

LEO CATERING

‘WE BOUWEN AAN EEN BETROKKEN ORGANISATIE’

Bij Leo Catering draait alles om de mensen, vertellen mede-eigenaren Tjen en Damon van Ee. “Wij zijn een persoonlijke cateraar met oog voor vitaliteit en gezonde voeding, maar het begint altijd bij de mens”, zegt Tjen. Die mensgerichte aanpak geldt voor opdrachtgevers en hun medewerkers, maar ook voor het eigen personeel.

De broers Tjen en Damon van Ee zetten in op een mensgerichte aanpak, zowel voor hun opdrachtgevers als voor hun medewerkers.

De kernwaarden hiervoor zitten in het DNA van het bedrijf. Met het nodige ondernemerschap, korte lijnen, flexibiliteit en liefde voor het vak zor-

gen ze dat iedere opdrachtgever en lunchgast elke dag een goede beoordeling achterlaat. “Wij willen écht invulling geven aan de wensen van onze gasten, ook als dat net iets meer van ons vraagt. Gek genoeg onderscheiden wij ons in de markt door te doen wat we beloven. Dat maakt Leo sterk en geeft medewerkers een goed gevoel. Dit samenwerken als team en problemen niet uit de weg gaan, zorgt voor een goede vibe. Dat voelen onze opdrachtgevers”, zegt Damon.

WELOVERWOGEN GROEI

De onderneming groeit, maar weloverwogen. Een eerdere doelstelling om het aantal lunchgasten in enkele jaren te verdubbelen, is geschrapt. “We willen maximaal vijftien nieuwe locaties per jaar toevoegen, zodat we de kwaliteit kunnen garanderen”, zegt Tjen. Damon vult aan: “We hebben bewust gekozen voor een

structuur met teamcoaches – onze rayonmanagers – die maximaal vijftien accounts beheren. Zo kunnen we elke locatie maximaal aandacht geven, er zijn voor onze teamleden en écht het verschil maken in de details.” Die aanpak zorgt ervoor dat er ruimte is voor maatwerk, regelmatige evaluaties en nauwe samenwerking met opdrachtgevers. “Wij willen geen cateraar zijn die kort na de opstart uit beeld verdwijnt. We blijven betrokken, zodat we samen kunnen bijsturen als dat nodig is.”

LIFESTYLEVISIE

De lifestylevisie, die Leo een jaar geleden lanceerde, is een goede aanvulling op de menselijke aanpak. “We willen onze gasten en medewerkers echt in beweging krijgen en bewust laten nadenken over keuzes die ze dagelijks maken.” Vitaliteit staat hierin centraal en wordt ondersteund met ver-

“GASTEN EN MEDEWERKERS WILLEN WE BEWUST LATEN NADENKEN OVER KEUZES DIE ZE MAKEN



DEEL ONLINE

schillende tools. Met masterclasses, trainingen, informatieve signing en een app probeert Leo deze beweging op alle locaties in gang te zetten. "De maatwerkaanpak blijft ook hier leidend. Sommige bedrijven zijn nu eenmaal actiever dan andere. Daarin verschillen de behoeften; daar luisteren we goed naar", zegt Damon.

De eerste effecten van Leo's inzet op een gezonde lifestyle zijn al zichtbaar. Hoewel het nog te vroeg is om harde claims te maken over lager ziekteverzuim bij opdrachtgevers, ziet Damon positieve signalen: "Bij ons eigen team daalt het kortdurende verzuim en voelen medewerkers zich fitter. We zitten dus op de goede weg." Ook het enthousiasme van opdrachtgevers over de app en workshops sterkt het team in hun missie om gezondheid onderdeel te maken van de werkcultuur.

HOSPITALITYROL

Ook het dienstenpakket ontwikkelt zich mee met de wensen van de opdrachtgever. Behalve de catering neemt Leo steeds vaker hospitality-taken over. "We hebben locaties waar onze medewerkers meer naar een hospitalityrol zijn toegegroeid. Het ontvangen van gasten, uitvoeren van receptietaken en invulling geven aan een baristabar zorgen ervoor dat we nóg meer service bieden en onze opdrachtgevers verder ontzorgen", vertelt Tjen. Voor medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt creëert deze verbreding extra kansen. "Doordat de werkzaamheden afgebakend zijn en goed worden begeleid, kunnen we deze collega's succesvol inzetten." Zo combineert



Leo een mensgerichte visie met flexibiliteit en innovatie, zonder de persoonlijke benadering uit het oog te verliezen.

LUDIEK CONTRACT

De betrokkenheid van de cateraar reikt verder dan de eigen organisatie. "We gaan onze opdrachtgevers vragen een ludiek contract te ondertekenen, waarin ze zich committeren aan onze kernwaarden op het gebied van goed werkgeverschap", vertelt Damon. "Zo maken we ze medeverantwoordelijk voor het welzijn van onze mensen. Aan de opdrachtgever die dat het beste doet, gaan we jaarlijks zelfs een prijs uitreiken."

Leo Catering bedient inmiddels 72 locaties en biedt landelijke dekking. Voor de komende jaren ligt de

nadruk op stabiele groei, medewerkersgeluk en klanttevredenheid. "We willen een fijne plek zijn om te werken en een cateraar die mensen echt raakt", vat Tjen samen. "Dat is ons doel, niet per se groeien, groeien, groeien."

Toekomstbestendigheid zit volgens Tjen niet in schaalvergroting, maar in relatiebeheer. "Onze groei komt vooral via aanbevelingen door bestaande klanten. Dat lukt alleen als je afspraken nakomt, persoonlijke aandacht blijft geven en flexibel inspeelt op wensen." Die filosofie bepaalt ook de koers voor de komende jaren: liever gecontroleerde groei met sterke klantrelaties dan snelle expansie. Damon vat samen: "Wij bouwen geen cateringimperium, maar een betrokken organisatie die verschil maakt op de werkvloer." <