ieder contact met gasten of collega's zou je je bewust moeten zijn van: welke houding je kiest aan te nemen, wat voor gevolgen of reacties dit teweeg kan brengen of dit is wie jij wilt zijn en wat jij wenst uit te dragen. (Nog) meer gastvrijheid laten zien of laten ervaren is een keuze die je als persoon kunt maken. En die keuze is niet gebaseerd op vaardigheden (kunnen) of kennis (weten), maar een kwestie van motivatie (willen) en je bereidheid om aan jouw 'zijn' te werken (ontwikkelen van jouw kernkwaliteiten).

Gedurende het jaar zullen er diverse trainingen georganiseerd worden in het kader van 'Gastgericht werken'.

5.2 Algemeen

De horecapartner draagt zorg voor alle verplichtingen die voortvloeien uit de inzet van haar medewerkers. De inzet van medewerkers is zodanig dat aan alle eisen in onderliggend document en aan de wensen van de gasten kan worden voldaan. De horecapartner is verantwoordelijk voor het onderhouden van een evenwichtig en voldoende groot medewerkersbestand. Het management (locatiemanager) van de horecapartner beschikt over een groot meedenkend vermogen, is proactief, initiatiefrijk en ondernemend.

Beeld & Geluid verwacht van haar horecapartner partnerschap, ondernemerschap, een horeca matige aanpak en een proactieve houding. Beeld & Geluid stelt tevens hoge eisen aan de professionaliteit, gastvrijheid, servicegerichtheid, flexibiliteit en representativiteit van het team voor alle horecavoorzieningen.

5.3 Taal

De medewerkers en het management van de horecapartner beheersen de Nederlandse taal goed in woord en geschrift. Het beheersen van de Engelse taal is ook akkoord als het management maar de Nederlandse taal goed beheerst.

5.4 Opleidingen en trainingen

De medewerkers van de horecapartner hebben een goede, bij de uitvoering van de functie horende scholing genoten teneinde de werkzaamheden op het verlangde niveau te kunnen uitoefenen. De kosten hiervan zijn voor rekening van de horecapartner.

5.5 Beloning

Het arbeidsvoorwaardenbeleid voor de medewerkers van de horecapartner geschiedt conform de geldende cao van de horecapartner.

5.6 Overname personeel

De medewerkers in dienst van de huidige horecapartner worden overgenomen conform de vigerende wet- en regelgeving. Een overzicht van het huidige personeelsbestand is opgenomen in bijlage D. **Bijlage 3 is op te vragen door een bericht via de berichtenmodule van TenderNed te sturen.**

5.7 Vervanging dagelijks management

De horecapartner stelt voor het dagelijkse management een hospitality manager (locatiemanager) aan die verantwoordelijk is voor een goede uitvoering van de gehele dienstverlening. Bij afwezigheid van deze manager wordt deze adequaat vervangen. De hospitality manager is het directe aanspreekpunt voor Beeld & Geluid. Bij (langdurige) vervanging zal Beeld & Geluid door de horecapartner geïnformeerd worden. Indien er om welke reden dan ook een nieuwe hospitality manager wordt aangesteld, zal Beeld & Geluid inspraak hebben op de keuze. De horecapartner doet de voorselectie en stelt geschikte kandidaten voor aan Beeld & Geluid. Beeld & Geluid zal uit deze kandidaten een keuze maken. De horecapartner draagt er zorg voor dat de (nieuwe) hospitality manager goed wordt ingewerkt.

5.8 Bedrijfskleding, persoonlijke hygiëne en uiterlijke verzorging

De bedrijfskleding van de medewerkers van de horecapartner wordt bepaald door Beeld & Geluid. Om uniformiteit te creëren binnen de hospitality van het museum en horecavoorzieningen, hebben al deze medewerkers dezelfde bedrijfskleding, of een afgeleide hiervan, aan. De horecapartner conformeert zich aan deze bedrijfskleding die door Beeld & Geluid wordt verstrekt. De kosten van deze kleding zijn voor rekening van de horecapartner. Het wassen van deze kleding wordt door de horecapartner verzorgd.

De horecapartner ziet erop toe dat zijn medewerkers voldoende aandacht besteden aan persoonlijke hygiëne en uiterlijke verzorging.

5.9 ARBO

Beeld & Geluid rekent het tot de verantwoordelijkheid van de horecapartner dat zij haar medewerkers wijst op gevaarlijke situaties in de ruimten met betrekking tot de middelen die zij ter beschikking gesteld krijgt. Bij aanvang van de werkzaamheden stelt de horecapartner een RI&E op welke jaarlijks met Beeld & Geluid wordt geëvalueerd.

Tevens is de horecapartner verantwoordelijk voor:

- Preventie ziekteverzuim;
- Bewustwording en vakbekwaamheid van te werk gestelde medewerkers;
- Ongevallenpreventie;
- Inzet van apparaten, materialen en middelen conform de ARBO vereisten;

- Gebruik van persoonlijke beschermingsmiddelen.

5.10 Bedrijfs Hulp Verlening (BHV) en EHBO

De medewerkers van de horecapartner, of tenminste de vaste bezetting, dienen een BHV-opleiding te hebben. De opleiding en herhalingen kunnen gevolgd worden bij Beeld & Geluid. De kosten van deze opleiding zijn voor de horecapartner. Een EHBO-diploma is niet vereist. Beeld & Geluid zorgt voor een EHBO-doos binnen de horecavoorzieningen.

6 OVERLEG EN COMMUNICATIE

Beeld & Geluid wenst een optimale communicatie met de horecapartner te realiseren. Van de horecapartner wordt een professionele maar belangrijker nog, een proactieve houding verwacht. Voor Beeld & Geluid is het aangaan van partnerschap erg belangrijk. Onder partnerschap verstaat Beeld & Geluid in ieder geval dat er een samenwerking met een betrouwbare horecapartner wordt aangegeven op basis van vertrouwen. Er is sprake van volledige transparantie, openheid van zaken en gelijkwaardigheid. Beide partijen nemen verantwoordelijkheid.

6.1 Overlegstructuur

De communicatie tussen Beeld & Geluid en de horecapartner vindt structureel en regelmatig plaats op operationeel, tactisch en strategisch niveau. Er is dagelijks operationeel contact met de hospitality manager in de vorm van een dagstart met de floormanagement van Beeld & Geluid.

Operationeel overleg

Twee wekelijks en op aanvraag vindt overleg plaats tussen de hospitality manager (locatiemanager) van de horecapartner en een vertegenwoordiger van Beeld & Geluid. Tijdens dit overleg worden minimaal de volgende zaken besproken:

- Lopende zaken;
- Eventuele knelpunten inzake de activiteiten;
- Evaluatie afspraken versus uitvoering van de cateringwerkzaamheden;
- Diverse operationele en personele aangelegenheden.

Belangrijk aspect hierbij is dat de contactpersoon van Beeld & Geluid ontzorgd wordt bij de dagelijkse aansturing van de horecapartner. De horecapartner pakt proactief de zaken op.

Tactisch overleg

Een maal per kwartaal vindt het tactisch overleg plaats. Hierbij schuift de accountmanager van de horecapartner aan bij de vertegenwoordiging Beeld & Geluid. Onderstaande onderwerpen worden tijdens dit overleg besproken:

- Facturatie;
- Kwaliteit en dienstverlening;
- Personele aangelegenheden;
- Klachtenregistratie en -behandeling;

- Evaluatie doorvoeren van aspecten tentoonstelling in horecavoorzieningen;
- KPI prestatieindicator/ Kwaliteit van dienstverlening;
- Bespreken managementinformatie;
- Eventuele knelpunten inzake de activiteiten.

Strategisch overleg

Een maal per jaar wordt op strategisch niveau (directie van beide organisaties) overleg gevoerd. Vaak maakt een tactisch overleg plaats voor het strategisch overleg. De volgende onderwerpen worden besproken:

- Proactief ondernemerschap;
- Afstemming tentoonstelling en horecavoorzieningen;
- Samenwerking, personeelsbeleid en financiën;
- Personele aangelegenheden;
- KPI prestatieindicator/ Kwaliteit van dienstverlening;
- Vaststelling van contract, verkoopprijzen en tarieven voor het volgende jaar;
- Communicatie, klachtenregistratie en behandeling;
- Voorstellen van verbetering performance.

Ten behoeve van vergaderingen en evenementen is er wekelijks een sheetmeeting waarin de evenementen van de komende week besproken worden met de betrokken afdelingen.

6.2 Klachtenprocedure

De horecapartner beschikt over een procedure voor de registratie en afhandeling van klachten. De horecapartner is verantwoordelijk voor het actief informeren en het geïnformeerd houden van gasten en Beeld & Geluid over het bestaan en de werking van de procedure.

6.3 Transitieplan

Beeld & Geluid hecht grote waarde aan een soepele start. De horecapartner maakt een gedegen transitieplan/ implementatieplan. Deze gedetailleerde transitieplanning plan wordt na gunning door de horecapartner uitgewerkt en aangeleverd aan Beeld & Geluid.

7 KWALITEIT EN SCHOONMAAK

Er wordt van de horecapartner een professionele houding en aanpak verwacht inzake kwaliteitsbeheersing en bewaking.

7.1 Wet- en regelgeving

De horecapartner houdt zich en conformeert zich aan alle vigerende wet- en regelgeving. De horecapartner zal een horeca- vergunning aanvragen ten behoeve van de exploitatie van alle horecavoorzieningen. Daarnaast gebruikt de horecapartner als richtlijn voor hygiëne het HACCP-reglement als basis.

7.2 Kwaliteitscontroles

De horecapartner is verantwoordelijk om de kwaliteit van de dienstverlening te monitoren en te beoordelen of deze voldoet aan de gestelde eisen & wensen en direct bij te sturen indien afwijkingen worden geconstateerd.

Kwaliteitsmetingen horecapartner

De horecapartner meet de kwaliteit minimaal 1 x per jaar intern. Tevens laat de dienstverlener minimaal éénmaal per jaar een bacteriologisch onderzoek uitvoeren. De controle van de kwaliteit wordt schriftelijk gerapporteerd en besproken met Beeld & Geluid tijdens het reguliere overleg. De horecapartner levert hierbij in een plan van aanpak de verbeterpunten aan inclusief verbeteracties. Indien uit de kwaliteitsmetingen knelpunten komen die verwijtbaar zijn aan Beeld & Geluid, geeft de horecapartner dit onderbouwd aan. Ook voor alle andere onderzoeken en audits die door de horecapartner worden uitgevoerd wordt een plan van aanpak met verbeterpunten en verbeteracties aangeleverd indien het onderzoek hiertoe aanleiding geeft.

Externe kwaliteitsmetingen en audits

Beeld & Geluid behoudt zich het recht voor om incidenteel en/of structureel de kwaliteit te laten meten door een extern, onafhankelijk onderzoeksbureau. Deze metingen kunnen o.a. bestaan uit een kwaliteitsaudit, een bacteriologisch hygiëneonderzoek, een gasttevredenheidonderzoek en een mystery guest onderzoek.

7.3 Schoonmaak

De horecapartner is verantwoordelijk voor alle schoonmaakwerkzaamheden van alle horecaruimten, conform de voorwaarden in dit programma van eisen en is derhalve verantwoordelijk voor de dagelijkse en periodieke schoonmaak van:

- Uitgiffertuimte inclusief apparatuur;
- Keuken- en opslagruimten, inclusief apparatuur, in gebruik zijnde kasten, planken en stellingen;
- Spoelkeuken(s) inclusief afruimwagens en spoelmachine;
- Afwas/ serviesgoed, bestek en keukenmaterialen;
- Tafels en stoelen in de restaurants zijn kruimel- en vlek vrij gedurende de gehele dag tijdens aanwezigheid van de medewerkers van de horecapartner;
- Het kruimel- en vlek vrij maken van het terrasmeubilair;
- (her) Plaatsen van de tafels en stoelen zodanig dat het geheel ordelijk en een verzorgde indruk maakt;
- Overige ruimten onder beheer van de dienstverlener;
- Vloeren van de keuken, uitgifte, spoelkeuken en alle overige ruimtes;
- De vloeren in het restaurant worden door de schoonmaakpartner van Beeld & Geluid één keer per dag gereinigd. De horecapartner is verantwoordelijk voor het veegschoon houden van de vloer gedurende de dag;
- Roosters van de afzuiginstallatie.

De horecapartner heeft naar Beeld & Geluid een signaleringsverantwoordelijkheid, met betrekking tot schoonmaak van ruimten die niet onder de verantwoordelijkheid vallen van de horecapartner en het technisch onderhoud van keukenapparatuur.

Groot schoonmaakonderhoud (dieptereiniging)

Eenmaal per jaar wordt er een dieptereiniging uitgevoerd bij Beeld & Geluid. De kosten zijn voor rekening van Beeld & Geluid. De horecapartner verleent hieraan kosteloos zijn medewerking door bijvoorbeeld de keuken leeg te ruimen of kasten uit te ruimen indien dit noodzakelijk is.

De horecapartner maakt gebruik van milieu ontlastende schoonmaakproducten, die dierproef-, chloor-, fosfaatvrij en biologisch afbreekbaar zijn. De horecapartner legt vast op welke wijze aandacht wordt besteed aan een optimale hygiëne binnen de horecadienstverlening in de vorm van uitgewerkte schoonmaak- en hygiëneplannen en controlemethodieken.

7.4 Afruimorganisatie

Gasten van het restaurant verzamelen na afloop van het bezoek aan het restaurant zelf hun gebruikte serviesgoed en zetten dit in de regaalwagens. De medewerkers van de horecapartner dragen vervolgens zorg voor de reiniging van het serviesgoed.

Ten aanzien van banqueting en evenementen zorgt de horecapartner ervoor dat alle door hem geleverd materialen, serviesgoed, etc. wordt afgewassen, opgeruimd en schoonmaakt tenzij anders is afgesproken.

De regaalwagens blijven in iedere geval bestaan totdat het nieuwe horecaconcept is geïmplementeerd. Beeld & Geluid zal hierover overleg voeren met de horecapartner.

7.5 Afvalstoffen

Afvalstoffen worden zoveel mogelijk gescheiden ingezameld en afgevoerd. Indien het afvalstoffenbeleid van Beeld & Geluid gedurende de contractperiode verandert, sluit de horecapartner zich hierbij aan. Momenteel identificeert Beeld & Geluid de afvalstromen GFT, plastic, vet, papier/karton, restafval en KCA. De horecapartner streeft naar minimalisering van het restafval. Het streven naar zero waste is een doelstelling van zowel Beeld & Geluid als van de horecapartner.

De afvoer van het afval geschiedt in (afgesloten) containers die door de afvalstoffenverwerker van Beeld & Geluid ter beschikking worden gesteld. De horecapartner is eigenaar van het afval, de kosten voor het vervoeren en verwerken van afval zijn voor rekening van de horecapartner. De horecapartner draagt zorg voor eventuele inzameling van oliën en vetten door een erkend vetverwerker. De kosten of opbrengsten hiervan zijn voor de horecapartner.

Beeld & Geluid stelt dat alle omverpakkingen zoals kratten en containers, in principe door de horecapartner teruggenomen moeten worden voor hergebruik of voor verdere verwerking. De horecapartner vertaalt deze eis door naar haar leveranciers.

8 BETAALWIJZE, ADMINISTRATIE EN MANAGEMENTINFORMATIE

8.1 Algemeen

De horecapartner voert een zorgvuldige administratie, waaruit middels een periodieke rapportage inzicht wordt verkregen in de mate waarin de financiële doelstellingen gerealiseerd worden. De horecapartner is verantwoordelijk voor een correcte registratie van gegevens.

8.2 Betaalwijze en omzetregistratie

De horecapartner kan zelf bepalen welke betaalwijzen hij hanteert binnen de horecavoorzieningen en neemt hiervoor zijn eigen kassasystemen mee. In principe wordt er cashless betaald maar het moet ook mogelijk zijn om contact af te rekenen. Circa 5% rekent contant af. De kosten voor het kassasysteem zijn voor rekening van de horecapartner. Het dient tevens mogelijk te zijn verschillende prijslijnen te hanteren aangezien Beeld & Geluid een korting geeft op de producten voor haar medewerkers.

Indien er sprake is van banquetingactiviteiten en evenementen worden deze op rekening verstrekt. De bestellers/ aanvragers leveren hun eigen kostenplaatsen en/of facturatie-details aan waarop een en ander geboekt dient te worden. De horecapartner draagt zorg voor de facturatie naar de bestellers van banqueting en evenementen.

8.3 Rapportage van (management) informatie

In deze paragraaf wordt aangegeven welke eisen Beeld & Geluid stelt aan de door de horecapartner te verstrekken (management) informatie.

Ten behoeve van de transparante contractvorm levert de horecapartner per maand een transparante winst & verliesrekening aan. Deze winst & verliesrekening omvat minimaal de posten omzet, personeelskosten, ingrediëntkosten, algemene kosten, etc. zijn weergegeven.

Daarnaast verstrekt de horecapartner periodiek een rapportage die minimaal de volgende aspecten bevat:

- Aantal gasten en gemiddelde besteding per periode minimaal uitgesplitst naar bezoekers en medewerkers;
- Voortgang KPI-prestatieindicator;
- Duurzaamheidsrapportage;
- Klachten en suggesties en verbeterplan;

- Representatieve voorzieningen (verstrek aantal per arrangement, overzicht gehouden evenementen en aantal gasten).

De horecapartner verstrekt jaarlijks een rapportage als cumulatief van de periodieke rapportages aangevuld met het onderdeel begroting en financiële verrekening.

8.4 Financiële controle

Beeld & Geluid is gerechtigd tot het voor haar kosten (laten) uitvoeren van een (externe) financiële audit. De horecapartner zal daartoe volledig inzicht geven in de voor de Beeld & Geluid gevoerde administratie, en alle aanvullende gegevens verstrekken die daarvoor benodigd zijn (te beoordelen door de met het onderzoek belaste medewerker/ accountant).

Beeld & Geluid heeft het recht om voor financiële controles gebruik te maken van een onafhankelijk gespecialiseerd bedrijf.

9 JURIDISCHE ASPECTEN

9.1 Contractvorm

De af te sluiten overeenkomst gaat in op 1 oktober 2023 en eindigt per 30 september 2028 en heeft derhalve een looptijd van 5 jaar. De overeenkomst kan worden verlengd met 3 opties van één (1) jaar.

De contractvorm is een vorm waarbij er sprake is van volledige transparantie met een vastgestelde brutomarge door de horecapartner. Deze contractvorm heeft betrekking op een transparante winst & verliesrekening waarbij de marge die de horecapartner mag maken wordt vastgezet. Bij een afwijking van 1% naar boven of naar beneden van de brutomarge wordt er niets verrekend. Bij een afwijking van meer dan 1% naar boven wordt het behaalde resultaat 50-50 verdeeld tussen Beeld & Geluid en de horecapartner. Bij een afwijking van meer dan 1% naar beneden dan wordt het verlies ook 50-50 gedeeld door Beeld & Geluid en de horecapartner. Deze contractvorm is uitermate geschikt om flexibiliteit op te vangen en stimuleert het ondernemerschap van de horecapartner.

Een SLA zal onderdeel uitmaken van de overeenkomst en wordt na gunning opgesteld. Als de optie om Beeld & Geluid Den Haag toe te voegen aan deze overeenkomst wordt gelicht, dan zal de contractvorm hetzelfde zijn en wordt Beeld & Geluid toegevoegd als locatie aan de initiële overeenkomst.

9.2 Regeling inzake gebruik van ruimten, inrichting, apparatuur en inventaris

- Beeld & Geluid draagt zorg voor de bouwkundige elementen;
- De horecapartner is verantwoordelijk voor het beheer van de exploitatiemiddelen en dient deze ook zelf aan te schaffen. Hieronder wordt gerekend, maar niet limitatief, servies, bestek, klein keuken inventaris en eventuele losse kleine apparatuur. Jaarlijkse kosten ten behoeve van het aanvullen dan wel het vervangen van klein inventaris zijn voor rekening van de horecapartner.
- De horecapartner draagt zorg voor de (vervanging van) apparatuur en inrichting van de keukeninventaris en uitgifte. Deze apparatuur wordt om niet door Beeld & Geluid aan de horecapartner ter beschikking gesteld. Tevens is de horecapartner verantwoordelijk voor het onderhoud en de reparaties aan apparatuur en bedrijfsruimten, noodzakelijk voor de exploitatie van de horecavoorzieningen.

- De horecapartner beheert de haar ter beschikking gestelde ruimten en inventaris zoals dit een goed huisvader betaamt. In het kader hiervan verwijzen we nogmaals naar de signaleringsverantwoordelijkheid van de horecapartner naar Beeld & Geluid.
- De kosten voor elektriciteit en water noodzakelijk voor de exploitatie van de horecavoorzieningen, worden gedragen door de horecapartner. Deze kosten zullen door middel van tussenmeters bij de horecapartner in rekening worden gebracht.
- De horecapartner is verantwoordelijk voor de eigen telefoonlijn noodzakelijk voor kassa's. De kosten van deze telefoonlijn zijn voor rekening van de horecapartner. (Ter info, er is momenteel een telefoonlijn aanwezig bij de huidige horecapartner)
- De horecapartner is verplicht de door Beeld & Geluid beschikbaar gestelde opslagfaciliteiten voor de diverse ingrediënten en goederen te gebruiken. Als uitgangspunt geldt dat Beeld & Geluid en de horecapartner een evenwicht dienen te vinden tussen de beschikbare opslagcapaciteit, de gestelde eisen aan de versheid van producten en de door (de leverancier van) de horecapartner te maken transportkilometers.

9.3 Indexatie

Indexeringen worden altijd schriftelijk onderbouwd aangeleverd en worden vastgesteld in overleg met Beeld & Geluid. De indexeringen worden vóór 1 november van het betreffende kalenderjaar ter goedkeuring aan Beeld & Geluid aangeleverd en kunnen niet eerder doorgevoerd worden dan na schriftelijke goedkeuring van Beeld & Geluid. Indexaties vinden altijd plaats per nieuw kalenderjaar. Het eerste moment voor indexatie is 1 januari 2025.

Elk jaar vóór 1 november worden de prijzen voor het nieuwe kalenderjaar voor het assortiment voor de medewerkers tussen Beeld & Geluid, de pantryservice en de horecapartner overeengekomen. Dit gebeurt op basis van de volgende indexaties.

Eenmaal per jaar voorafgaand aan het volgende kalenderjaar mag de aanneemsom voor het restaurant voor medewerkers en de pantryservice (exclusief personele kosten), de vaste verrekenprijzen (VVP) worden aangepast met het CBS Indexcijfer CPI 111200 Kantines (2015 = 100) met de jaarmutatatie van augustus-augustus van het betreffende kalenderjaar.

De personeelskosten en het integrale uurtarief banqueting mag éénmaal per jaar voorafgaand aan het volgende kalenderjaar worden verhoogd als

gevolg van de wijzigingen in de geldende CAO op loongebied en van overheidswege aangepaste sociale lasten.

De verkoopprijzen voor het restaurant voor medewerkers mogen éénmaal per jaar gelijktijdig met de invoering van de nieuwe begroting worden geïndexeerd met hetzelfde indexcijfer als de aanneemsom.

Verkoopprijzen bezoekersrestaurant

Indexatie op verkoopprijzen in het bezoekersrestaurant mag éénmaal per jaar plaatsvinden. Deze verhoging vindt plaats met ingang van het nieuwe kalenderjaar. De dienstverlener stelt hiertoe jaarlijks nieuwe voorstellen op voor de verkoopprijzen in het komende jaar, deze worden (uiterlijk 1 november) ter informatie aan Beeld & Geluid voorgelegd. De prijzen zijn hierbij te allen tijde marktconform. Marktconformiteit houdt in dat de prijzen vergelijkbaar zijn met zelfde organisaties in een vergelijkbare omgeving. De toetsing op marktconformiteit zal onderdeel zijn van het KPI-model.

9.4 Contractmanagement

Beeld & Geluid wenst de prestaties van de horecapartner nauwlettend te kunnen volgen. Dit betekent dat er met de horecapartner Kritische Prestatie Indicatoren (KPI) worden afgesproken.

Gedurende de contractperiode wordt op basis van objectieve meetsystemen in kaart gebracht in hoeverre de opdrachtnemer aan de KPI-afspraken voldoet. Door gebruik te maken van een prestatiemonitor wordt dit helder gevisualiseerd. Beeld & Geluid en de horecapartner komen deze prestatiemonitor na gunning, maar voor de start van de overeenkomst, met elkaar overeen. De prestatiemonitor maakt onderdeel uit van de overeenkomst.

Beeld & Geluid wenst de dienstverlening te monitoren onder ander op basis van vooraf opgestelde specificaties en gemaakte afspraken. Deze kritische prestatie indicatoren worden gemeten middels een KPI-prestatiemonitor. Deze prestatiemonitor wordt per kwartaal door de horecapartner ingevuld en met Beeld & Geluid besproken in het tactisch (kwartaal) overleg.

Beeld & Geluid behoudt zich het recht voor het contractbeheer of onderdelen hiervan aan een onafhankelijk en ter zake deskundig bureau uit te besteden. De horecapartner is verplicht hieraan haar medewerking te verlenen.

BIJLAGE 1 BELEIDSPLAN 2022-2026 BEEELD & GELUID

Dit document is als separaat pdf-bestand toegevoegd.

BIJLAGE 2 CIJFERS EN AANTALLEN DOELGROEPEN

Dit document is als separaat pdf-bestand toegevoegd.

BIJLAGE 3 PERSONEELSOVERNAME

Dit document is als separaat pdf-bestand toegevoegd.