

SCHOUW

Horecavoorzieningen

26 april 2023



AGENDA

1. Voorstelronde
2. Aanleiding
3. Procedure en Planning
4. Rondleiding

BETROKKENEN

AANBESTEDINGSTEAM

Naam	Functie	Rol
Edwin Kos	Manager Verwennen	Eindverantwoordelijke Contractmanager Beoordelaar
Thea Kaspers / Jeroen Aalbrecht	Facilitair manager	Materiedeskundige Beoordelaar
Joyce Borghardt	Zakelijke dienstverlening en events	Materiedeskundige Beoordelaar
Elke Smelt	Manager Publiekszaken	Materiedeskundige Beoordelaar
Eline Donders	Inkoopadviseur	Procesbegeleider
Marielle Hintzen (HTC Advies)	Senior adviseur	Materiedeskundige Procesbegeleider

AANLEIDING EN SCOPE

Al 10 jaar heeft de huidige inrichting van onze horecavoorziening, counter een duidelijke formule/huisstijl.

Door de opening van ons nieuwe Media Museum, onze nieuwe huisstijl en logo en de ontwikkelingen van de afgelopen jaren in trends, maar ook de verandering in verwachtingen van onze consument, past de huidige horecavoorziening onvoldoende bij de nieuwe propositie van Beeld & Geluid.

De doelstelling dit jaar is dan ook om door middel van een nieuw horecaconcept voor al onze horecavoorzieningen, een totaal uitstraling te creëren die positief (financieel) bijdraagt aan het imago van Beeld & Geluid.

AANLEIDING EN SCOPE

De opdrachtomschrijving betreft op hoofdlijnen de exploitatie van de dienst van:

- Verzorging van de dag-exploitatie 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.

Den Haag

De locatie Den Haag wordt optioneel meegenomen. In iedere geval tot 1 september 2024 zal deze locatie geen onderdeel uitmaken en buiten scope blijven.

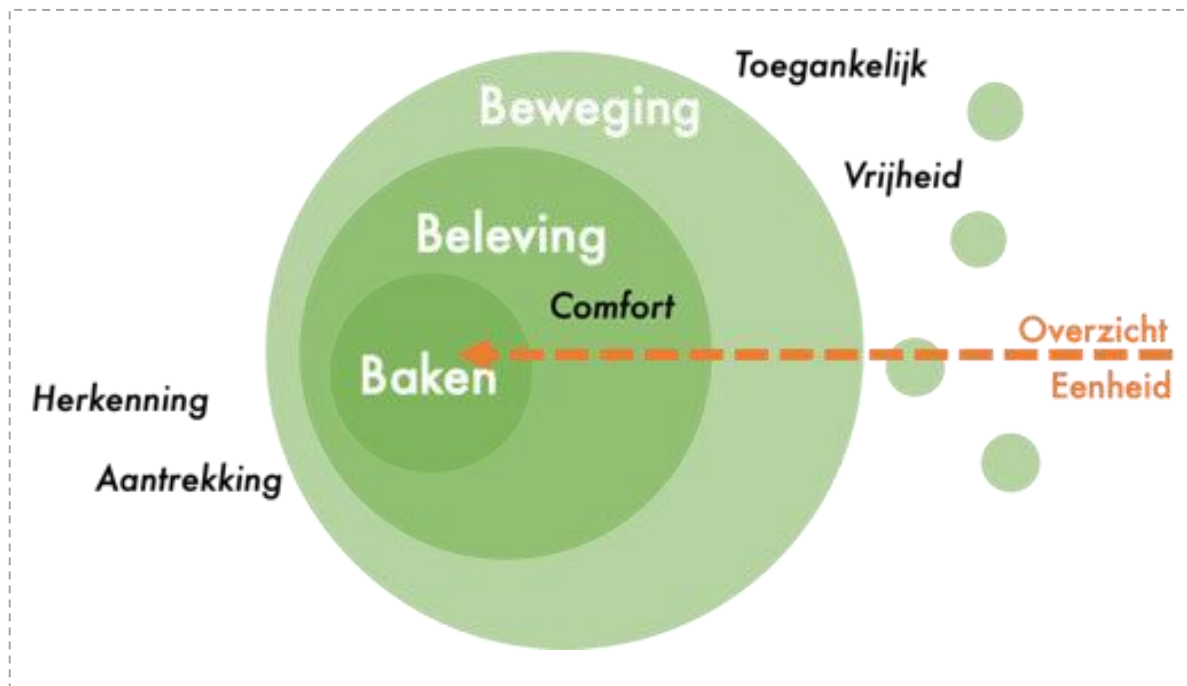
HUISSTIJL B&G HILVERSUM

- De basis huisstijl en inrichting staat beschreven in het Huisstijl Bouwstenenboek met als belangrijkste doel;

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

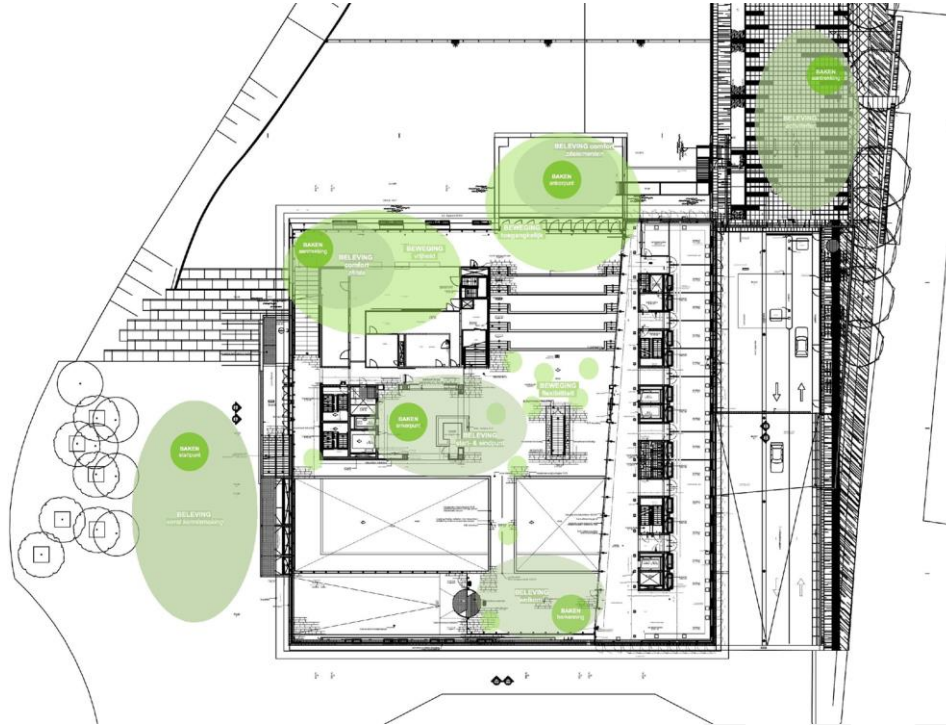
BASIS CONCEPT



BASIS CONCEPT

- **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.

BASIS CONCEPT



PROFIEL BEZOEKERS

- **Museumbezoeker** - 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. Geld speelt een rol maar is minder belangrijk dan de kwaliteit.
- **Groeps- en zakelijk bezoek / evenementen (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).

PROFIEL BEZOEKERS

- **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 > maken gebruik indien beschikbaar (voldoende alternatieven)

AANTALLEN

- Het in het verleden totaal aantal gemiddeld aantal bezoekers verdeling aan ons instituut was:

- Museumbezoeker

127.500

- Groeps- en zakelijk bezoek / evenementen (TOP 2000)

76.500

- Scholieren (in groepsverband)

22.300

Totaal

226.300

- 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

HORECA CONCEPT

- **'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)

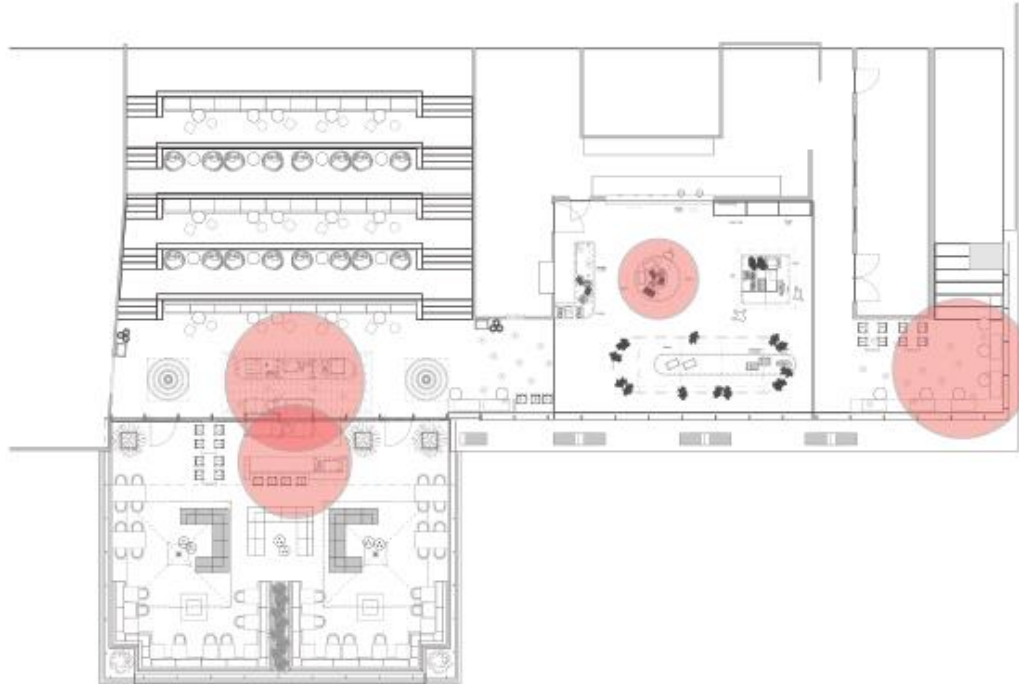
Het doel van het restaurant in BenG is het zijn van een rustpunt. Maar wel een rustpunt met een duidelijk concept verhaal welke bijdraagt aan de totaalbeleving van onze bezoekers.

- **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 BenG als archief en het nieuwe interactief 'museum'. Verhalen verteld in verschillende vormen zoals analoog, digitaal, in beeld en in schrift.

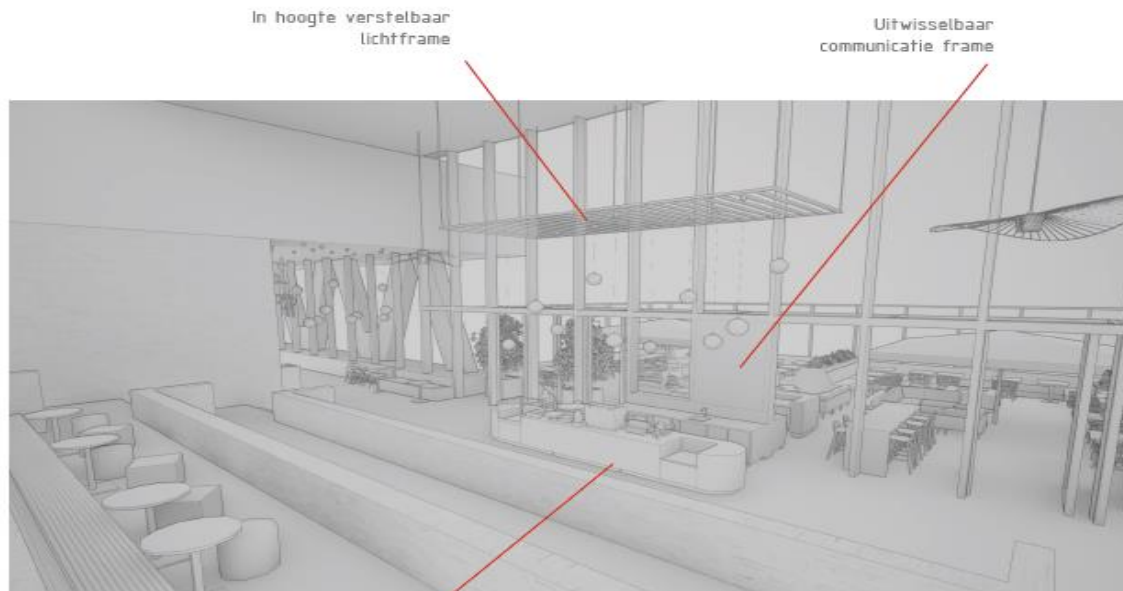
Met het vertellen van verhaal van onze eigen **CONTENT** kunnen we laten zien hoe kleurrijk en levendig ons eigen voedselaanbod in Nederland is.

- **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.

HORECA CONCEPT



HORECA CONCEPT



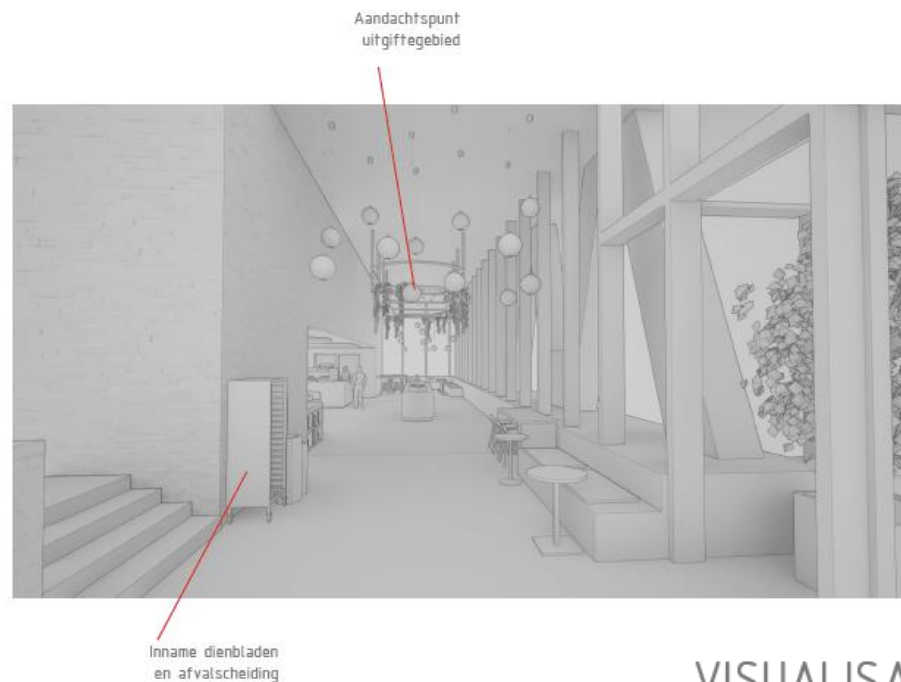
In hoogte verstelbaar
lichtframe

Uitwisselbaar
communicatie frame

Verrijdbare voor en
achter bar

VISUALISATIES

HORECA CONCEPT



VISUALISATIES

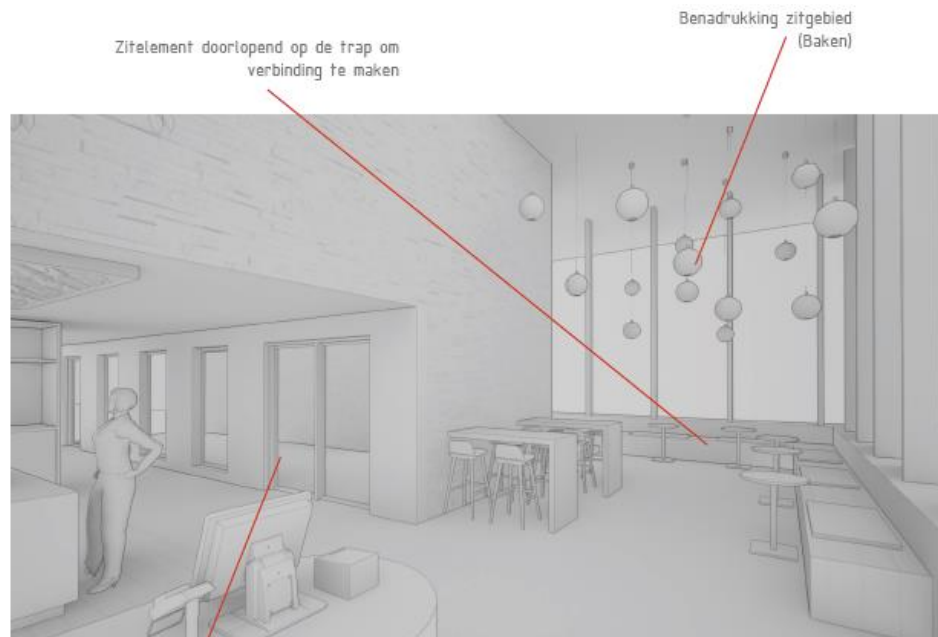
HORECA CONCEPT

Evt bewegende afwisselende beelden

Baken uitgifte



HORECA CONCEPT



Zitelement doorlopend op de trap om
verbinding te maken

Benadrukking zitgebied
(Baken)

Kidscorner opener maken

VISUALISATIES

HORECA CONCEPT

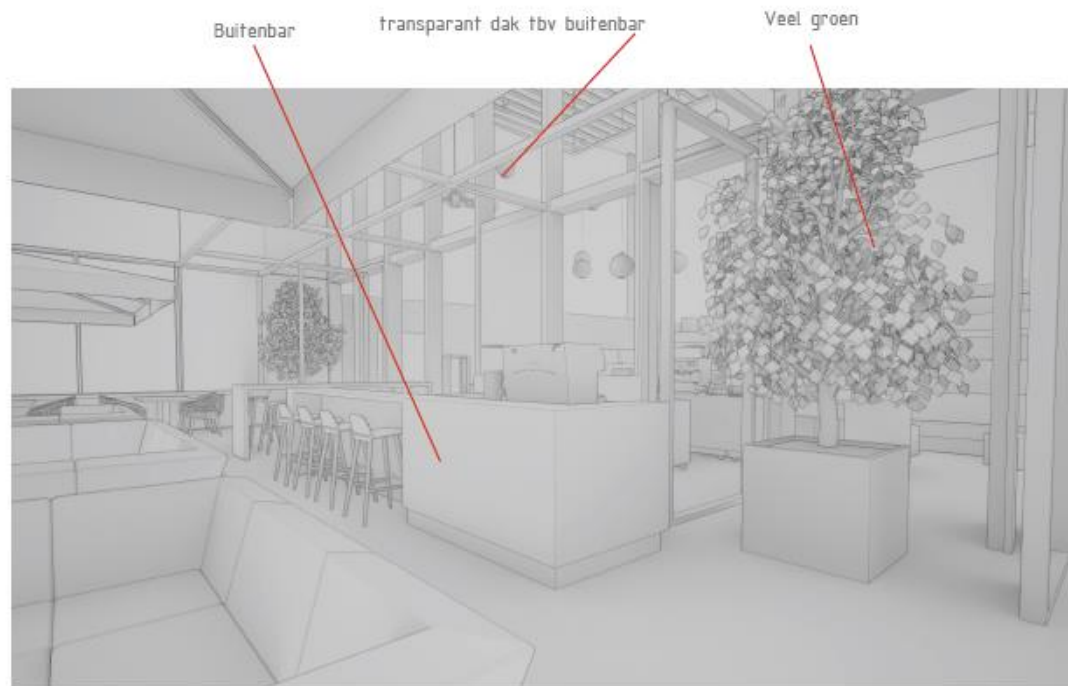
Sfeerelementen vuurhaarden

Parasols

Omkadering terras dmv windschermen
aansluitend op architectuur gebouw



HORECA CONCEPT



OVERIGE GEBRUIKERS

- Naast onze drie primaire doelgroep gebruikers zijn ook onze **Beeld & Geluid medewerkers** momenteel gebruikers van de huidige horecavoorziening. Zij willen graag elke dag, op een vaste tijd, met een dagelijks wisselend assortiment, verrast worden met lekkere, biologische en gezonde producten tegen een lage prijs.

Tevens bezetten zij gedurende de lunch piek veel zitgelegenheid voor onze 'gasten' /bezoekers'. Deze veelheid aan wensen zijn erg tegenstrijdig en conflicteren met de behoeftes van onze hoofddoelgroepen.

Willen wij al onze doelgroepen zo optimaal mogelijk bedienen dan is noodzakelijk om voor deze doelgroep een alternatieve horecavoorziening te ontwikkelen.

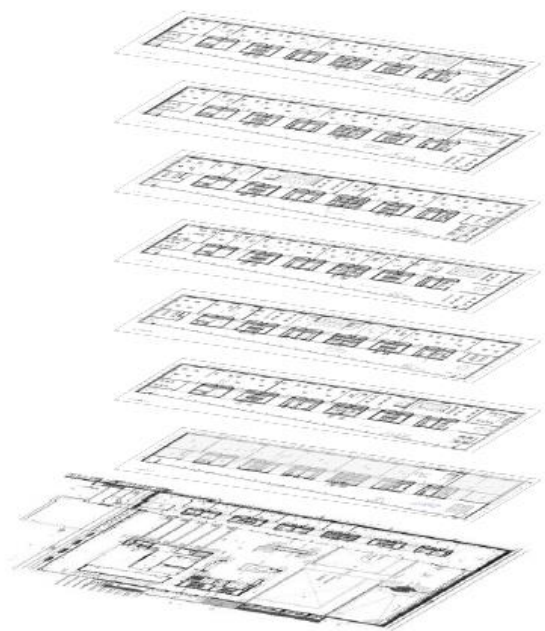
HORECA CONCEPT

- *'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 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 voedzaam 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 mensen 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.

HORECA CONCEPT



7^e verdieping – Vernieuwen & externe partijen

6^e verdieping – Verhalen & Vernieuwen

5^e verdieping – Verantwoorden, Vormen, Veroveren & Vitaler

4^e verdieping – Verkennen & Vrolijke klant

3^e verdieping – Vereeuwigen

2^e verdieping – Victorie

1^e verdieping – Vereeuwigen (techniek)

Begane grond – Vesting & Verwennen

Publieke ruimte

CONCEPT IDEE

> Koffiecorner (meer toegankelijk)

> Klein ontvangst (met koffie)

> Koffiecorner (meer toegankelijk)

> Medewerkers catering / “kookstudio”

> Bezoekers horeca

HORECA CONCEPT



PROCEDURE EN PLANNING

- Het gaat om een Europese Aanbestedingsprocedure voor Sociale en andere Specifieke diensten;
- De beoogde planning is als volgt:

Mijlpaal	Datum
Publicatie Aanbesteding	Vrijdag 14 april 2023
Uiterste datum aanmelding Inlichtingenbijeenkomst (deadline)	Maandag 24 april 2023
Schouw en informatiebijeenkomst	Woensdag 26 april 2023
Sluitingsdatum vragenronde 1: Indienen vragen en opmerkingen (deadline)	Dinsdag 2 mei 2023
Publicatie eerste Nota van Inlichtingen (streefdatum)	Dinsdag 9 2023
Sluitingsdatum vragenronde 2: Indienen vragen en opmerkingen (deadline)	Maandag 15 mei 2023
Publicatie tweede Nota van Inlichtingen (streefdatum)	Dinsdag 23 mei 2023
Sluitingsdatum indienen Inschrijvingen (deadline)	Woensdag 7 juni 2023 vóór 12:00 uur
Openen van Inschrijvingen	Woensdag 7 juni na 12:00 uur
Bekendmaking gunningsbeslissing (streefdatum)	Donderdag 6 juli 2023
Deadline aanleveren bewijsstukken	Uiterlijk 5 Werkdagen na verzending gunningsbeslissing, dat wil zeggen donderdag 13 juli 2023
Einddatum opschortende termijn	20 kalenderdagen na verzending gunningsbeslissing
Definitieve gunningsbeslissing (streefdatum)	Donderdag 27 juli 2023
Ingangsdatum Overeenkomst	Zondag 1 oktober 2023
Operationele start overeenkomst	Maandag 2 oktober 2023
Ingangsdatum implementatie	Vrijdag 28 juli 2023

TYPE OVEREENKOMST

- Type overeenkomst: Overheidsopdracht
- Looptijd: 5 jaar met de mogelijkheid tot 3 keer met één jaar verlengen;
- Beoogde ingangsdatum: 1 oktober 2023
- Geraamde opdrachtwaarde: € 7.200.000,00 (excl btw) voor 5 jaar voor locatie Hilversum. Het betreft hier de *omzetwaarde* en niet het bedrag dat door Beeld & Geluid betaald wordt.
- Optionele diensten: Verzorging van de dag-exploitatie, banqueting en evenementen voor B2B en B2C en vergaderservice van de locatie Den Haag.
- Er geldt geen afnameverplichting
- Bijzonderheden: geen

GUNNINGSCRITERIA

Om de Inschrijving met de beste prijs-kwaliteitverhouding te kunnen bepalen, hanteert Beeld & Geluid de onderstaande Gunningscriteria.

Gunningscriterium		Weging	Max. aantal punten (ongewogen)	Max. score (gewogen)
<i>Kwaliteit</i>		65%		
G1	Invulling horecaconcept en tevredenheid	20%	100	20
G2	Visie op dienstverlening	20%	100	20
G4	Duurzaamheid	10%	100	10
G4	Presentatie	15%	100	15
<i>Prijs</i>		35%		
P1	Totale kosten voor Beeld & Geluid	35%	100	35
<i>Totaal</i>		100%		100