

VERSLAG MARKTCONSULTATIE Horecavoorzieningen

Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en
Geluid

Datum: 25 oktober 2022



1. INLEIDING

1.1 Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid

Stichting Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid (hierna Beeld & Geluid) is het toonaangevende instituut voor media. Een inspirerende, creatieve en toegankelijke ontmoetingsplek voor professionals en particulieren; online, in ons museum en soms op locatie. We zijn een van de grootste archieven ter wereld en we bewaren diverse soorten media, zoals radio- en televisieprogramma's, video(games), geschreven pers, politieke prenten, gifjes, websites en objecten. Beeld & Geluid is één van de autoriteiten die objectief het Nederlandse medialandschap in kaart brengt en actuele ontwikkelingen belicht vanuit media-historisch perspectief. Zo laten we zien welke impact media hebben op ieders leven. Dat doen we met een groot aantal partners, zoals creatieve mediamakers, knappe deskundigen, betrokken bedrijven en relevante influencers. Op die manier dragen we samen bij aan een mediawijzere wereld.

1.2 Aanleiding

Beeld & Geluid hecht grote waarde aan de mening van marktpartijen en het raadplegen van de markt voorafgaande aan de uitvoer van een eventuele aanbestedingsprocedure. Ter voorbereiding op een mogelijke aanbestedingsprocedure is daarom een schriftelijke gesloten marktconsultatie gehouden. In deze marktconsultatie is vroegtijdig aan marktpartijen om informatie gevraagd die van toegevoegde waarde was in het bepalen van de best passende inkoopstrategie. Beeld & Geluid heeft door de marktconsultatie haar uitgangspunten, aannames, ideeën en oplossingsrichtingen ten aanzien van de (inkoop)behoefte getoetst.

1.3 Verstrekte informatie ten aanzien van de Inkoopbehoefte

Beeld & Geluid bouwt op dit moment aan een spectaculair state-of-the art Mediamuseum, wat groots wordt geopend in 2023. Daarnaast heeft Beeld & Geluid recentelijk een geheel nieuw logo en huisstijl gekregen. Deze interne ontwikkelingen en doordat in de loop van de tijd verwachting van de consument verandert heeft Beeld & Geluid doen besluiten om 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. Beeld & Geluid wenst een concessieovereenkomst¹ te sluiten met één en/of maximaal twee horeca-dienstverleners(s).

1.3.1 Nieuw horeaconcept

Beeld & Geluid heeft een nieuw horeaconcept laten ontwikkelen, waarvan zij zelf eigenaar is. Dit horeaconcept bestaat uit twee onderdelen:

1. Publiekscatering, aangeduid met CONTENT.
'CONTENT' (verwijzing 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);
2. Medewerkerscatering, aangeduid met RHYTHM.
'RHYTHM' (verwijzing 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 horeaconcept CONTENT dient zowel op locatie Hilversum (adresgegevens: Media Parkboulevard 1, 1217 WE Hilversum) als locatie Den Haag (adresgegevens: Zeestraat 82, 2518 AD Den Haag) te worden gerealiseerd. Het horeaconcept RHYTHM is van toepassing op locatie Hilversum. Beide horeaconcepten worden tijdens de presentatie op maandag 10 oktober verder toegelicht.

1.3.2 Opdracht

Beeld & Geluid wenst haar bezoekers en medewerkers een 'Gastgericht' gevoel te geven met betrekking tot de horecavoorzieningen. Dit wenst zij te doen door een gevarieerd, lekker en verantwoord assortiment aan te bieden. Hierbij is het van groot belang dat de horecavoorzieningen kwalitatief goed zijn georganiseerd, waarbij 'Gastgericht' ondernemen tegen marktconforme prijzen voorop staat.

In elke vorm van exploitatie dient de uitvoerder creatief, innovatief, proactief en volledig transparant als basis te hebben. Het betreft de volgende diensten:

¹ Voor de uitvoer van de gewenste diensten (horeca dienstverlening) verleent Beeld & Geluid exploitatierecht. Het verschil met een reguliere opdracht is dat de tegenprestatie voor de uitvoering van het werk of de dienst niet bestaat uit betaling, maar uit het verlenen van een exploitatierecht. Kenmerkend is dat het exploitatierisico bij de exploitant ligt.

Voor de locatie Hilversum betreft het de volgende diensten:

- Verzorging van de dagexploitatie in het restaurant;
- Banqueting service en evenementen voor B2B en B2C;
- Verzorging van medewerkers restaurant;
- Vergaderservice en
- Verzorging van de warme dranken in de kantooromgeving.

Voor de locatie Den Haag betreft het de volgende diensten:

- Verzorging van de dagexploitatie in het café;
- Banqueting service en evenementen voor B2B en B2C;
- Vergaderservice.

1.3.2 Verwachte omzet

De omzet voor de komende vijf jaar is in totaal geraamd op € 10.565.000,- exclusief btw.

Verwachting per jaar, per onderdeel:

	Hilversum	Den Haag
1. Omzet Restaurant	€ 800.000	€ 60.000
2. Omzet Banqueting Intern	€ 290.000	€ -
3. Omzet Banqueting Extern	€ 350.000	€ 500.000
Totaal	€ 1.440.000	€ 673.000

Aan deze raming kunnen geen rechten worden ontleend.

1.3.3 Investerings

Voor de realisatie van onze visie ziet Beeld & Geluid naast een hechte samenwerking ook een ondernemende financiële betrokkenheid, vertaalt in een investering. Voor de realisatie van de ideale situatie wordt door Beeld & Geluid de totale investering geschat op € 450.000 (excl. btw) voor 'hardware' en nog eens € 100.000 (excl. btw) voor de keukeninventaris en banqueting materialen.

2. REACTIE(S) MARKTPARTIJEN

Er hebben zeven marktpartijen deelgenomen aan deze marktconsultatie.

3. RESULTATEN VANUIT DE MARKT TEN AANZIEN VAN DE VRAAGSTELLING

Vraag 1

Beeld & Geluid overweegt één marktpartij te contracteren middels een concessieovereenkomst voor de Horecavoorzieningen.

- a. Kan uw organisatie alle gevraagde onderdelen van de opdracht uitvoeren?
- b. Adviseert u de onderdelen op een andere wijze uit te vragen? Indien ja, op welke wijze? Kunt u uw antwoord toelichten?
- c. Kijkend naar de te verwachten omzet(ten) wat is uw visie ten aanzien van de gevraagde investeringen in paragraaf 1.3.3. die benodigd zijn om het horecaconcept te realiseren?

Beantwoording marktpartijen

- a. Alle deelnemende marktpartijen hebben bevestigend geantwoord en geven daarmee aan te kunnen voorzien in de gevraagde onderdelen van de opdracht.
- b. Vijf deelnemende marktpartijen geven aan dat de wijze waarop Beeld & Geluid de onderdelen wens uit te vragen gangbaar in de markt is en daarmee passend.

Één deelnemende marktpartij geeft aan dat de uitvraag van onderdelen op dit moment lastig te bepalen is, gezien de doelstellingen nog niet geformuleerd zijn.

Één deelnemende marktpartij geeft aan dat de uitvraag gebaseerd is op een commercieel model. Ter overweging wordt meegegeven om de uitvraag op basis van een vaste aanneemsom te doen met als positief resultaat een heldere en transparante verrekening en een lager prijsniveau voor medewerkers.
- c. Zes deelnemende marktpartijen benadrukken dat de investering door de opdrachtnemer partij in het horecaconcept mogelijk is, maar dat dit relatief

fors/substantieel is en het contract om deze reden vraagt om een relatief lange contractduur. Gedachtegang hierbij is hoe langer de contractduur, hoe langer de opdrachtnemer de tijd heeft de investeringen af te schrijven. (=de terugverdientijd).

Één deelnemende marktpartij adviseert om de investeringen in het horecaconcept volledig zelf (door Beeld & Geluid) te doen. Beeld & Geluid is op deze manier zelf in control is over de middelen en materialen.

Een andere deelnemende marktpartij adviseert Beeld & Geluid om zelf te investeren in aard- en nagelvast en de opdrachtnemer te laten investeren in de overige zaken.

Vraag 2

Beeld & Geluid heeft meerdere opties met betrekking tot de inrichting van de aanbesteding. Een belangrijk aandachtspunt is de tweetal locaties: Hilversum en Den Haag. De wens is dat er in zowel de uitstraling, als beleving en assortiment synergie is.

- a. Wat is uw visie ten aanzien van een mogelijke inrichting van deze aanbesteding? (wel/geen percelen, welke percelen acht u passend)?
- b. Welke voordelen kleven er voor u aan een perceelindeling?
- c. Welke nadelen kleven er voor u aan een perceelindeling?

Beantwoording marktpartijen

- a. Vijf deelnemende marktpartijen adviseren om geen perceelindeling toe te passen en de opdracht als één geheel (één perceel) in de markt te zetten..

Twee deelnemende marktpartijen adviseren niet concreet of er wel/geen percelen dienen te worden toegepast, maar duiden aan dat beide opties mogelijk zijn en dit afhankelijk is van bepaalde keuzes.

- b. Genoemde voordelen van het hanteren van één perceel:
 - Behalen van maximale synergie (zowel in uitstraling, visie, ambitie als in beleving en assortiment);

- Beperking van (administratieve) inspanning(en) vanuit Beeld & Geluid;
- Realiseren van soepele transitie,
- Mogelijkheid van flexibel op- en afschalen van personeel;
- Hogere totale omzet, waardoor de investering beter gedragen kan worden;
- Waarborging van de continuïteit in de dienstverlening is hoger.
- Locatie Den Haag is financieel minder aantrekkelijk waardoor de druk op marges groter wordt. Locatie Hilversum is daarentegen financieel aantrekkelijk. Wanneer de locaties in één perceel worden uitgevraagd, is er financieel meer balans.

Genoemde voordelen van twee percelen:

- (M)KB/lokale ondernemer heeft de mogelijkheid tot deelname aan de aanbesteding. Dit geldt voornamelijk voor de locatie Den Haag. Locatie Hilversum is financieel aantrekkelijk voor grote opdrachtnemers.
- Spreiden van risico's.

c. Genoemde nadelen van twee percelen zijn:

- Behalen van synergie in uitstraling, visie, ambitie en tevens in de beleving en het assortiment is moeilijk realiseerbaar;
- Locatie Den Haag is financieel minder aantrekkelijk, waardoor de druk op marges groter wordt.
- Wanneer een horecaondernemer besluit om op beide percelen in te schrijven bestaat de kans om het perceel toebedeeld te krijgen welke het minst gewild is;
- Twee contractpartners, dit resulteert in meerdere contactmomenten en verschillende rapportages.
- Hoge (administratieve) inspanning(en) vanuit Beeld & Geluid.

Vraag 3

- a. Welke initiële looptijd acht u passend ten aanzien van de opdracht?
- b. Hoeveel verlengoptie(s) acht u passend?
- c. Wanneer u dient te investeren in deze opdracht om het horecaconcept te kunnen realiseren, welke looptijd acht u passend?

Beantwoording marktpartijen

- a. Zes deelnemende marktpartijen achten een initiële looptijd van vijf jaar plus optie jaren passend wanneer er geen sprake is van investeringen door opdrachtnemer.

Één deelnemende marktpartij acht een initiële looptijd van drie jaar passend.

- b. De deelnemende marktpartijen hebben uiteenlopend gereageerd over de verlengingsoptie(s). enkele antwoorden zijn:

- Twee verlengopties van één jaar;
- Twee verlengopties van twee jaar;
- Jaarlijkse verlengoptie.

Door meerdere deelnemende marktpartijen wordt benadrukt dat de looptijd en verlengoptie(s) rekening dienen te houden met de investeringen (afschrijvingstermijn) en bereidheid hiervan en met het implementeren van mogelijke innovaties.

- c. Vijf deelnemende marktpartijen achten een initiële looptijd tien jaar (plus optie jaren) passend wanneer er wel sprake is van investeringen door opdrachtnemer. Deze contractduur is benodigd wegens de commerciële haalbaarheid van de exploitatie en de afschrijvingstermijn van de eventuele investering.

Twee deelnemende marktpartij achten een initiële looptijd van vijf jaar plus optie jaren passend

Vraag 4

Zoals eerder aangegeven betreft het de horecavoorziening voor twee locaties: Hilversum en Den Haag. Beeld & Geluid wenst aan de achterzijde een financiële scheiding te hebben per locatie.

- a. Wat is uw visie hierop?
- b. Hoe kan u deze scheiding waarborgen?

Beantwoording marktpartijen

- a. Alle deelnemende marktpartijen delen de visie van Beeld & Geluid om de twee locaties financieel te scheiden en bevestigen de mogelijkheid in de praktische uitvoering hiervan.

Als aanvullend advies wordt meegegeven de contractuele afspraken (zoals de huurafdracht) voor beide locaties gelijk te houden.

- b. De deelnemende marktpartijen kunnen dit waarborgen op diverse manieren, enkele antwoorden zijn:
- Eigen/unieke boekhouding(en);
 - Uniek KPL-nummer per locatie;
 - Een Profit and Loss overzicht (P&L) per locatie;
 - Maandelijkse (financiële) rapportage(s).

Vraag 5

Beeld & Geluid is voornemens een openbare Europese aanbesteding uit te voeren voor deze opdracht. Beeld & Geluid wil graag inzicht krijgen in de mogelijkheden die de markt biedt met betrekking tot het onderscheidend vermogen en passende gunningscriteria.

- In hoeverre is een openbare Europese aanbesteding gangbaar binnen de markt?
- Wat zouden onderscheidende gunningscriteria kunnen zijn?
- Wat zouden volgens u geschikte gunningscriteria zijn?
- Welke suggesties en/of aandachtspunten heeft u?

Beantwoording marktpartijen

- a. Alle deelnemende marktpartijen geven aan dat een Europese aanbesteding gangbaar is binnen de markt.
- Één deelnemende marktpartij adviseert een aanbesteding op basis van Economisch Meest Voordelige Inschrijving (EMVI).
- b. De deelnemende marktpartijen hebben uiteenlopend geadviseerd over onderscheidende gunningscriteria, enkele antwoorden zijn:
- Flexibiliteit in dienstverlening en assortiment: gezonde, duurzame en betaalbare producten die op ieder moment van de dag op verschillende wijze verkrijgbaar zijn;
 - Gezond en vers aanbod;
 - Gasttevredenheid

- Lokale samenwerkingen, zoals met de bakker of groenteboer;
- Borging doelen en KPI's.

Er wordt door deelnemende marktpartijen benadrukt dat de gunningscriteria aan dienen te sluiten op de doelstellingen die er zijn ten aanzien van de horecavoorziening(en).

c. De deelnemende marktpartijen hebben uiteenlopend geadviseerd over geschikte gunningscriteria, enkele antwoorden zijn:

- Mogelijkheden tot partnership;
- Aansluiten op de verschillende doelgroepen (de juiste beleving Guest Journey);
- Assortiment;
- Tasting (beleving, smaak en presentatie van eten en drinken);
- Partnership en betrokkenheid;
- Innovatie en flexibiliteit;
- Binden en boeien van personeel;
- Juiste prijs-kwaliteit verhouding;
- Duurzaamheid (minimaal % plantaardig assortiment), CO2 reductie
- Kennis & slagkracht om de ontwikkelde concepten uit te voeren
- Sociaal ondernemerschap;
- Mogelijkheid van presenteren dan wel een dialoog.

In de horeca-wereld draait het om het (inter)menselijke contact.

Ook is er geadviseerd om referentie(s) te vragen en dan specifiek naar de mate waarin de opdrachtnemer bijdraagt aan een gezonde en duurzame eetomgeving.

d. De deelnemende marktpartijen hebben diverse suggesties en/of aandachtspunten meegegeven, enkele antwoorden zijn:

- Stel open vragen, probeer niet alles te kaderen met een eigen oplossing/invulling maar geef ruimte aan de horecaondernemers;
- Beschrijf de doelstellingen helder;
- De markt (inschrijvende partijen) is veranderd, 'cowboys' enigszins verminderd. Enkele jaren geleden zagen we bij soortgelijke tenders nog vaak vijf inschrijvingen, nu beperkt het zich naar twee tot drie gekwalificeerde partijen.
- Opnemen van geschiktheidseisen, zoals referentie(s), om zo enkel gekwalificeerde horecaondernemers aan te trekken;

- Benoemde knelpunten zijn: beschikbaarheid van goed gekwalificeerd personeel, stijging van verkoopprijzen en de gevolgen van COVID-19.

Vraag 6

- a. Wanneer wordt deze eventuele Europese aanbesteding aantrekkelijk voor u?
- b. Welke tips/overwegingen wilt u Beeld en Geluid meegeven in de voorbereidingen voor de eventuele Europese aanbesteding?

Beantwoording marktpartijen

- a. De deelnemende marktpartijen hebben uiteenlopend gereageerd over de aantrekkelijkheid van een eventuele Europese aanbesteding. Zo is de Europese aanbesteding aantrekkelijk wanneer:
 - De opdracht realistisch is, financieel haalbaar en operationeel uitvoerbaar is;
 - Er een gezond verdienmodel aanwezig is;
 - Beeld & Geluid bereid is om uit partnerschap de benchmark te realiseren;
 - Er sprake is van voldoende focus op het impact maken omtrent gezonde en duurzame voeding;
 - Er voldoende inzicht wordt verstrekt in informatie, mogelijkheden en kaders van de exploitaties;
 - De uitvraag passend is binnen de eigen ambities van de horecaondernemer;
 - Er voldoende ruimte is om als horecaondernemer de specialist te kunnen en mogen zijn.
- b. De deelnemende marktpartijen hebben diverse tips/overwegingen meegegeven, enkele antwoorden zijn:
 - Beschrijf heldere en concrete doelstellingen (in lijn met de gewenste horecavoorziening);
 - Plan voldoende evaluatiemomenten in (ook in de contractfase);
 - Besteed voldoende aandacht aan de antwoorden op gestelde vragen (de Nota van Inlichtingen).
 - Laat het prijsaspect niet leidend zijn;
 - Zorg ervoor dat het gewenste horeconcept duidelijk is voor de geïnteresseerde horecaondernemer(s);

- Kijk kritisch naar de huidige ontwikkelingen in de markt en dan met name de kostenkant van de horecaondernemer die de laatste tijd aan het veranderen is door stijgingen op inkoop en personele kosten.
- Leg niet alles contractueel vast: partnership is key voor een optimale dienstverlening;
- Deel alle relevante informatie (over de doelgroep, bezoekersaantallen, gewenste KPI's, financiële gegevens, de visie, ambitie en (duurzame) doelstellingen) zo vroeg mogelijk;
- Hanteer een realistische looptijd en deadlines.

4. CONCLUSIE MARKTCONSULTATIE

Uit de marktconsultatie blijkt dat er in beginsel voldoende interesse is voor deelname aan een mogelijke Europese aanbesteding. Er zijn uiteenlopende ideeën en suggesties aangedragen welke Beeld & Geluid waardevolle input geven bij het formuleren van de inkoopstrategie.