



Visie op
Eten & Drinken

Eten en drinken

Eten en drinken draagt bij aan een gastvrije en positieve (werk)omgeving. Het verzorgen van een kwalitatief aantrekkelijk en verrassend assortiment gebeurt met aandacht voor gezonde voeding, vitaliteit en maatschappelijk verantwoorde dienstverlening. Door het gepersonifieerd aanbieden van eten en drinken, krijgt gastvrijheid een gezicht. Hierdoor voelt men zich gehoord, gezien en geholpen. Eten en drinken voorziet in energiebehoefte waardoor concentratie en creativiteit worden bevorderd. Daarnaast draagt het bij aan de sociale impact en verhoogt het de productiviteit. Het juist oppakken van deze gebruikersbehoefte kan leiden tot hogere (werk)tevredenheid.

Fysieke omgeving

- Ontmoetingsplek voor medewerkers in het kader van hybride werken
- Voldoende zitplekken, zorgen voor een goede spreiding van gebruik, warme sfeer
- Goed bereikbaar en vindbaar

Service

- Draagt maximaal bij aan de ambities van UWV
- Beschikbaar en betaalbaar
- Kwalitatief goed, gezond en maatschappelijk verantwoord aanbod
- Sluit aan bij de verschillende doelgroepen
- Uniformiteit met ruimte voor maatwerk

Gedrag

- Oprechte aandacht voor de gebruiker – persoonlijke benadering
- Actief stimuleren van ontmoeten op centrale plekken
- Stimuleren van gezonde en maatschappelijk verantwoorde keuzes





Wat verwachten we van de dienstverlener?

- Met de dienstverlening invulling geven aan de ambities van UWV op het gebied van eten en drinken
- Uitnodigen en verrassen
- Leveren van een belangrijke bijdrage aan gehoord, gezien en geholpen voelen van gasten
- Oprechte aandacht voor de gebruiker en een persoonlijke benadering
- Door aanbod, sfeer en aankleding bijdragen aan hele dag gebruik van restaurants voor ontmoeten en vergaderen
- Stimuleren van gezonde en maatschappelijk verantwoorde keuzes
- Lef tonen om ook andere oplossingen aan te bieden
- Een optimale bijdrage leveren aan SROI

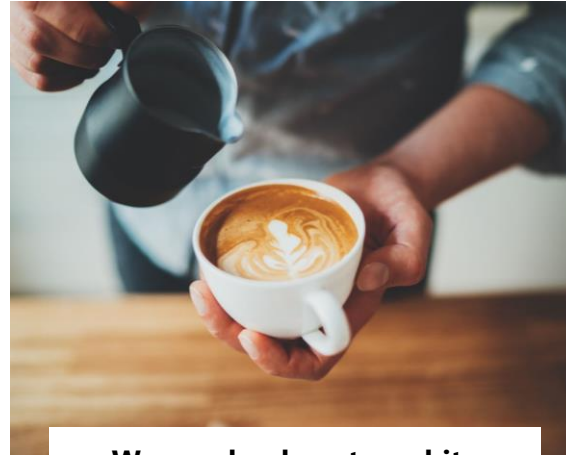
Eet- en drink momenten

We streven naar een passend aanbod op alle UWV vestigingen. Dat betekent niet dat UWV overal zelf zorgt voor voorzieningen. Dit is afhankelijk van de omgeving (aanbod voorzieningen buiten UWV om), omvang van de locatie (kosten UWV) en mogelijkheden op de locatie. Een aanbod voor de verschillende eet- en drinkmomenten kan diverse vormen hebben. Van een restaurant tot een grab 'n go en van een koffiebar tot een automaat.

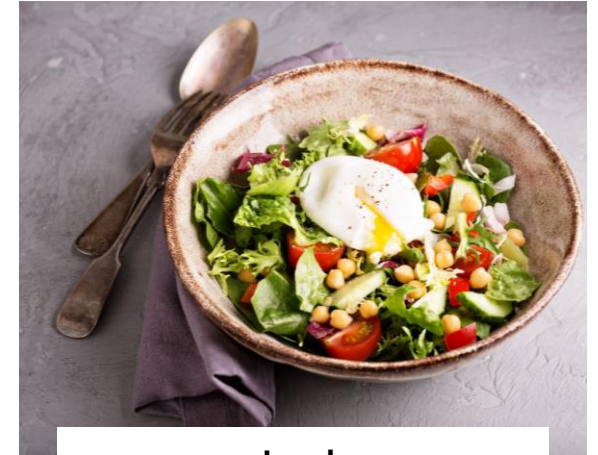
Binnen de fysieke kaders adviseert de dienstverlener welke service-concept(en) het beste passen.



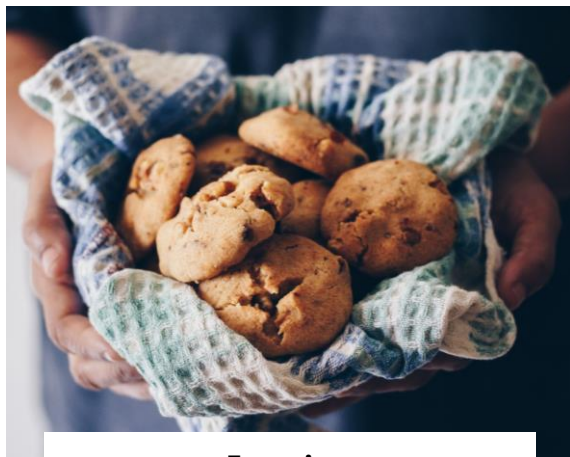
Ontbijt



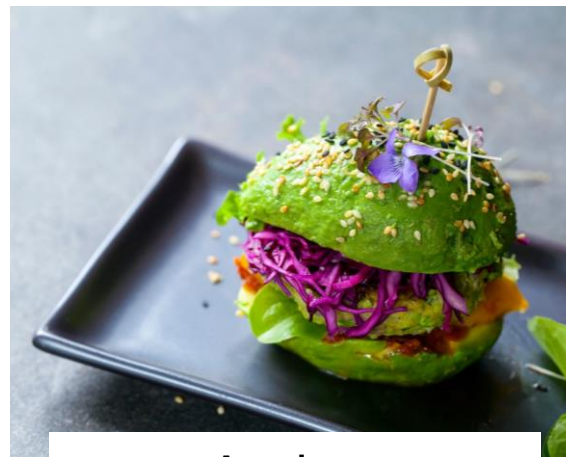
Warme drank met een bite



Lunch



Energizer



Avond eten

Service- momenten

In onderstaand overzicht is de ambitie opgenomen voor de servicemomenten in relatie tot de omvang van een locatie (omvang is uitgedrukt in maximale bezetting, in het locatiekenmerkenoverzicht zijn kenmerken van de huidige exploitaties opgenomen). Hiermee stelt UWV niet dat onderstaande gerealiseerd moet worden; een en ander is ook sterk afhankelijk van de exploitatiemogelijkheden. Dit overzicht wordt daardoor als leidraad gehanteerd in de

dialogoog met de dienstverlener. Aanvullend daarop wordt nogmaals gewezen op de vorige pagina, waarin wordt aangegeven dat het bieden van een servicemoment op veel verschillende fysieke manieren kan plaatsvinden.

Onderdeel	Ontbijt	Warme drank met een bite	Lunch	Energizer	Avond eten
Hoofdkantoor	✓	✓	✓	✓	✓
Locatie groot (>750 fte)	✓	✓	✓	✓	✓
Locatie middel (250 – 750 fte)	✓	✓	✓	✓	✓
Locatie klein (<250 fte)		✓	✓	✓	



Assortiment | Gezonde voeding

Richtlijn voedingscentrum Schijf van Vijf + 1:

- Veel groente en fruit
- Vooral volkoren
- Meer plantaardig
- Zachte en vloeibare vetten
- Dranken zonder suiker
- Meer smaak minder zout

Variatie:

- Standaard assortiment: basisproducten (waar mogelijk wel afwisseling in soort) en standaard items dagelijks
- Minimale rotatie van niet-basis assortiment en standaard items: 6 weken, maar "local hero's" kunnen bijv. wekelijks terugkeren
- Substituut componenten per schijf wisselen af gedurende de week

Presentatie:

- Gezonde en maatschappelijk verantwoorde producten worden aantrekkelijk gepresenteerd op een centrale plek (front & center) volgens de richtlijnen van het Voedingscentrum
- Communicatie & signing is er (ook) op gericht om gasten gezonde(re) keuzes te laten maken door verleiding en te informeren over waarom het gezonde(re) keuzes zijn
- Producten worden zodanig aangeboden dat hoeveelheden passend en gezond zijn

Assortiment CO₂ neutraal in 2030

- Transitie van dierlijke naar plantaardige eiwitten (in samenhang met een hoge mate van klanttevredenheid):
 - Vegetarisch: huidig is 60% naar minimaal 70% in 2025 en het maximaal haalbare, namelijk 100% vegetarische bedrijfscatering, uiterlijk in 2030
 - Plantaardig: huidig is 40% naar het maximaal haalbare in 2030
- Vegetarisch en veganistisch assortiment verder uitbreiden volgens de weg van geleidelijkheid en verleiding
- Bijdragen aan de transitie van koffie naar thee en water
- Stimuleren gebruik lokale en seizoensgebonden producten
- Stimuleren van biologische producten





Gratis verstrekkingen

- (Decafé) koffie
- Espresso
- Cappuccino
- Thee
- Warme chocolademelk
- Instant soep
- Condimenten

Optioneel

Water: UWV wil met de dienstverlener onderzoeken welke mogelijkheden en consequenties er zijn voor het standaard aanbieden van water met een smaakje in pantry's en in vergadercentra.

Fruit en snackgroenten: UWV wil met de dienstverlener onderzoeken welke mogelijkheden en consequenties er zijn voor het standaard aanbieden van fruit en snackgroenten in iedere pantry en in vergadercentra.

Prijsstelling | Catering

De verkoopprijzen in de serviceconcepten zijn vrij ter invulling aan de dienstverlener. UWV gaat ervan uit dat de dienstverlener vanuit het vakmanschap en ondernemerschap zoekt naar een optimale balans tussen een zo groot mogelijk bereik, een zo hoog mogelijke tevredenheid, een zo hoog mogelijke bijdrage aan de ambities en een zo optimaal mogelijk exploitatieresultaat. Daarbij gelden de volgende aanvullingen:

Homogene producten, zoals een snee brood, stuk fruit, basis beleg of een beker melk, hebben op alle locaties van UWV dezelfde prijs.

De dienstverlener wil en gaat experimenteren met true pricing.





Prijsstelling | Banqueting

De dienstverlener komt vanuit vakmanschap en in alle redelijkheid met een voorstel voor een banquetingmap, die uitgaat van alle ambities, kaders en een passende, marktconforme prijsstelling.

Alle arrangementen zijn in de basis vegetarisch en voor elk type (bijv. luncharrangementen) wordt ook een veganistische optie aangeboden. Tegen een meerprijs (vast supplement) kan vlees worden toegevoegd. De omzet gerelateerd aan deze vleessupplementen wordt volledig gereserveerd voor duurzaamheidsinitiatieven (in overleg tussen dienstverlener en UWV).

De volgende arrangementen en maximale prijsstelling (excl. btw) zijn in ieder geval opgenomen in de banquetingmap:

- Koffie & thee arrangement: € 0,75 p.p.
- Ontbijt-/Luncharrangement basis (incl. to-go optie): € 7,50 p.p.
- Gedekte tafel (in restaurant): € 5,50 p.p.
- Balielunch: op nacalculatie

Zero waste: in 2050 geen restafval

