BUSINESSCASE

VISIE, AMBITIENIVEAU EN CONSEQUENTIES



HOSTMANSHIP - ETEN - DRINKEN

INHOUD

Inleiding	3
Hostmanship	4
Doelgroepen	5
Conceptgedachte	6
Momenten van de dag	7
Duurzaamheid	8
Maatschappelijk rendement	9
Grabovsky	10
Restaurant	12
Overleggen en vergaderen	13
Ruimtelijke inventarisatie	14
Consequenties Exploitatie	16
Consequenties Vierkante meters	17
Consequenties investering	18
Bijlage: Sociaal maatschappelijk ondernemen	20

Vijverborgh
HORECA ADVISEURS EN ONTWERPERS

straat	Paardeweide 16A
postcode/plaats	4824 EH Breda
telefoonnummer	076 541 82 24
website	www.vijverborgh.nl
KvK te Breda	20072338

PROJECTGEGEVENS

project	AKN Hilversum
projectnummer	O141509
onderwerp	Businesscase
versienummer	2
onze referentie	123304
datum	11 november 2014
opdrachtgever	AKN
behandeld door	F.J.A. Pannekoek



INLEIDING

Na oplevering in 2000 is het entree-, studio- en restaurantgebied op de begane grond van het AKN gebouw niet of nauwelijks veranderd. De ontwikkelingen op het gebied van het werken en daaraan gekoppeld een andere behoefte aan de invulling van de “catering” hebben echter niet stilgestaan en vragen om andere concepten.
Het vertrek van de AVRO betekent dat er verhuurbare meters zijn vrijgekomen, die bij voorkeur worden ingevuld door bedrijven werkzaam in de media.
Het Nieuwe Werken kan daarbij invulling geven aan inrichting, type werkplek en tijd en manier van werken. Hostmanship geeft invulling aan je welkom voelen, als medewerker(st)er, maar zeker ook als gast. Het Nieuwe Werken en Hostmanship kunnen niet los van elkaar worden gezien, met als gevolg een andere manier van ontwikkelen. Niet langer staat het gebouw en het ontwerp centraal, maar de behoefte in tijd, product en serviceniveau. Concepten moeten elkaar aanvullen en niet kannibaliseren.
Het centrale uitgangspunt in deze visie is dan ook dat de dienstverlening en behoefte van de gebruiker, leidend zijn aan het gebouwontwerp.

UITGANGSPUNTEN HERONTWIKKELING

- Ontwikkeling van een nieuw horecaconcept.
- Aansluiting van het publieksgebied bij de uitgangspunten van Het Nieuwe werken.
- Ontwikkeling van een nieuw entree concept.
- Vergroten media-uitstraling rond het studiogebied

Opmerkingen:

- In de verkennende gesprekken is gesproken over de maatschappelijke betrokkenheid van AKN en de mogelijkheden, welke daarvoor mogelijk in de catering realiseerbaar zijn. In Op pagina 9 hebben wij hier een korte notitie over geschreven. In de aanbesteding van de catering zal hier voldoende aandacht voor zijn, zonder de financiële kaders uit het oog te verliezen.

- Per 1 februari loopt het contract met Albron af. Gezien de planning adviseren wij het contract met een half jaar te verlengen. Wij stellen voor dat de nieuw geselecteerde cateraar vroegtijdig voor de laatste ontwikkelingen en implementatie bij het project betrokken gaat worden.

HOSTMANSHIP

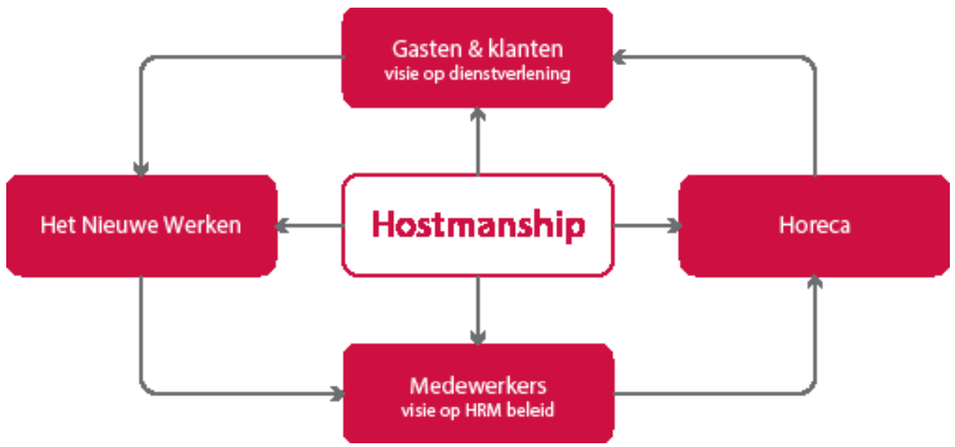
"Hostmanship is de kunst mensen het gevoel te geven dat ze welkom zijn"
- JAN GUNNARSSON





Externe bezoekers, klanten, leveranciers of medewerkers: ze worden allemaal beschouwd als gasten, en als zodanig behandeld. Dat is Hostmanship. Ervoor zorgen dat mensen zich welkom voelen. Dit zorgt voor een betrokken houding en trots bij uw medewerkers, en een positieve indruk bij al uw relaties.

Het gevoel van welkom zijn begint bij de aankomst. De parkeergelegenheid, de entree van het gebouw, en de ontvangst aan de receptie dragen hier allemaal aan bij. Ook in de rest van het gebouw is hostmanship aanwezig. Het centrale uitgangspunt in deze visie is dan ook dat de dienstverlening en behoefte van de gebruiker leidend zijn aan het (gebouw)ontwerp. De gebruiker staat hiermee daadwerkelijk centraal binnen het gebouw en de dienstverlening. Wij hebben ons gedurende dit proces telkens de volgende vragen gesteld: Wat wil de gast, wat krijgt de gast en wat beleeft de gast?



DOELGROEPEN

Het AKN gebouw kent een brede doelgroep bestaande uit zowel interne als externe stakeholders. Vooralsnog onderscheiden wij de volgende doelgroepen:

- Medewerkers en directie
- Gasten (algemeen) van de in het pand gehuisveste bedrijven
- Gasten (directies) van de in het pand gehuisveste bedrijven
- Leveranciers
- Studiogasten
- Studiopubliek

UITGANGSPUNTEN AANTALLEN

Aantal medewerkers	700
Aantal werkplekken	1100
Totaal	**1100**
Bezettingspercentage	80%
Potentieel	800
Capture rate (o.b.v. wpl)	65%
Gem. Aantal lunchgasten	**520**

VERDELING PER DAG

Maandag	116%	603
Dinsdag	115%	598
Woensdag	97%	504
Donderdag	109%	567
Vrijdag	61%	317
Verdere berekening met	**110%**	**572**

VERDELING CONCEPTEN TIJDENS DE LUNCH

Concept	Verdeling	Drukste dag (110%)	Gemiddeld (100%)
Bedrijfsrestaurant (foodplein)	90%	515	468
Grabovsky	10%	57	52
Totaal	**100%**	**572**	**520**

RESTAURANT

Uitgangspunten aantal bezoekers	
Aantal potentiele gasten	572
Verdere berekeningen met	572
Aandeel per gebruikersgroep	90%
Aantal potentiele gasten	515
Take away percentage	10%
Aantal gasten zitten	463
Stoelbezetting	2
Stoelbezetting graad (%)	90%
Aantal zitplaatsen	257
Aantal werkplekken	25
Aantal vergaderstoelen	31
Totaal	**314**

GRABOVSKI (SEMICOMMERCIEEL)

Aandeel per gebruikersgroep	10%
Aantal potentiele gasten	57
Take away percentage	25%
Aantal gasten zitten	43
Stoelbezetting	2
Stoelbezettingsgraad (%)	80%
Aantal zitplaatsen	27
Zitplaatsen t.b.v. Studiopubliek	100
Totaal aantal zitplaatsen	**127**

BESCHIKBARE VIERKANTE METERS

Er zijn voldoende vierkante meters beschikbaar om het gevraagde ambitieniveau te realiseren (zie bijlage 1)



CONCEPTGEDACHTE

OVERALL CONCEPTGEDACHTE HORECA

In het AKN gebouw is straks geen sprake meer van catering voorzieningen, maar van horeca. Hiermee bedoelen wij, dat er sprake zal zijn van een actieve houding richting de gast en dat alle concepten of deelconcepten op elkaar zijn afgestemd en aanvullend op elkaar werken i.p.v. kannibaliserend. Daarbij maakt het in de essentie niet uit of je bij de koffieautomaat staat of in het media café. Beide zijn op haar eigen manier uniek en nodig.

VISIE OP HET ONTVANGSTGEBIED

Wij stellen voor om het ontvangstgebied een veel opener karakter te geven. De receptiefunctie kan daarbij gecombineerd worden met ander servicefuncties, waardoor enerzijds een hoger service-level onstaat, anderzijds waarschijnlijk een efficiencyslag gemaakt kan worden.
Het nieuwe media café vervult hier een duidelijke aanvullende rol, omdat het gebied als één geheel ontworpen wordt.

VISIE OP VERGADEREN

Waar in het verleden informeel vergaderen vaak voorbehouden was aan creatieve organisaties, is er nu onder de invloed van Het Nieuwe Werken een andere tendens zichtbaar. Een tendens, die op meerdere vlakken voordelen biedt. Naast een ander gebruik van (dure) vierkante meters betekent een andere manier van vergaderen ook iets voor de kosten van catering.
Binnen het AKN gebouw zal daarom sterk ingezet worden op een goede mix van informele en formele vergadermogelijkheden. Bij de laatste zal t.z.t. nog het serviceniveau (wel of niet geserveerde koffie, lunch, enz.) bepaald moeten worden.

VISIE OP DE ONTVANGST VAN STUDIOPUBLIEK

In de huidige situatie is weliswaar ruimtelijk gezien voldoende capaciteit voor een goede ontvangst. Op het serviceniveau zijn echter verbeterslagen mogelijk. Publiek zal in de nieuwe situatie al vanaf het binnenkomen gastvrij ontvangen worden en direct worden voorzien van lekkere koffie of iets anders. Afhankelijk van de aantallen kan dan gekozen worden om de gasten in het café te laten zitten en/of door te laten gaan naar de “beneden” verdieping. Indien er sprake is van een pauze of nazit geldt hetzelfde. De beleving van een opname zal daarmee veel completer en intenser worden.

VISIE OP DUURZAAMHEID

Duurzaamheid loopt als een rode draad door de ontwikkeling heen. Op pagina 8 wordt hier uitgebreid op ingegaan.

MOMENTEN VAN DE DAG



OCHTEND EN MIDDAG

De koffie is zo goed als de barista die hem maakt.

Koffie en natuurlijk thee spelen een grote rol in het welkom heten van gasten en het stimuleren van het ontmoeten binnen het gebouw.
"Koffie" speelt met name in de ochtend en de middag een belangrijke rol.



LUNCH

De lunch is een rustmoment op je werkdag. Zelfs als je besluit de lunch voor werkoverleg te gebruiken geeft dat een ander gevoel. De lunch biedt een scala aan mogelijkheden



GASTENLUNCH

Je gasten goed verzorgen doe je bij voorkeur in eigen huis. Goede producten met een eerlijke afkomst. De lunch wordt daardoor een moment waar je laat zien wie je echt bent.



EINDE DAG

Het kan niet altijd feest zijn, maar aan het einde van de dag even samen met collega's of gasten een borrel drinken kan de dag net compleet of anders maken. Of misschien begint hier juist wel de avond met die speciale gast voor een interview.



DE AVOND

Hier laat je zien, dat je waardering hebt voor je studiopubliek. Koffie, een glas wijn, een klein hapje erbij. Het hangt er maar net vanaf wie je wanneer in huis hebt.



DUURZAAMHEID

Van duurzaamheid en duurzame ontwikkelingen is sprake als er een ideaal evenwicht ontstaat tussen ecologische, economische en sociale belangen. Alle ontwikkelingen die op technologisch, economisch, ecologisch, politiek of sociaal vlak bijdragen aan een gezonde aarde met welvarende bewoners en goed functionerende ecosystemen zijn duurzaam.

Definitie ontleend aan de rapportage van de VN commissie van Gro Harlem Brundtland 1987 (bron: Wikipedia duurzame ontwikkeling)

VISIE

Duurzaamheid is in dit kader de samenvattende benaming voor al die aspecten, die te maken hebben met respect voor mens en milieu. Wij volgen in de ontwikkeling twee belangrijke lijnen, die van het gebouw en die van de (catering)organisatie. Voorgestelde "oplossingen" moeten zowel in het ontwikkelingsproces als in de operatie toetsbaar, economisch verantwoord en realistisch zijn.
Bij het (her)ontwikkelen van gebouwen wordt steeds vaker gebruik gemaakt van duurzaamheidlabels (zoals o.a. Breeam-NL en LEED). Deze labels focussen zich op het gebouw en gebouwgebonden installaties. Het al dan niet realiseren van horeca/cateringvoorzieningen heeft echter slechts een beperkte invloed op de score binnen de certificering van een label.
Vijverborgh stelt zich, voor dit apparatuurtechnische onderdeel, als doel om een zo hoog mogelijke bijdrage aan duurzaamheid te leveren door het toepassen van "standaard" oplossingen.
Met betrekking tot het organisatie deel en dan met name de keuzes binnen het assortiment, verpakkingen, afvalscheiding, enz. spelen vergelijkbare elementen een rol. 100% biologische tomaten invliegen vanuit Portugal is niet duurzaam, gezien de ecologische footprint. Dus ook hier moeten de keuzes realistisch en toetsbaar zijn.

DUURZAAMHEID EN APPARATUUR

Materialisering

Gebruik van duurzaam geproduceerd hout (PEFC en FSC), recyclebare materialen als glas, composietsteen en r.v.s., Geen gebruik maken van verven en kitten op basis van vluchtige oplosmiddelen.

Koudemiddelen

Gebruik van natuurlijke koudemiddelen (lage GWP<5) als R290a, R600a. Tevens het stimuleren van gebruik van koudemiddelen met een lagere GWP in koel-/vries installaties conform de F gassen verordening die januari 2015 ingaat bijvoorbeeld R407F.

Energie en water

Het toepassen van kranen met een beperkte doorstroom.

DUURZAAMHEID EN ORGANISATIE

Assortiment

Het assortiment bestaat waar mogelijk uit locale - of streekproducten, is diervriendelijk geproduceerd en met liefde geteeld. Biologisch heeft een voorkeur, maar is niet strikt een voorwaarde.

Verpakkingsmaterialen

Het gebruik van verpakkingsmaterialen moet zoveel mogelijk beperkt worden. Alle gebruikte verpakkingsmaterialen moeten biologisch afbreekbaar zijn.

Afvalscheiding

Alle afval wordt in de volgende stromen gescheiden:

- GFT
- Papier, karton,
- Glas
- …

MAATSCHAPPELIJK RENDEMENT

Onze maatschappij is op velerlei gebieden aan het veranderen. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is één van die gebieden. Voor veel organisaties is of wordt het belangrijk om haar maatschappelijke gezicht te laten zien. De overwegingen daarvoor kunnen verschillend van aard zijn. Wij gaan hier niet in op de motivatie van het waarom, maar meer op de manier waarop. En dan binnen de context van deze businesscase nog toegespitst op het realiseren van en/of bijdragen aan maatschappelijk rendement in mensen.

KANSEN BIEDEN

Er is in Nederland een grote groep mensen met een meer of minder grote afstand tot de arbeidsmarkt. Er is dan ook veel te doen rond dit onderwerp. De voorgestelde 5% regeling is daar een voorbeeld van. De realisatie daarvan blijkt echter in de dagelijkse praktijk in meerdere opzichten weerbarstiger te zijn. En alhoewel onze politiek af en toe suggereert dat iedereen maar aan het werk moet, is dat utopie. Het bieden van kansen moet dan ook vanuit een genuanceerd standpunt gebeuren, wil het succesvol zijn.
Horeca en catering zijn omgevingen die prima geschikt zijn om mensen kansen te bieden. Belangrijk daarbij is wie de kans krijgt (niet iedereen is geschikt) en waar die kans wordt geboden (niet iedere omgeving is geschikt). Als laatste, maar erg belangrijk. Welke ervaring heeft de organisatie, die de begeleiding doet (begeleiden en coachen van deze doelgroep is een vak apart).

CONSEQUENTIES

Als je als organisatie overweegt om te investeren in maatschappelijk rendement heeft dat consequenties. Dat kan zijn in geld, aandacht, tijd, afbreukrisico in service. Het kan echter ook heel veel brengen. Trotse medewerkers, voldoening als iemand een vaste baan krijgt. Maar zeker ook uitstraling naar buiten.

KEUZES MAKEN

Er zijn diverse mogelijkheden om mee te werken aan het bieden van kansen. Belangrijk daarbij is het maken van keuzes, zoals:

- Wat kan en wil je financieel bijdragen
- Wil je mensen aan het werk houden of terug brengen naar werk
- Is het dagbesteding of moet er toch enige mate van productiviteit zijn
- Wil je een baan bieden of liever faciliteren
- Wil je mensen opleiden
- Welk type medewerker past binnen de organisatie

TWEE PRODUCTEN

Bij de keuze om te investeren in maatschappelijk rendement binnen de catering omgeving "koop" je feitelijk twee producten in:

1. Het product eten, drinken en service
2. Het maatschappelijk product.

Voor beide producten moet je het service niveau en het bijbehorende acceptabele kostenniveau bepalen. Dat is voor eten en drinken redelijk eenvoudig. Voor het maatschappelijke product is dat ingewikkelder, maar zeker niet onmogelijk.

VOOR– EN NADELEN

Investeren in maatschappelijk rendement heeft net zoals alles in het leven voor- en nadelen. In bijlage 2 hebben wij deze beknopt op een rijtje gezet. Evenals de verschillenden varianten.

SAMENGEVAT

Het is zeer wel mogelijk om binnen een bedrijfsrestauratieve omgeving een aantrekkelijk maatschappelijk rendement te creëren. Een groep mensen met een verstandelijke beperking levert daarbij een ander resultaat op dan een gespecialiseerde organisatie, die er vanuit haar missie mee bezig is.
Een tussenvorm, waarbij het cateringproduct voorop staat, met een aantal mensen met een beperking of afstand tot de arbeidsmarkt kan een prima alternatief zijn.
In de aanbesteding van de catering zullen de gemaakte keuzes in een concrete uitvraag vertaald worden.

De maatschappelijke betrokkenheid van Vijverborgh

Vijverborgh participeert (als sponsor) jaarlijks in een aantal maatschappelijke projecten door ondersteuning bij de ontwikkeling en/of advisering over haalbaarheid. In 2012 hebben wij samen met Cello een concept voor mensen met een verstandelijk beperking ontwikkeld. Recent hebben wij in samenwerking met AlleeWonen ONS ontwikkelt. Een buurthuis in een achterstandswijk, dat ondertussen getransformeerd is tot een succesvolle plek in de wijk, waar allochtone vrouwen, in een coöperatie, het buurtrestaurant runnen. Sinds 2005 helpen wij The Colour Kitchen bij haar ontwikkeling middels ondersteuning op diverse gebieden. Samen met Stichting Doen kijken wij naar de mogelijkheden van diverse initiatieven in Nederland, waaronder een bewonersbedrijf in Utrecht en een leer/werkbedrijf in Venray.
De samenwerking met deze bedrijven en/of initiatieven leveren ons veel ervaring en kennis op van maatschappelijk ondernemen. Kennis, die wij op onze beurt graag weer doorgeven.

GRABOVSKY

Om succesvol te zijn in gastbeleving en exploitatie moet dit een volwaardig concept worden. Om dat Grabovsky niet voor externe passanten bestemd is het een semi commercieel concept.
In dat kader is het belangrijk om het media café een eigen identiteit te geven. Het wordt daarmee persoonlijker en je kunt het doortrekken naar allerlei details, zoals signing, menukaart, kleding, enz. Ook voor de gewenste sfeer en daarmee vormgeving is het belangrijk.
Het ontvangstgebied en horeca moeten op een natuurlijke manier in elkaar overlopen.
Grabovsky heeft een dag- en een "avond"gezicht. Het daggezicht gaat over koffie, thee, pastry's, broodjes, enz. Het avondgezicht gaat over een biertje, een glas wijn een borrelhap.
Het daggezicht is daarbij overheersend, gezien de tijdsduur en de exploitatiemogelijkheden. Het "avond" gezicht is incidenteel en onder andere bedoeld voor de ontvangst van studiopubliek en gasten.



Boris Pavlovich Grabovsky was a Soviet engineer who invented a fully electronic TV transmitting tube.
(Wikipedia)

















RESTAURANT

Het (bedrijfs) restaurant richt zich met name op de lunch. Het uitgiftegebied wordt uitgevoerd als moderne free flow. Het assortiment wordt daarin in twee hoofdgroepen verdeeld: Het gesubsidiëerde - en het semicommerciële pakket. De opzet van de free flow is zodanig, dat het gesubsidieerde pakket "achteraan" gepositioneerd wordt. Hierdoor wordt het mogelijk om het semicommerciële pakket goed onder de aandacht te brengen, hetgeen vanuit kostenbeheersing een belangrijke tool is. Gasten weten snel de weg en beslissen dan ook zelf wel wat ze gaan eten.

RELATIE TOT HET NIEUWE WERKEN

Het restaurant heeft een belangrijke eet- en ontmoetfunctie. Door de betrouwbare logistiek in relatie tot de keuzemogelijkheden kun je hier als individu of groep altijd terecht. Iedereen kan zelf shoppen, pakken, afrekenen en vervolgens ergens aanschuiven of als groep een plekje kiezen. Door de positie en mogelijkheden binnen de warme uitgifte is het mogelijk dit deel van de uitgifte in de toekomst als avondvoorziening open te houden of bij reserveringen (tijd-onafhankelijkheid)

ZITGEBIED *(in combinatie met overleggebied)*

Het nieuwe werken vraagt om een andere invulling van het zitgebied. Er wordt een combinatie gemaakt van gesloten vergaderkamers, open vergaderplekken om het informeel overleggen stimuleren, aanlandplekken en lunch- en werkplekken. Door deze juist afgewogen mix ontstaat een gebied waar altijd iets gebeurt en dat uitnodigt tot intensief gebruik (ook interessant voor potentiële huurders)
Binnen het zitgebied, worden ter ondersteuning van het Nieuwe Werken ook de volgende voorzieningen opgenomen:
- Lockers
- Voldoende stroompunten
- Public Wi-Fi

SFEER EN BELEVING

De interieurarchitect is hier vrij in zijn/haar invulling.











OVERLEGGEN EN VERGADEREN

Het overleg- en vergadergebied biedt diverse mogelijkheden. Van een kort overleg met een kop koffie via vergadercoupe's naar een afgesloten ruimte (zie ook zitgebied restaurant).

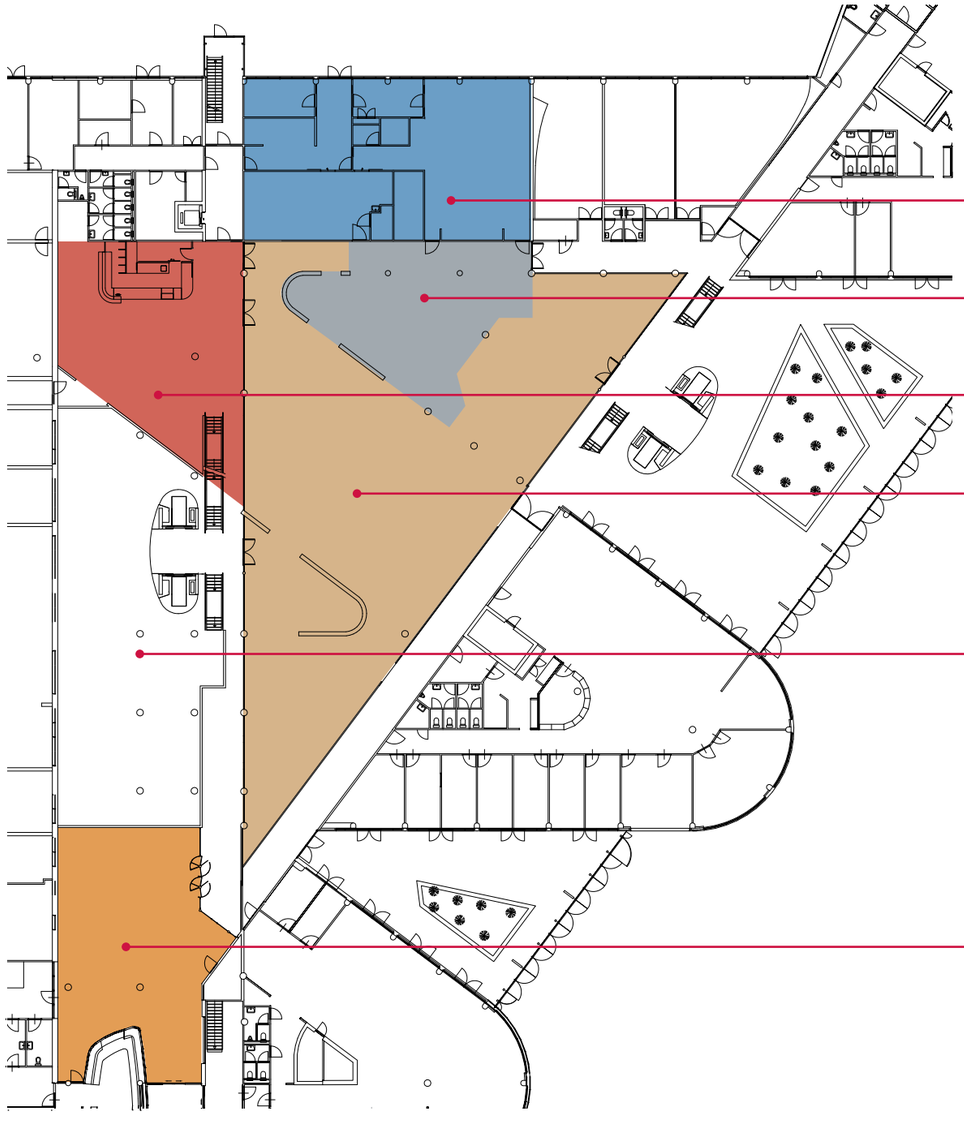
RELATIE TOT HET NIEUWE WERKEN

Door de verschillende functies binnen het zitgebied ontstaat op een natuurlijke manier het gewenste gedrag van ontmoeten en het verschuiven van formeel naar informeel overleggen en het stimuleren van creatief gedrag. Binnen de huidige situatie wordt er veel gebruik gemaakt van vergaderservice, hetgeen zwaar drukt op de exploitatiekosten. De verschuiving van formeel naar informeel overleg zal een positief effect hebben op de kosten. Door de zelfwerkzaamheid die past bij de nieuwe manier van werken, is er een tendens gaande waarbij organisaties besluiten de vergaderservice af te schaffen of te beperken. Van medewerkers wordt verwacht dat zij een ruimte boeken zonder vergaderservice en dit zelf te verzorgen via de beschikbare automaten in de nabijheid van de vergaderzalen.
Het is de keuze aan AKN om te besluiten om bijvoorbeeld op vergaderkamers op de verdiepingen (kantoorvloeren) geen vergaderservice meer te verlenen aan groepen kleiner dan 10/12 personen (uitzonderingen daargelaten). Daarentegen zijn er vanuit service-oogpunt voldoende automaten beschikbaar. De vergaderkamers nabij het restaurant worden wel geserviced op verzoek. Een aantal kamers zijn benoemd als lunchkamers waarin eenvoudige of uitgebreide vergaderservice wordt aangeboden.

Het is ook mogelijk voor groepen vanaf 4 personen een tafel te reserveren en vooraf de lunch te bestellen. Bijvoorbeeld als alternatief voor een vergaderlunch. Hier kun je gasten op een andere manier ontvangen of gewoon lekker met je collega's lunchen. Dit concept is gebaseerd op food sharing, waarbij op plateaus diverse kleine koude en warme gerechtjes worden geserveerd.

RUIMTELIJKE INVENTARISATIE

BESTAANDE SITUATIE



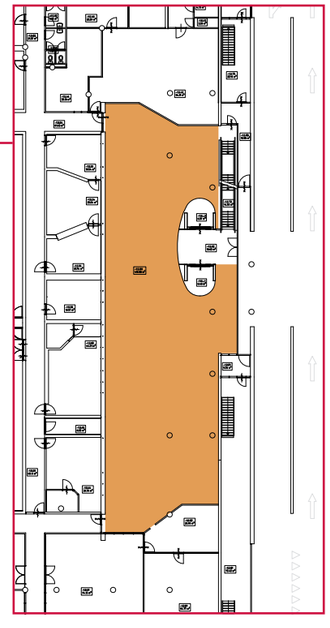
Keuken en backoffice
260 m²

Uitgifte
153 m²

Media café
203 m²

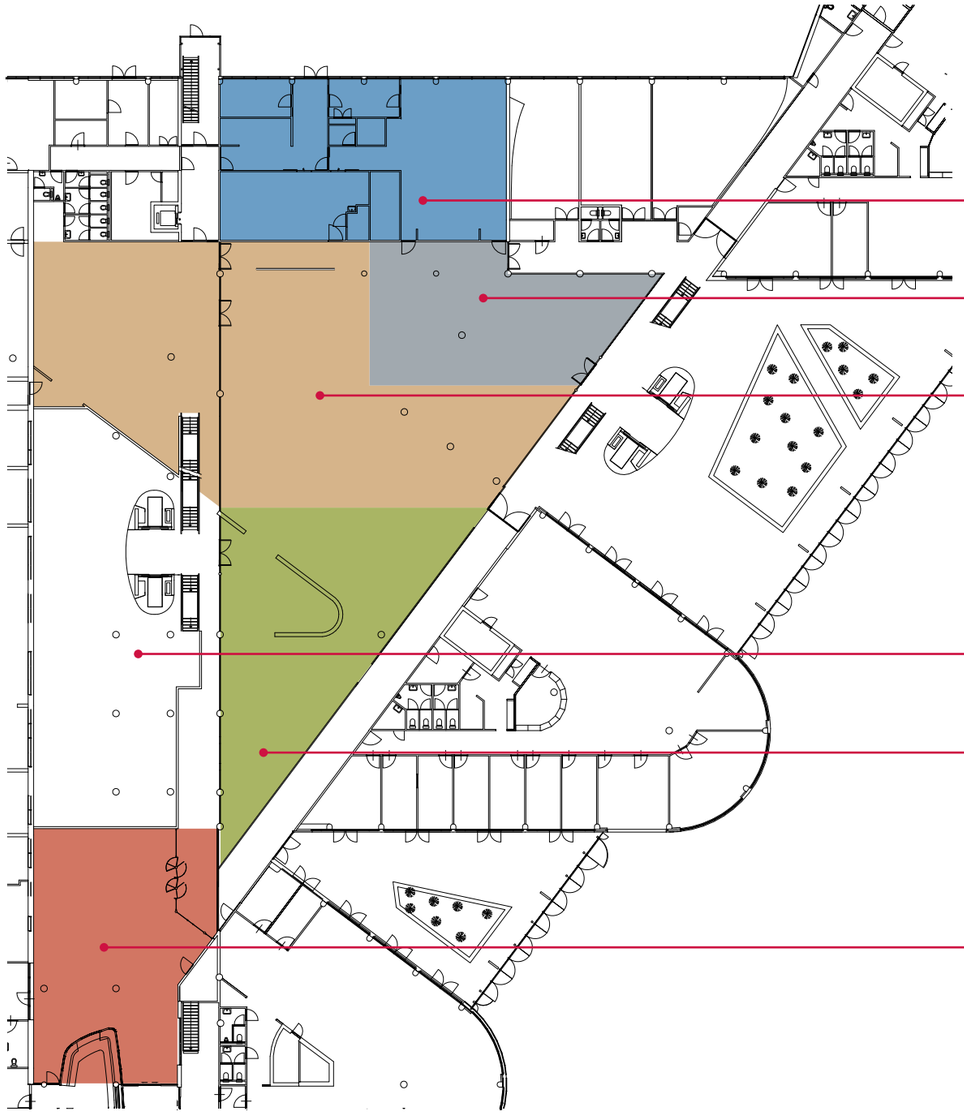
Zitgebied
637 m²

Ontvangstgebied
197 m²



“Ontvangstruimte” studio’s
401 m²

EERSTE STUDIE NIEUWE SITUATIE



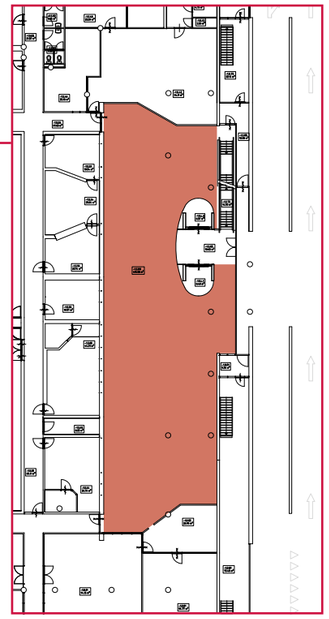
Keuken en backoffice
260 m²

Uitgifte
183 m²

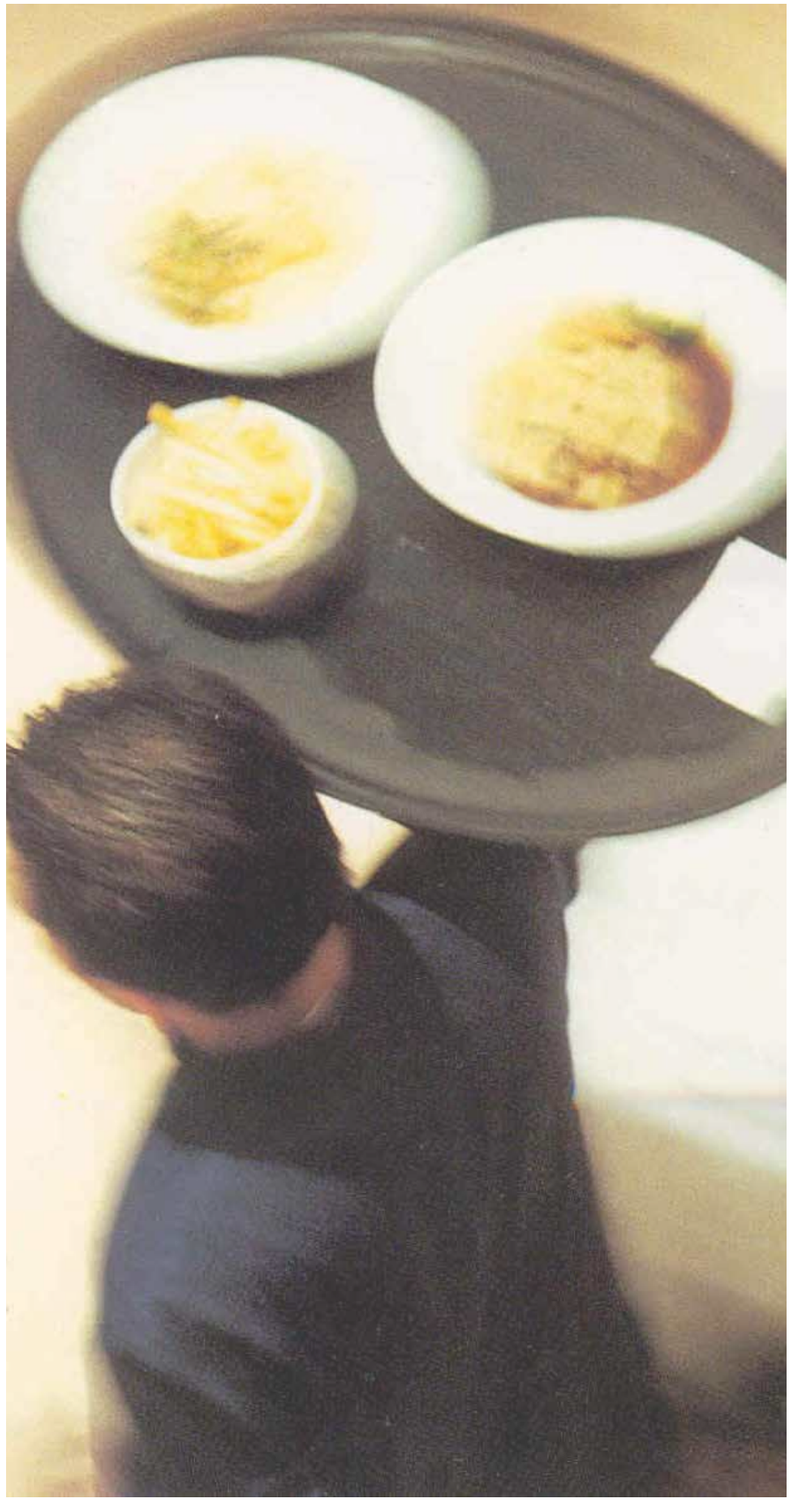
Zitgebied restaurant
539 m²

Overlegomgeving
270 m²

Ontvangstgebied en Grabovsky
236 m²



Uitloop Grabovsky
401 m²



CONSEQUENTIES EXPLOITATIE

CONSEQUENTIES VIERKANTE METERS

Ruimte omschrijving	Berekening netto m²	Opslag-percentage	Berekening bruto m²
Zitgebied tbv Restaurant	398	10%	438
Zitgebied Gasbrosky	216	10%	238
Uitgifte	129	10%	142
Onbemande kassa's	31	10%	34
Gabrovsky	25	10%	28
Omloop Gabrovsky	25	10%	28
Goederenontvangst	10	10%	11
Afval- emballageruimte gecombineerd	12	10%	13
Magazijn food	18	10%	20
Magazijn non-food	18	10%	20
Magazijn zeep/schoonmaak	5	10%	6
Kleedruimte/sanitair dames	14	10%	15
Kleedruimte/sanitair heren	14	10%	15
Administatieve werkplekken min 2	10	10%	11
Koelcel	12	10%	13
Vriescel	6	10%	7
Voorbereidingsruimte	30	10%	33
Pantry t.b.v. vergaderservice (in combinatie met keuken)	16	10%	18
Magazijn/pantry t.b.v. automatenservice	12	10%	13
Pantry t.b.v. directieservice	16	10%	18
Inname vuile vaat Korvensorteerstation	16	10%	18
Vaatspoelkeuken korventransport met korvensorteerstation	42	10%	46
Werkkast	2	10%	2
Gangen/Logistieke buffer	20	10%	22
Opstelplaats separate koeltechniek	8	10%	9
Totaal	**1105**		**1218**

CONSEQUENTIES INVESTERING

Hieronder staan de afgeronde begrotingsprijzen per ruimte.
Het investeringsbedrag is gebaseerd op branche gegevens en de Vijverborgh databank (deze databank wordt in een continue proces geüpdate, middels evaluaties van offertetrajecten)

Indicatieve investeringsbegroting	**Keukenleverancier**	**Meubelmaker**
Café	€ 45.000,-	€ 50.000,-
Uitgifte	€ 35.000,-	€ 50.000,-
Kassagebied	-	€ 5.000,-
Inname vuile vaat	-	€ 5.000,-
Subtotaal	€ **80.000**,-	€ **110.000**,-
Totaal (exclusief BTW)		€ **190.000**,-
Bouwbegeleiding		€ **18.000,-**

TOELICHTING OP BEGROTING

Het investeringsbedrag is gebaseerd op branchegegevens en de Vijverborgh databank (deze databank wordt in een continue proces geüpdate, middels evaluaties van offertetrajecten)

Bij het bepalen van het investeringsniveau zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

Algemeen

- Het bedrag is inclusief plaatsen en in bedrijf stellen, echter exclusief aansluiten (dat is de taak van de installateur).
- Het bedrag is inclusief instructie aan de gebruiker.
- Het betreft een bruto bedrag.
- Ventilatoren en kanaalwerk ten behoeve van de afzuiging vallen buiten het bedrag (levering installateur).
- Uitgegaan is van bestaande separate koeltechniek.
- Het bedrag is excl. BTW.

Uitgiftebuffetten

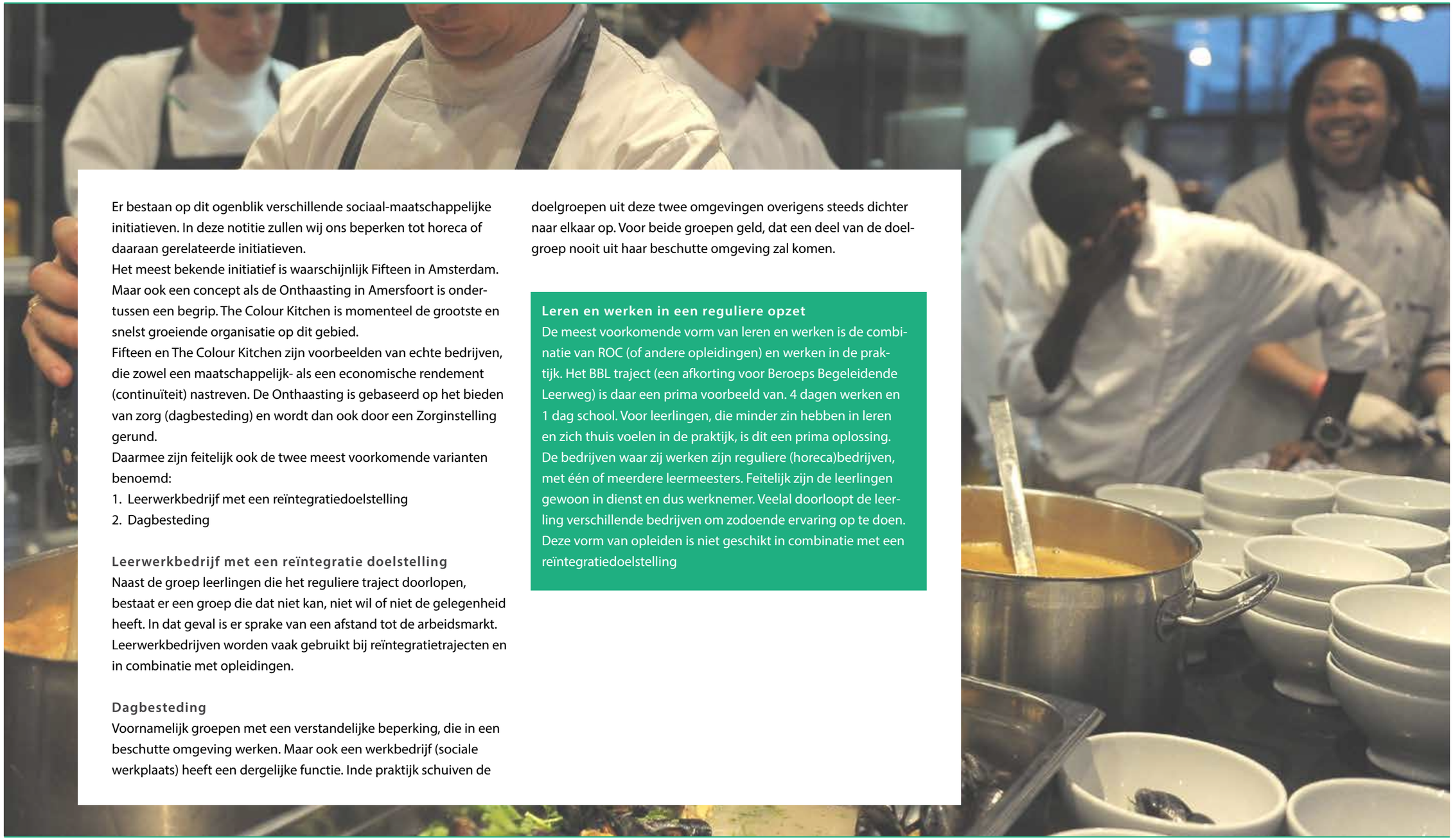
Het prijsniveau van de uitgiftebuffetten en eventuele barmeubels is gebaseerd op meubelmakerswerk. Dit betekent het volgende:

- Standaard techniek.
- Buffetbladen naar keuze (uitgangspunt is Ceasarstone bladen).
- Frontbeplating en onderbouw naar keuze (uitgangspunt is HPL in een niet-standaard kleur).

In het investeringsbedrag is het volgende niet voorzien:

- Warme-dranken-pantry's in het gebouw
- Decoratie, signing en display
- Training- en opleidingskosten van de cateringmedewerkers
- Meubilair zoals tafels en stoelen
- Hygiëne-artikelen (zeepdispensers, handdoekautomaten en zeepdoseerinstallaties)
- Inrichting administratieve werkplekken zoals computers, telefoons, bureaus, kasten enz.
- Verlichting (armaturen)
- Bouwkundige of installatietechnische zaken
- Kassa's en chip/pinapparatuur met back-office systemen.

BIJLAGE: SOCIAAL MAATSCHAPPELIJK ONDERNEMEN



Er bestaan op dit ogenblik verschillende sociaal-maatschappelijke initiatieven. In deze notitie zullen wij ons beperken tot horeca of daaraan gerelateerde initiatieven.
Het meest bekende initiatief is waarschijnlijk Fifteen in Amsterdam. Maar ook een concept als de Onthaasting in Amersfoort is ondertussen een begrip. The Colour Kitchen is momenteel de grootste en snelst groeiende organisatie op dit gebied.
Fifteen en The Colour Kitchen zijn voorbeelden van echte bedrijven, die zowel een maatschappelijk- als een economische rendement (continuïteit) nastreven. De Onthaasting is gebaseerd op het bieden van zorg (dagbesteding) en wordt dan ook door een Zorginstelling gerund.
Daarmee zijn feitelijk ook de twee meest voorkomende varianten benoemd:

1. Leerwerkbedrijf met een reïntegratiedoelstelling
2. Dagbesteding

Leerwerkbedrijf met een reïntegratie doelstelling

Naast de groep leerlingen die het reguliere traject doorlopen, bestaat er een groep die dat niet kan, niet wil of niet de gelegenheid heeft. In dat geval is er sprake van een afstand tot de arbeidsmarkt. Leerwerkbedrijven worden vaak gebruikt bij reïntegratietrajecten en in combinatie met opleidingen.

Dagbesteding

Voornamelijk groepen met een verstandelijke beperking, die in een beschutte omgeving werken. Maar ook een werkbedrijf (sociale werkplaats) heeft een dergelijke functie. Inde praktijk schuiven de doelgroepen uit deze twee omgevingen overigens steeds dichter naar elkaar op. Voor beide groepen geld, dat een deel van de doelgroep nooit uit haar beschutte omgeving zal komen.

Leren en werken in een reguliere opzet

De meest voorkomende vorm van leren en werken is de combinatie van ROC (of andere opleidingen) en werken in de praktijk. Het BBL traject (een afkorting voor Beroeps Begeleidende Leerweg) is daar een prima voorbeeld van. 4 dagen werken en 1 dag school. Voor leerlingen, die minder zin hebben in leren en zich thuis voelen in de praktijk, is dit een prima oplossing.
De bedrijven waar zij werken zijn reguliere (horeca)bedrijven, met één of meerdere leermeesters. Feitelijk zijn de leerlingen gewoon in dienst en dus werknemer. Veelal doorloopt de leerling verschillende bedrijven om zodoende ervaring op te doen.
Deze vorm van opleiden is niet geschikt in combinatie met een reïntegratiedoelstelling



In De Roos



Restaurant Freud



The Colour Kitchen



Boerderij Langerlust



Fifteen

Enkele voorbeelden

IN DE ROOS ZALTBOMMEL

Lunchroom In De Roos is een mooi voorbeeld van dagbesteding. Een leuke lunchroom met medewerkers met een verstandelijke beperking. Daarmee ontwapenend en authentiek. Op de site staat dat het de perfecte plek is om (zakelijk) te lunchen. Wie bij de in De Roos eet neemt de tijd en laat zich verrassen.

TERMINUS DE ONTHAASTING

Vergelijkbaar met in De Roos, een horecaconcept opgezet als dagbesteding

Twee fantastische concepten met als basis dus de dagbesteding.

RESTAURANT FREUD IN AMSTERDAM

Lunch en diner in een leuke omgeving, natuurlijke producten. Alle medewerkers hebben een "achtergrond", de naam Freud spreekt voor zich.

"Restaurant Freud is voor ons personeel een veilige plek waar zij met vallen en opstaan een positief uitzicht op hun leven krijgen."

THE COLOUR KITCHEN

The Colour Kitchen geeft mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt een nieuwe kans. De leerlingen worden hier opgeleid tot horecamedewerker (kok, gastheer/vrouw) The Colour Kitchen is een sociaal maatschappelijke onderneming en heeft zowel maatschappelijke als economische doelstellingen. De basis is altijd een professioneel horecateam, waaraan de leerlingen worden toegevoegd. De omgevingen waarin The Colour Kitchen acteert, zijn altijd professioneel van aard. De leeromgevingen zijn daarmee echt en niet gefingeerd. Anderzijds moet er ook economisch rendement gemaakt kunnen worden. En dat kan uitsluitend in de juiste omgeving.

BOERDERIJ LANGERLUST AMSTERDAM

Langerlust is een groot conferentieoord in Amsterdam en wordt gerund door en met medewerkers van het werkbedrijf van de Gemeente Amsterdam (Pantar). De medewerkers hebben een afstand tot de arbeidsmarkt en worden hier opgeleid tot horecamedewerker (kok, gastheer/vrouw). Het management wordt uitgevoerd door The Colour Kitchen.

FIFTEEN

Fifteen biedt jongeren die voor grote uitdagingen hebben gestaan een kans om hun leven een andere wending te geven. We bieden een opleiding aan tot kok (mbo diploma niveau 2) met veel ruimte voor extra persoonlijke aandacht.