

WAAROM DEZE CATERAAR BLIJFT VERRASSEN

Persoonlijke aandacht, maatwerk en een sterke focus op gezondheid vormen al jaren het fundament van Leo Catering. Tegelijkertijd investeert het familiebedrijf volop in data, AI en hyperpersonalisering. Die combinatie van high touch en high tech blijkt een krachtig recept voor succes.

Twintig jaar geleden legden de ouders van Tjen en Damon van Ee de basis voor het bedrijf. Inmiddels staat de tweede generatie aan het roer. "In schoolvakanties werkten we al mee op locaties", vertelt Tjen. "We hebben het vak echt met de paplepel ingegoten gekregen. Dat maakt ons extra trots dat we het bedrijf nu samen mogen voortzetten." De organisatie verzorgt op bijna 80 locaties verspreid over Nederland de bedrijfscatering. Met zo'n 150 medewerkers richt Leo Catering zich nadrukkelijk op organisaties die aandacht hebben voor gezondheid, vitaliteit en welzijn van medewerkers. "Wij noemen onszelf een persoonlijke cateraar met een focus op lifestyle en gezondheid", zegt Tjen.

MENSEN VOOR TECHNOLOGIE

Hoewel technologie een steeds grotere rol speelt, begint volgens de broers alles bij de mensen. Tjen: "Wij geloven dat als je goed bent voor je eigen team, dat uiteindelijk ook zichtbaar wordt voor de lunchgast en de

opdrachtgever." Die visie vertaalt zich naar veel persoonlijke aandacht, korte lijnen en ruimte voor ondernemerschap op de werkvloer.

Daarnaast is er veel aandacht voor de wens van de klant. Damon: "Alles wordt vers bereid op locatie. Daardoor kunnen we veel beter inspelen op de wensen van de mensen die er dagelijks lunchen. Binnen onze herkenbare formule krijgt iedere locatie veel vrijheid. Daardoor kunnen we mensen precies geven wat ze willen."

GEEN STANDAARDCONCEPT

Juist dat maatwerk onderscheidt de organisatie volgens de broers van veel concurrenten. "Op alle locaties spelen we in op de wensen van de lunchgasten en opdrachtgevers", zegt Tjen. "Iedere locatie heeft zijn eigen concept."

Naast een teamcoach (regiomanager) komt ook een restaurantcoach regelmatig op locatie. Damon: "Die helpt bij praktische

Het team van Leo Catering >>>





DEEL ONLINE

vraagstukken en fungeert als sparringpartner." Omdat iedere locatie anders is, wordt ook voortdurend gekeken naar de wensen van de gebruikers. Data spelen daarbij een steeds grotere rol. "We willen begrijpen wat mensen nodig hebben", zegt hij. "Niet om standaardisatie door te voeren, maar juist om het aanbod nog beter af te stemmen op specifieke doelgroepen."

GROEIEN NAAR LIFESTYLEPLATFORM

De ambitie om uit te groeien van catering naar lifestyleplatform kreeg anderhalf jaar geleden vorm met de introductie van een lifestyle-app. "Medewerkers kunnen met behulp van de app gezonde gewoontes ontwikkelen en doelen stellen", vertelt Tjen. "Denk aan meer bewegen, voldoende water drinken of stoppen met roken. Werkgevers kunnen daar bovendien vitaliteitsprogramma's en challenges aan koppelen."

Inmiddels werken de broers aan een volgende stap: hyperpersonalisering. "We willen toewerken naar een situatie waarin de app begrijpt wat iemand nodig heeft", zegt Tjen. Damon licht toe: "Iemand die veel sport en extra eiwitten wil eten, krijgt andere suggesties dan iemand die wil afvalen. Uiteindelijk willen we een compleet platform bouwen waarin voeding, beweging, vitaliteit, feedback en dienstverlening samenkomen."

AI ALS HULPMIDDEL, NIET ALS DOEL

AI speelt daarin een belangrijke rol. "AI helpt ons straks bijvoorbeeld om veel slimmer in te kopen", zegt Tjen. "Op basis van historische gegevens, bezoekersaantallen en



Tjen van Ee en Damon van Ee

“WIJ ZIJN EEN PERSOONLIJKE CATERAAR MET EEN FOCUS OP LIFESTYLE EN GEZONDHEID

menu's kunnen we nauwkeuriger voorspellen wat er nodig is."

Dat levert verschillende voordelen op. De beschikbaarheid van producten verbetert, processen worden efficiënter en voedselverspilling neemt af. Damon: "We kunnen derving reduceren en tegelijkertijd de kwaliteit verhogen. Dat is winst voor de opdrachtgever en voor onszelf én ook nog eens duurzaam." Opvallend is ook dat het bedrijf het platform volledig zelf ontwikkelt. "We bouwen alles in eigen beheer", vertelt hij. "Daarom zijn we niet afhankelijk van bestaande systemen en kunnen we veel sneller inspelen op nieuwe ontwikkelingen. Dat vraagt forse investeringen, maar maakt ons ook enorm wendbaar."

DE BASIS BLIJFT HETZELFDE

Ondanks alle technologische ambities benadrukken de broers dat innovatie nooit een doel op zich mag worden. "Uiteindelijk draait ons werk om mensen", zegt Tjen. "Om aandacht, gastvrijheid en elke dag weer een goede lunch neerzetten die past bij de organisatie." Volgens hem is juist die combinatie van menselijke aandacht en technologische vernieuwing de sleutel. "AI, data en apps zijn prachtige hulpmiddelen. Maar ze voegen pas echt waarde toe als de basis klopt. Eerst moet je goed zijn voor je medewerkers en opdrachtgevers. Daarna kun je technologie inzetten om het nóg beter te maken." Precies daarin schuilt volgens de broers de kracht: niet kiezen tussen mens of technologie, maar beide versterken. <