

Amphia Ziekenhuis richt eigen BV op voor bezoekersrestaurant en retail

RUIMTE OM TE ONDERNEMEN

Bij een zich terugtrekkende en bezuinigende overheid is meer ondernemerschap in de zorg noodzakelijk. Maar wie voegt daadwerkelijk de daad bij het woord? Het Amphia Ziekenhuis in Breda runt sinds 1 september zelf de bezoekersrestaurants en retailvoorzieningen op de drie locaties en richtte hier een aparte BV voor op. Dit biedt veel voordelen, maar in de praktijk blijken zorg en ondernemerschap soms een lastige combinatie.

Tekst: Maurice de Jong

Bijna direct bij binnenkomst valt het bezoekersrestaurant van het Amphia Ziekenhuis locatie Molengracht in het oog. Gasten staan rustig in de rij voor de kassa. Verpakte sandwiches, warme broodjes en frisdrank kunnen ze zelf pakken. De eetgelegenheid heeft een constante toeloop en oogt gemoedelijk. Toch wil het ziekenhuis de uitstraling verbeteren. De zelfbediening moet bediening aan tafel worden, het interieur zal veranderen en er zal meer aandacht komen voor ambachtelijke en regionale producten, vertelt Yvette van Laanen, manager productgroep Facilitair Bedrijf. Ze wil de bezoekers meer waar voor hun geld geven door meer service te bieden.

Het restaurant stamt uit de tijd dat Albron hier de scepter zwaaide. De cateraar runde het bedrijfsrestaurant en het ziekenhuis had hier verder geen omkijken naar. Bovendien leverde het nog wat op ook. De cateraar betaalde immers een huursom aan het Amphia. Lange tijd leek dit de ideale situatie.

Derde geldstroom

Tot het een jaar of zes jaar geleden ineens begon te dagen hoe gemakkelijk Albron eigenlijk geld verdiende met het restaurant. Bij het Amphia dachten ze: we moeten de horeca zelf ter hand nemen. Wij kunnen beter voldoen aan de behoeften van de gebruikers. Voorzichtig werd begonnen met het aftasten van de mogelijkheden. Ideeën om als ziekenhuis meer ondernemerschap te tonen, zijn in dit vakgebied nog redelijk nieuw, weet Van Laanen die toen in een andere functie bij het Amphia Ziekenhuis werkzaam was. “Bovendien zaten we toen nog vast aan contracten.” Pas in het laatste kwartaal van 2012 concreetseerden de plannen om het bezoekersrestau-

rant zelf te exploiteren en deze onder te brengen in een zelfstandige BV. Het Amphia zegde het contract met Albron op. Sinds 1 september luistert het bezoekersrestaurant naar de naam ‘Puur’, dat is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel onder de naam ‘Amphia Hestia BV’. Alle 24 medewerkers van Albron op de drie ziekenhuislocaties zijn overgenomen.

Luxe koffie

Zorg en horeca zijn nu volledig van elkaar gescheiden entiteiten en dat is toch even wennen. Bij een ziekenhuis heerst een ethische ondertoon waar ondernemen niet de eerste natuur is, signaleert Van Laanen, die zelf uit de horeca komt en afstudeerde aan de Hogere Hotelschool in Den Haag. Ze had al haar overtuigingskracht nodig om te zorgen dat de eigen BV er kwam. De argumenten dat het oprichten van een eigen BV een derde geldstroom genereert, plus het toenemende belang van gastvrijheid en het steeds sterker wordende argument dat goede voeding een positieve invloed heeft op het herstel, deden de directie besluiten groen licht te geven voor de verzelfstandiging van het bezoekersrestaurant.

Het positieve besluit was nog maar het begin van heel veel regelwerk. Ondernemerschap doe je niet half, ondervond Van Laanen al in een eerder stadium. Zo’n anderhalf jaar geleden borrelde het idee op om luxere koffie te introduceren voor het personeel als extra keuzeoptie. Medewerkers zouden hiervoor dan wel moeten betalen. Maar al snel bleek dat dit niet zou werken. Er kwam een iets betere koffie waarvoor medewerkers vijftig cent moesten neertellen. Na een maand werd het experiment gestaakt. “Deze goedkope oplossing was halfbakken. Ik schaam me bijna voor die koffie. Het was een kleine verbetering van de huidige auto-

matenkoffie. Ik had een echte luxe horecakoffie in het hoofd. Een koffie voor €0,50; mensen denken dan al snel: dit kan nooit iets zijn.”

Van institutioneel naar commercieel

Niels Masselink mengt zich in het gesprek. “Voor onze grote cappuccino betalen bezoekers €2,80. Ze krijgen de kop geserveerd zonder opleuking en koekje. Dat willen wij veranderen, want voor een mooie warme drank met een koekje willen mensen wel betalen.” Masselink, managing partner van JRM Food & Facilities, is Van Laanens steun en toeverlaat in het proces van verzelfstandiging van Amphia’s bezoekersrestaurant dat in mei begon.

“We begonnen met een onderzoek naar wat we precies zouden overnemen van Albron. En vervolgens maakten we een exploitatiebegroting: wat levert het restaurant op voor het ziekenhuis”, vertelt Masselink. “Je moet je assortiment goed neerzetten en snel kunnen schakelen als de vraag van de klant verandert. Je moet hier constant aandacht voor hebben.” Om goed te kunnen sturen, richtten Masselink en Van Laanen zich intensief op de kassa-automatisering. Masselink geeft een voorbeeld. “Je moet in blokken van de dag alle informatie zoals omzet kunnen checken en hier op sturen. Als blijkt dat om 14.00 uur de omzet terugloopt, kun je met minder personeel toe en is het mogelijk mensen naar huis te sturen.”

Automatisering

Het restaurant en ziekenhuis hebben ieder een eigen personeels- en financieel systeem.