

TUSSEN AMBITIE EN KEBAB



WAAROM DE GEZONDE CAMPUS STRANDT OP GEZONDE AMBITIES

Het begint altijd met een gezonde ambitie. Een onderwijsbestuur dat verantwoordelijkheid voelt, een cateraar die duurzaamheid omarmt, beleidsstukken waarin vitaliteit, toekomstbestendigheid en maatschappelijke doelen centraal staan. De adviezen van het Voedingscentrum liggen op tafel. Tachtig procent gezond moet het worden. Minder suiker. Minder gefrituurd. Meer plantaardig.

De intentie is oprecht. En toch mislukt het vaak. Niet omdat de salade niet vers genoeg is. Niet omdat de cateraar niet wil. Maar omdat ergens in het proces een fundamentele misvatting zit over wie die student eigenlijk is én meer nog: Wat de student wil. De student laat zich niets opleggen. Dat weten we inmiddels. En toch blijven het proberen. Waarom?

De campus en de straat

Binnen scholen verdwijnen de snacks. Buiten staat de frituurpan aan. Om de hoek staat de foodtruck. De supermarkt verkoopt energydrinks per tray en saucijzen broodjes per doos. Bezorgapps doen de rest. De campus denkt in percentages. De student denkt in momenten. De student kiest niet op basis van koolhydraten, eiwitten en vetten. Niet op basis van beleidsambities.



Maar op basis van prijs, smaak, gemak en groepsdynamiek. De lunch is geen voedingsmoment. Het is een sociaal ritueel, een welkome onderbreking, een beloning en soms zelfs een kleine rebellie.

Wie gezondheid presenteert als norm, roept weerstand op. Wie friet verbiedt, creëert geen gezondere student. Die creëert een looproute naar buiten. En daar begint het echte probleem.

Het stille spanningsveld

Zodra studenten uitwijken, dalen volumes. Zodra volumes dalen, krimpt omzet. En zodra omzet onder druk komt, schuurt het contract. In veel onderwijs cateringcontracten ligt het exploitatierisico primair bij de opdrachtnemer. Daarbij komen ambitieuze vastgestelde KPI's en een heel boekwerk aan eisen. Tegelijkertijd groeit de beleidsdruk op gezondheid en duurzaamheid. → [pagina 2](#)



Gezond inkopen is duurder. Plantaardig is niet automatisch rendabel. En de prijsgevoeligheid van studenten is meedogenloos.

Wat daardoor ontstaat, is een ongemakkelijke paradox.

De opdrachtgever wil maatschappelijke impact. De opdrachtnemer moet financieel overeind blijven. Zolang gezondheid wordt vertaald naar harde assortimentseisen zonder gedragsstrategie, wordt het contract een spanningsveld in plaats van een partnerschap. Dan verschuift het gesprek van visie naar verrekening. Van ambitie naar compensatie. En dat is precies waar het misgaat.

De mislukking van het goede voorbeeld

De cateringmarkt, van Vitam tot Compass, van Appél tot Albron, beweegt zich al jaren zichtbaar richting gezonder en duurzamer. De intentie is breed gedragen en, de meeste, cateraars zijn intrinsiek gemotiveerd om hun gasten gezonder, en de wereld beter te maken. Maar de uitvoering blijft vaak hangen in assortiment. Alsof het vervangen van producten en verduurzamen van het assortiment automatisch gedrag verandert. Maar studenten zijn geen beleidsdoelgroep. Het zijn jonge mensen in een levensfase van autonomie. Ze zijn zoekende naar identiteit, vrijheid, zichzelf en elkaar. Hoe sterker iets als “goed” wordt gepresenteerd, hoe groter de verleiding van het “foute”. Gezondheid wint het zelden van verleiding.....Tenzij het zichzelf verleidt.

De echte revolutie

Misschien moeten we stoppen met proberen de student te veranderen. Misschien moeten we het systeem veranderen. De revolutie zit niet in het schrappen van producten, maar in het ontwerpen van keuzes. In hoe iets gepresenteerd wordt, in prijsarchitectuur, in loopstromen en routing op de campus, in beleving, in het aantrekkelijk maken van plantaardig zonder het moreel te laden en in het economisch slim maken van gezond.

Dat vraagt om een andere manier van denken over exploitatie. Gezond moet niet alleen inhoudelijk kloppen, maar ook commercieel. Menu-engineering, seizoenslogica en slimme margestructuren. Dat zijn geen technische details, maar randvoorwaarden voor impact.



Volwassen contracten

Als gezondheid een gedeelde ambitie is, dan hoort risico dat ook te zijn. Dan verschuif je van een klassiek leverancier-opdrachtgever model naar een partnerschap waarin vitaliteit, gastwaardering en maatschappelijke waarde net zo zwaar wegen als omzet.

Dat betekent ook dat je samen duidelijke doelen afspreekt voor het einde van het contract. Niet alleen financiële doelen, maar ook doelen op het gebied van gezondheid, tevredenheid en impact. En onderweg werk je met flexibele KPI's: meetpunten waarop je samen kijkt waar je staat. Niet om elkaar af te rekenen. Maar om bij te sturen. Want gedrag verandert niet in één kwartaal. En een campus verandert niet door één maatregel. Als opdrachtgever en opdrachtnemer samen verantwoordelijk zijn voor de tussenresultaten, ontstaat er ruimte om te leren, te experimenteren en te verbeteren. Dan wordt een contract geen controle-instrument, maar een kompas.

Een ongemakkelijke vraag

Durven we eerlijk te erkennen dat een volledig gezonde campus misschien een illusie is? En durven we te accepteren dat echte impact niet zit in verbieden, maar in subtiële gedragssturing? Wie blijft denken in percentages, blijft achter de feiten aanlopen. Wie durft te investeren in gedragskennis, ontwerp en contractuele verandering, creëert ruimte. Voor gezondheid én rendement. De student is niet tegen gezond eten. De student is tegen betutteling. Dat verschil begrijpen, is het verschil **tussen ambitie en kebab**.