

SAMEN EEN

JAARVERSLAG 2024 Appèl



Benieuwd naar het jaar waarin we samen één werden?

[Lees verder](#)

Bekijk hieronder de eerdere edities



VOORWOORD

OVER ONS ORGANISATIE TOEKOMST ONZE MENSEN BELEVING

VITALITEIT & DUURZAAMHEID FINANCIIEEL NAWOORD



Voorwoord

2024 was een spannend en dynamisch jaar, waarin data als een rode draad door onze organisatie liep. Ons belangrijkste doel was ‘elke dag een stukje beter’. Door bewust in te zetten op data kunnen we meer in processen gaan denken en werken. Data maakt zichtbaar welke stappen we kunnen zetten en hoe we kunnen verbeteren. Dit brengt een omslag teweeg: door onze data op orde te brengen, ontstaat rust en efficiëntie in de organisatie en zien we waar verbeteringen nodig zijn. Tegelijkertijd geeft het ons een krachtig hulpmiddel om gericht sturing te geven. De grootste uitdaging daarbij was het meekrijgen van onze medewerkers. Dat kostte tijd. Gelukkig werd het belang en de noodzaak ervan door onze medewerkers steeds meer gevoeld en ervaren. Het blijft een aandachtspunt voor de toekomst om ook de mensen op locatie op een goede manier mee te nemen in deze ontwikkeling.

We zagen in 2024 veel veranderingen en boekten successen waar we trots op zijn. We startten al gelijk 1 januari 2024 met onze naamsverandering: we gingen met al onze dochterondernemingen verder onder de naam Appèl. Dit proces verliep verrassend soepel. Iedereen begreep deze keuze en voelde zich onderdeel van het grote Appèl team. De integratie verliep grotendeels achter de schermen, waardoor klanten en gasten er weinig van merkten. De combinatie van de naamswijziging met een nieuw logo en huisstijl versterkte onze positionering naar buiten.

Ook binnen de directie zagen we een frisse wind met de komst van meerdere nieuwe directieleden. Door samen te bouwen aan een gedegen strategie en doelstellingen, gaan we met Appèl krachtiger de toekomst tegemoet. Dit onderstreept onze lange termijnvisie als familiebedrijf.

Een belangrijke mijlpaal van 2024 was de productontwikkeling onder private labels, zoals onze eigen vegan chocolate chip cookie. Ook de samenwerking met ‘Oven Aan, Kom Eraan’ was een mijlpaal. Dit Bossche bedrijf biedt versgekookte warme maaltijden en foodtrucks, waarmee we onze opdrachtgevers ook meer kunnen ondersteunen bij evenementen, banqueting en warme avondmaaltijden.

Op productniveau namen we risico's die goed uitpakten, zoals de ontwikkeling van onze eigen pizza baguette. We trokken toen de stoute schoenen aan en ontwikkelden een eigen saus. Vanuit ons datasysteem zien we dat warme broodjes en kaas ook heel populair zijn. Vanuit die combi van pizzasaus, warm en kaas ontwikkelden we een lekker, gezond én betaalbaar vega-broodje. Het is tot op de dag van vandaag nog steeds een van onze meest populaire broodjes! Dit soort productontwikkelingen, in combinatie met ons nieuw te bouwen innovatielab, zorgt ervoor dat we langzaam een stap maken van cateraar naar foodontwikkelaar en -producent. Ook hier blijkt dat data ons het inzicht geeft om producten te ontwikkelen. Ik vind het heel gaaf om te zien hoe zo alles bij elkaar komt.

In 2024 sloten steeds meer basisscholen zich bij ons aan, mede dankzij de overheidssubsidie voor de gezonde schoollunches en -ontbijtjes. Omdat er op de basisscholen onvoldoende werkruimte was, werkten we met een aantal opdrachtgevers samen en maakten we in hun keukens deze schoolmaaltijden. Daar ben ik echt trots op. Dat laat zien dat we er echt voor alle generaties zijn: van basisschool, middelbare school, mbo, hbo en universiteit tot aan bedrijven, horeca en evenementen. Dat we nu ook via Oven Aan Kom Eraan warme maaltijden op scholen bieden, maakt voor mij de cirkel rond.

Ook op het gebied van duurzaamheid zetten we stappen. Zo veranderden we bijvoorbeeld de gewone filet americain naar vegan en haalden we het populaire broodje carpaccio uit het assortiment, maar kwam er een lekker kipbroodje voor in de plaats. Voor ons is onze foodprint belangrijker dan alleen maar minder vlees.

Onze grootste duurzaamheidsambitie voor 2024 was het behalen van de B Corp-certificering. Helaas bleek dit een uitdaging, omdat de Amerikaanse organisatie tijd nodig had om de richtlijnen per continent specifiek te maken. Dit zorgde ervoor dat we langer moesten wachten dan gehoopt. Inmiddels, in 2025, kunnen we met veel trots vertellen dat we B Corp gecertificeerd zijn! Onze inzet voor duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid blijft echter onverminderd groot.

Met vertrouwen kijk ik vooruit naar de toekomst. Samen blijven we bouwen aan een sterke, innovatieve en duurzame organisatie. Veel leesplezier!

OVER ONS



Dit zijn wij

Als Brabants familiebedrijf brengen wij elke dag werkgeuk en vooral veel lekker eten op tafel. Je vindt ons op scholen, bij universiteiten, bedrijven, instellingen, in de horeca en op evenementen. Met een gezonde twist creëren wij dé ontmoetingsplek van een school of organisatie. Onze innovatieve concepten laten zien dat lekker en gezond eten perfect samen kunnen gaan. Zo dragen we bij aan een vitalere en duurzamere leefstijl voor alle generaties. Samen met onze gasten vieren we de kleine en grote momenten, elke dag weer. Een leven lang lekker!

Bij alles wat we doen laten we ons leiden door onze vijf stakeholders.

1. Onze gasten, die we dagelijks smakelijke gerechten voorzetten.
2. Onze klanten, voor wie we hun wensen vertalen naar het beste restaurant voor hun locatie.
3. Onze medewerkers, met wie we dag in dag uit onze gasten blij maken.
4. Onze aandeelhouders, die zorg dragen voor een gezonde organisatie.
5. En toekomstige generaties, want naast de behoeften van vandaag, houden we ook rekening met de leefomgeving en gezondheid van de toekomst.

MISSIE

Samen mensen blij maken

Onze ambitie

Onze ambitie is om de meest innovatieve cateraar te worden die iedere dag bijdraagt aan een vitalere en duurzamere leefstijl voor alle generaties. Dat doen we door ons te richten op innovatieve producten en concepten, gezonde en duurzame voeding. We zijn een betrouwbare en geloofwaardige partner voor alle generaties.

Onze kernwaarden

DURVEN DOEN

Creatief

Wij zoeken continu naar innovatie en trends om onze gasten, opdrachtgevers en medewerkers te blijven verrassen. Onze jarenlange ervaring op het gebied van eten en drinken maakt dat we creatieve en lekkere gerechten durven aan te bieden!

HET VERSCHIL MAKEN

Samen

Wij geloven in partnerschap en samenwerking. Met onze opdrachtgevers, onze collega's onze gasten en onze partners. Samen bouwen we aan innovatieve en duurzame oplossingen, voor nu en voor de toekomst. Samen gaan we ervoor!

VOOR ETEN EN DRINKEN

Passie

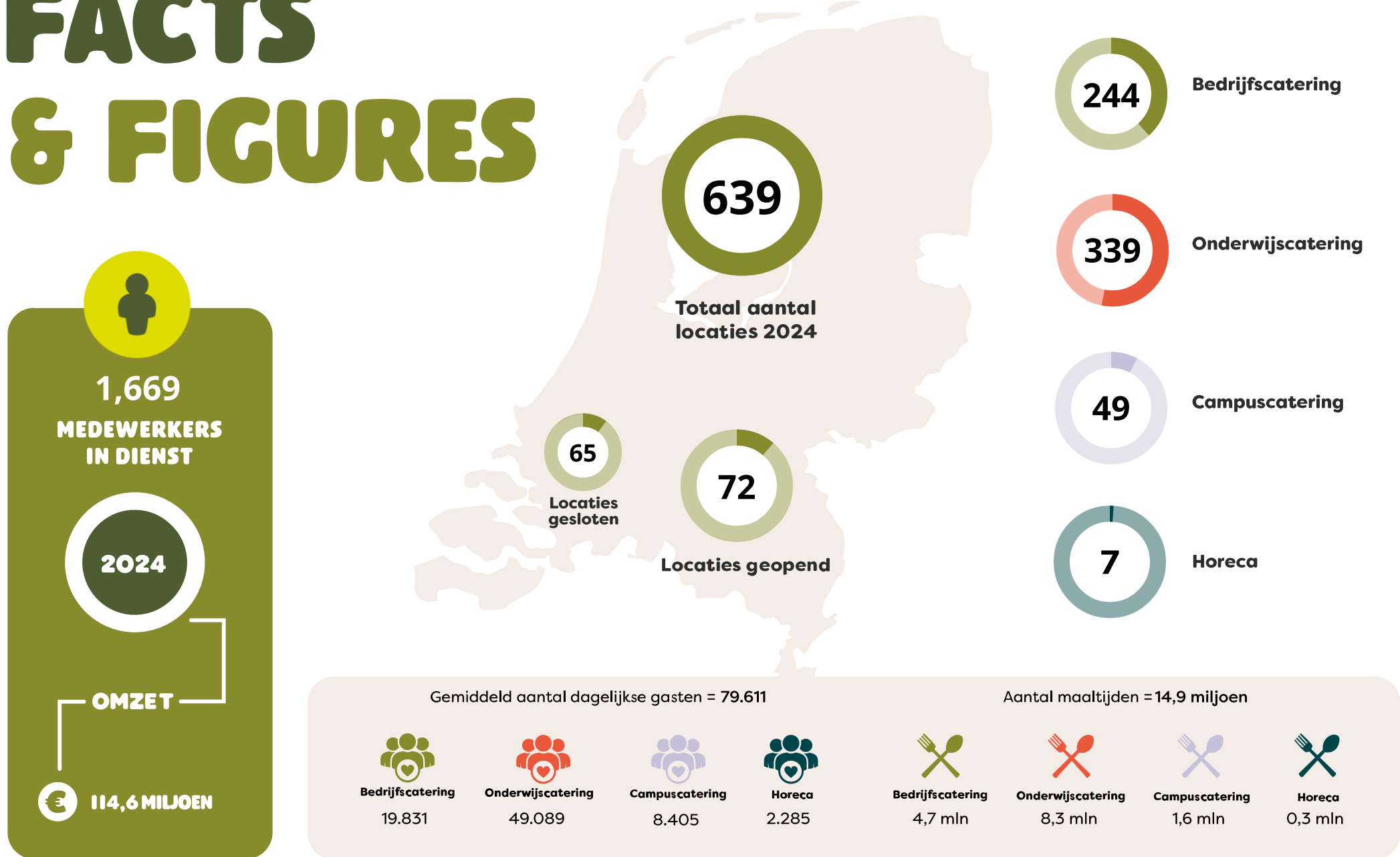
Eten en drinken zorgt voor verbinding en het brengt mensen samen. Wij stimuleren en faciliteren onze medewerkers om ons vak met passie, aandacht en enthousiasme uit te oefenen. Wij zetten elke dag weer dat stapje extra voor jou.

OOG VOOR JOUW WENS

Open

Wij zijn een echt familiebedrijf met een informele cultuur waarin iedereen meedoet. We hebben altijd oog voor jouw wens. Wees welkom!

FACTS & FIGURES



ONZE HISTORIE



ORGANISATIE



Samen één

In 2024 zetten we een grote stap door vanuit alle ondernemingen in de holding verder te gaan onder één naam: Appèl. Met deze keuze investeren we in de toekomst van onze dienstverlening. Appèl bv, Markies Catering Advies, Zo-Vital, SAB, FM at Work en Scoolcompany hebben zich bewezen als bijzondere merken, die door klanten zeer gewaardeerd worden. Door al onze activiteiten onder de naam Appèl te bundelen, versterken we ons merk en ons aanbod. Van basisschool en middelbare school, tot aan mbo, hbo, universiteit en bedrijven: we zijn nu als één cateraar zichtbaar voor alle generaties.



Een leven lang lekker

Op onze nieuwe communicatiemiddelen, zoals logo, huisstijl en pay-off zijn we trots. 'Een leven lang lekker!' symboliseert het toekomstgerichte, de samenwerking, het leven en de maatschappij, en natuurlijk het lekkere eten waar wij voor gaan en staan.

Innovatie voorop

Vanuit onze ambitie om de meest innovatieve cateraar te worden, startte in 2024 onze nieuwe innovatieafdeling. Door concept- en productontwikkelaars, menu-engineers en voedingsdeskundigen in één team bij elkaar te brengen, kijken we vanuit een integrale, innovatieve blik naar onze concepten en assortimenten.

Nieuwe commercieel directeur

In mei 2024 begon Daan Peters als nieuwe commercieel directeur bij Appèl. Vanuit zijn eerdere commerciële ervaring zet hij zich actief in om onze verschillende doelgroepen te verbinden aan onze restaurantconcepten.



Winterevent

In december 2024 organiseerden we een grootschalig evenement rondom Kerstmis voor al onze medewerkers. Waar voorheen enkel een kerstborrel voor stafmedewerkers werd gehouden, nodigden we dit keer al onze collega's uit om samen het jaar feestelijk af te sluiten op de Brabantse Winter. In de Brabanthallen in 's-Hertogenbosch genoot bijna de helft van al onze medewerkers van een sfeervolle avond vol gezelligheid, lekker eten en entertainment. Samen proostten we op een succesvol jaar en vierden we de inzet en betrokkenheid van onze collega's.

Donaties

Het rechtstreeks ondersteunen van projecten en organisaties op sociaal en educatief gebied en armoedebestrijding, onder andere via onze stichting Sociaal Accent, is ook een vast onderdeel van ons beleid. In 2024 doneerden we het mooie bedrag van totaal € 29.500,- aan verschillende organisaties en projecten.

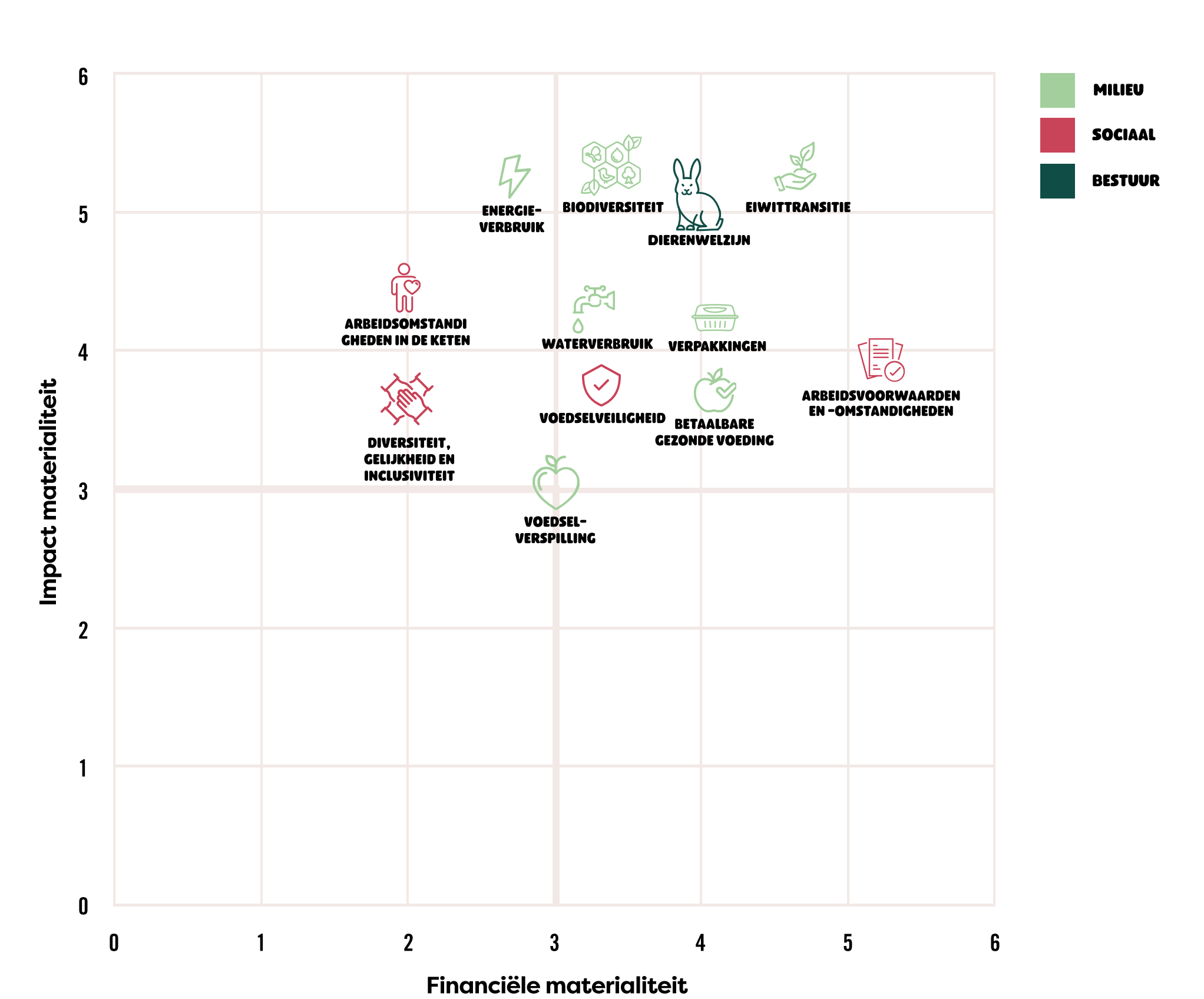
TOEKOMST

Materiële thema's

Als organisatie hebben we naast financiële impact ook impact op de samenleving en het milieu. Daarnaast hebben duurzaamheidsthema's ook financiële invloed op onze organisatie. Ook in 2024 hebben we samen met onze belanghebbenden de sociale, milieu en bestuurlijke thema's geëvalueerd en vastgesteld dat dezelfde thema's voor ons nog steeds relevant zijn.

Het resultaat hiervan is weergegeven in de onderstaande figuur. Thema's met een gemiddelde score van drie of hoger zien wij als materieel. Deze thema's vormen de kern van onze duurzaamheidsstrategie. De niet-materiële thema's zijn niet opgenomen.

De grootste impact maken we door goed te zorgen voor onze mensen. En door transparantie en samenwerking in de keten van eten en drinken. Ons beleid, ambities, acties en resultaten op deze thema's lees je terug in dit verslag en blijven we verder ontwikkelen.



MANIFEST

Onze duurzame missie

Samen mensen blij maken is onze missie. Dat doen we door het geluk en de gezondheid van onze gasten en medewerkers – ook die van toekomstige generaties – voorop te stellen. Appèl wil de meest innovatieve cateraar zijn die iedere dag bijdraagt aan een vitalere en duurzamere leefstijl voor alle generaties. Voor onze opdrachtgevers willen we dé partner met de kennis en ervaring zijn om de transitie naar een gezondere en meer duurzame leefstijl te realiseren. Onze gasten verleiden we in het restaurant tot het maken van betere keuzes voor hun gezondheid en het milieu.

Thema's

Duurzaamheid maakt integraal deel uit van de bedrijfsstrategie. Als organisatie hebben we naast financiële impact ook impact op de samenleving en het milieu. Daarnaast hebben duurzaamheidsthema's ook financiële invloed op onze organisatie. Samen met onze belanghebbenden hebben we de sociale, milieu en bestuurlijke thema's bepaald die voor ons het meest van belang zijn.



B CORP

We willen een positieve impact maken op onze collega's, klanten, de samenleving én het milieu. Met zo'n 1750 betrokken medewerkers doen we dat elke dag. In onze keukens, op locatie en achter de schermen. We maken bewuste keuzes die bijdragen aan een gezondere generatie en een duurzamere wereld – en we geloven dat goed eten daarbij het verschil kan maken.

In 2025 willen we B Corp-gecertificeerd zijn. B Corp staat voor Benefit Corporation – een internationaal erkende certificering voor bedrijven die winst combineren met maatschappelijke en ecologische verantwoordelijkheid. Het traject wordt begeleid door B Lab, een onafhankelijke non-profitorganisatie die toetst op impact, transparantie en continu verbeteren.



ONZE MENSEN



Nieuwe HR Directeur

Onze mensen zijn nog belangrijker geworden. Hierdoor is besloten om een HR-directeur aan te stellen. Angélique van Sonderen gaat zich richten op een aantal interessante ontwikkelingen. Ten eerste richten we ons op professionaliseren van de structuur van onze HR-afdeling. Hiermee streven we ernaar om onze interne processen te stroomlijnen en onze **dienstverlening nog effectiever** te maken. Daarnaast zijn we bezig met de implementatie van een leiderschapsprogramma voor alle rayon- en accountmanagers, evenals voor alle staf leidinggevend. Dit programma is ontworpen om leiderschapscapaciteiten te versterken en te verfijnen, wat bijdraagt aan een nog betere ondersteuning van onze teams en onze klanten.

HACCP

In 2024 lanceerden we de vernieuwde HACCP e-learning in de Appèl Academy. Deze verplichte training voor alle operationele medewerkers en managers sluit beter aan op de praktijk en verschillende leerstijlen. Ook organiseerden we live trainingen voor rayon-, account- en horecamanagers rondom HACCP en ARBO. Zo borgen we voedselveiligheid en gezond werken op al onze locaties – elke dag opnieuw.

MTO

In 2024 hebben 853 medewerkers deelgenomen aan ons Medewerkers Tevredenheidsonderzoek (MTO), waaruit een gemiddelde score van 6,6 naar voren kwam. Positief was dat medewerkers zich trots voelen om over onze organisatie te praten, goed kunnen samenwerken met hun leidinggevende en daar terecht kunnen bij problemen. Er waren ook waardevolle verbeteringsuggesties.

Samen groeien in leiderschap

In april 2024 startten we een leiderschapsprogramma voor ons middenkader en alle rayon- en accountmanagers. Centraal stonden persoonlijke drijfveren, communicatie, eigenaarschap en feedback. Met behulp van assessments kregen deelnemers inzicht in hun kracht én groeipunten. Zo investeren we in de toekomst van onze mensen.

CAO

In 2024 trad een nieuwe cao in werking, met verbeteringen voor onze medewerkers in twee delen. Voor deel A ging de indexatie in op 1 april. Voor collega's in deel B betekende dit een loonsverhoging met terugwerkende kracht vanaf 1 januari. Collega's in deel A ontvingen in oktober ook een eenmalige cao-vergoeding. Met deze afspraken zetten we een stap vooruit in de waardering van ieders inzet, iets waar we veel belang aan hechten.

Digitalisering en professionalisering

In het afgelopen jaar zijn verdere stappen gemaakt omtrent digitalisering en automatisering in de systemen, waaronder de in- en uitdiensttredingen. Processen zijn hierdoor duidelijker geworden, maar ook de rol en de verwachting van medewerkers. De huidige workflows zijn herzien en waar nodig aangepast. Door de verdere vormgeving van de afdeling HR en adviseurs zijn diverse beleidsstukken en digitale processen daarop aangesloten. Ook zijn beleidsstukken herzien en verder ontwikkeld in het kader van professionalisering.

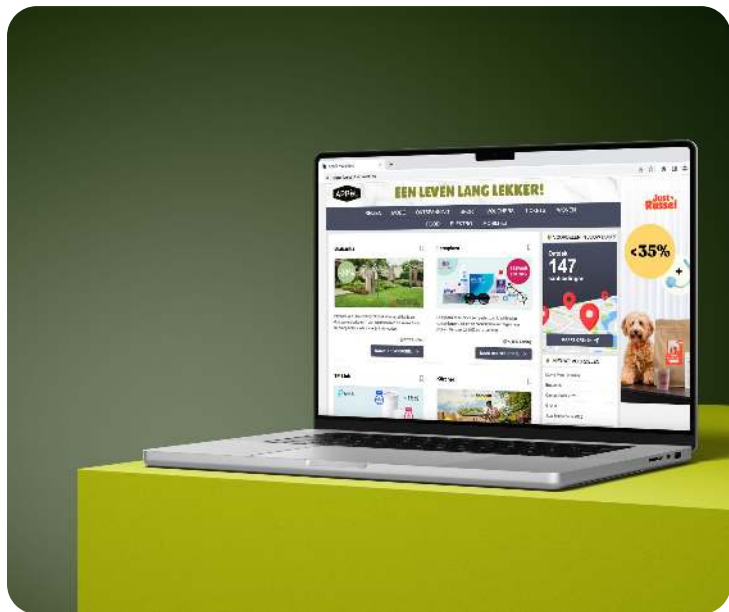
Vrijwilligersbeleid

In 2024 hebben we ons vrijwilligersbeleid (ook wel, Voluntary Time Off, VTO-beleid) voor het eerst in de praktijk gebracht. We deden al veel, maar als beleid hebben we dit ook echt vastgelegd. Stafcollega's hebben zich in totaal 244 uur vrijwillig ingezet voor een kleinere kloof, gezondere levensstijl en minder afval. En dat deden ze met een grote glimlach! Wandelen met ouderen, het onkruidvrij maken van de tuin van een dagbesteding voor ouderen, kinderen helpen bij een gezonde kookles en afval prikken uit het water op een supboard, van alles kwam voorbij! Voor 2025 zetten we in op hetzelfde enthousiasme en nóg meer ingezette uren en initiatieven!



De Nationale Vitaliteitsweek

Eind september vond de Nationale Vitaliteitsweek plaats. Hierin besteden we namens Appèl extra aandacht aan onze gezondheid. Bij Appèl hechten we veel waarde aan vitaliteit, dus lieten wij deze week ook dit jaar niet onopgemerkt voorbij gaan. Zowel in de restaurants, als voor onze medewerkers organiseerden we de hele week sportieve en informatieve activiteiten. Om te zorgen dat het voor iedereen aantrekkelijk was, creëerden we een breed aanbod. Van voetballen, padellen, een hardloopleague en een online yogales, een inloopspreekuur met onze diëtist, webinars over de overgang en omgaan met geldstress tot workshops over slapen en werk-privébalans. Op de fiets naar het werk en een ommetje tijdens de pauze stonden ook op het programma.



Benefits at Work

In 2024 hebben we Benefits at Work geïntroduceerd, een uitgebreid voordelenprogramma dat onze medewerkers gratis toegang geeft tot exclusieve kortingen op producten en diensten van grote merken. Hiermee versterken we onze secundaire arbeidsvoorwaarden en dragen we bij aan de tevredenheid en betrokkenheid van onze collega's. Medewerkers kunnen eenvoudig inloggen met hun zakelijke of privé e-mailadres en het platform gebruiken op laptop, telefoon of tablet. Met initiatieven zoals Benefits at Work investeren we in het werkgevoel van onze mensen en verstevigen we onze positie als aantrekkelijke werkgever.



HOE NU VERDER

In 2025 gaan we verder met digitaliseren en professionaliseren. Door de groei van Appèl is dit van groot belang. De functieprofielen worden verder uitgerold, er worden nieuwe trainingen ontwikkeld en huidige trainingen herzien. De Wet DBA wordt ingevoerd en de beoordelingssystematiek wordt verder ontwikkeld en geïmplementeerd.

Onze ambitie

In 2024 richtten we ons op vernieuwing en verdieping. We breidden het warme maaltijdenaanbod uit en introduceerden onze loyaliteitsapps in het onderwijs. Daarnaast vernieuwden we het assortiment met eigen producten die aansluiten bij onze kernwaarden: lekker, gezond en duurzaam.

PSSST... HEB JE ONZE NIEUWE APP AL GEZIEN?



Loyaliteitsapps

Met trots lanceerden we in 2024 onze loyaliteitsapps voor **Craft** en **FoodCity**. Via deze apps belonen we gezonde aankopen met punten die studenten kunnen inwisselen voor producten, kortingen of cadeaus. Zo maken we de makkelijkste keuze de gezondste keuze.

Inmiddels is die aanpak een groot succes! De FoodCity-app is in 2024 landelijk uitgerold en de Craft-app draait succesvol op Deltion College. Het resultaat? Meer dan 15.000 actieve gebruikers die onze aanpak waarderen met een mooie 8,5 (Craft) en 7,5 (FoodCity)! Een resultaat waar we enorm trots op zijn en een mooie stap richting een gezondere generatie.

ONZE CONCEPTEN

Catering op de basisschool

Alle generaties voorzien van lekker en gezond eten – dat blijft onze missie. In 2024 zetten we een belangrijke stap in het waarmaken van deze ambitie, door onze focus op basisschoolkinderen verder te verdiepen. Want ieder kind verdient de kans om met een gevulde maag, geconcentreerd en vol energie aan de schooldag te beginnen. Daarnaast willen we een bijdrage leveren aan het tegengaan van verborgen armoede, die in steeds meer gezinnen speelt. Gezond en voedzaam eten op school biedt hierin een krachtig antwoord.

Wat hebben we gedaan

Na een succesvolle pilot op twee basisscholen in 's-Hertogenbosch – één met een zelfsmeerontbijt en één met een kant-en-klare lunch – besloten we het concept landelijk uit te rollen. De pilot werd enthousiast ontvangen door scholen, ouders én leerlingen. Kinderen aten beter, waren geconcentreerder in de klas en ervoeren het eetmoment als een positief, verbindend onderdeel van hun dag.

We breidden onze dienstverlening vervolgens uit naar twintig basisscholen door heel Nederland. Dankzij subsidie vanuit het landelijke programma konden we deze groei realiseren. De productie van de maaltijden vindt plaats op onze eigen locaties én in samenwerking met sociale werkbedrijven. Hiermee slaan we twee vliegen in één klap: we voorzien kinderen van gezonde voeding én bieden werkgelegenheid aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Ook hebben we fors geïnvesteerd in acquisitie, in het verbeteren van het assortiment en in het opzetten van duurzame samenwerkingen met bestaande en nieuwe partners. Met oog voor smaak, seizoensgebondenheid en beleving.



Food You Love

Food You Love... 'Eten waar jij van houdt'. Zo simpel is het eigenlijk. Met ons concept Food You Love willen we leerlingen blij maken met een aanbod dat hen energiek, fit en gezond houdt.

Als trotse marktleider binnen de onderwijs catering verzorgen wij op onze eigen creatieve wijze het eten en drinken in de middelbare schoolkantines.

We bieden gezonde en voedzame opties die toch lekker zijn. Daarom ontwikkelen we met zorg en creativiteit een gezond assortiment dat jongeren aanspreekt. We willen bijdragen aan een gezonde levensstijl van jongeren, omdat zij daar de rest van hun leven profijt van hebben.



Craft

Craft staat voor stoer, creatief en ongedwongen eten, zonder poespas. We weten wat studenten willen en bieden een assortiment dat past bij hun smaak en leefstijl. Goed voor jou, goed van smaak, goed voor de wereld én voor een goede prijs.

In 2024 rolden we Craft 2.0 uit, na een succesvolle pilot op KWIC in Veghel. Tijdens een kick-off op ons servicekantoor werden account- en horecamanagers klaargestoomd voor de landelijke uitrol. Alle bestaande locaties kregen een upgrade met nieuwe producten, vitaliteitsacties en duurzame initiatieven.

Met drie herkenbare pijlers – **Tastemakers**, **Go Green** en **&Co** – brengen we Craft dagelijks tot leven. Van gezonde deals tot samenwerking met partners en bewuste nudging: alles draagt bij aan een sterk, herkenbaar concept voor de mbo-doelgroep.



FoodCity

In 2024 groeide FoodCity verder als hét gezicht van onze campus catering. We verwelkomden Hogeschool Inholland en rolden onze eigen FoodCity-app uit. Daarmee kregen we meer kennis in het gedrag van studenten en docenten. Zo stemmen we ons aanbod beter af op het gedrag en de voorkeuren van deze doelgroep: van gezondere keuzes tot minder voedselverspilling, wat direct bijdraagt aan CO₂-reductie op scholen.

Ook de rol van onze communitymanagers kreeg meer vorm: zij verbinden, inspireren en zorgen voor een levendige (online) FoodCity-community. Met de nieuwe marketingkalender spelen we beter in op seizoenen en studentenbehoeften, zonder in te leveren op beleving of smaak. Zo maken we gezond eten aantrekkelijk én toegankelijk.



Bedrijfscatering

Het bedrijfsrestaurant was in 2024 belangrijker dan ooit. In een tijd van hybride werken zorgt het voor verbinding, werkplezier en nieuwe energie. Een plek waar collega's elkaar ontmoeten, bijpraten en geïnspireerd raken. Van vers bereid plantaardig aanbod tot vitale seizoensacties: onze restaurants blijven in beweging.

Met een gevarieerd en flexibel aanbod creëren we een gastvrije lunchomgeving die meebeweegt met de wensen van onze gasten.

Good & Green

Voor onze campus- en bedrijfsrestaurants ontwikkelden we Good & Green. Met Good & Green willen wij onze gasten en opdrachtgevers stimuleren betere keuzes te maken voor hun eigen gezondheid en het milieu. Daarnaast streven we naar meer bewustwording over gezond en duurzaam eten en laten we zien hoe leuk en lekker dit kan zijn. Voor de basis van Good & Green volgen we de Richtlijn Eetomgevingen Voedingscentrum, Aanbestedingscriteria voor gezonde en duurzame catering en EAT-Lancet.

[Lees verder](#)



Mix & Maal

Ons nieuwe concept Mix & Maal hebben we in 2024 gelanceerd en is gericht op twee verschillende doelgroepen die samenkomen in één bedrijfsrestaurant, namelijk: uitvoerend- en kantoorpersoneel. De 'Mix' is voor degene die van alles wil proeven en geniet van die smaakvolle salade, lekkere smoothie en guilty pleasure op z'n tijd. Speciaal voor de liefhebber van bijzondere en verrassende gerechten. 'Maal' zorgt voor energie en tevredenheid!

Een vullende, voedzame maaltijd waarbij het energielevel van onze gasten vermenigvuldigt. Eten waar iedereen blij van wordt, oftewel; gerechten voor ons allemaal!



BELEVING



Marketingkalender

De marketingkalender vormt ieder jaar de basis voor alle acties op de locaties. Elke maand worden smakelijke thema's, gevuld met verrassende acties die aansluiten bij de actualiteit, seizoenen of gastbehoeftes – dát is de kracht van de marketingkalender. Het vormt de basis voor reuring op locatie, zorgt voor samenhang in communicatie én biedt volop kansen om gasten te verrassen. Alles uitgewerkt binnen de verschillende concepten Appèl, Food You Love, CRAFT, en FoodCity. Denk aan campagnes zoals de 'Week zonder vlees en zuivel', 'Verspillingsvrije week', 'Vitaliteitsweek' of een feestelijke Koningsdag of Valentijnsactie. Onze opdrachtgevers zien het terug op de signing op locatie, narrowcasting en in de apps – klaar om geserveerd te worden.

Gast- en klanttevredenheidsonderzoek

Ons ultieme doel is samen mensen blij maken. De feedback van onze gasten en klanten vinden we daarom erg belangrijk voor onze dienstverlening. Ook in 2024 onderzochten we op grote schaal op verschillende momenten in het jaar de tevredenheid onder klanten en gasten. Dit jaar hebben we veel meer feedback op kunnen halen, door middel van enquêtes, feedbackzuilen en online enquêtes. De 6700 geïnterviewde gasten beoordeelden onze dienstverlening gemiddeld met een 6,6. Onze service en medewerkers op locatie zijn en blijven ons sterkste punt. Verbeteringen worden vooral gewenst op het vlak van duurzaamheid en prijs-kwaliteitverhouding.

Ook 125 opdrachtgevers voorzagen ons van feedback. Hier scoorden we een NPS van -6. De beoordeling van onze cateringteams op locatie stak met kop en schouders boven de rest uit: zij werden enorm positief beoordeeld. Als verbeterpunten werden de prijsstelling en het assortiment aangekaart.

Productontwikkeling

In 2024 hebben we producten uit ons assortiment vernieuwd die bijdragen aan smaak, gezondheid én duurzaamheid. Denk aan varianten met minder zout, halal-gecertificeerde keuzes, duurzamere ingrediënten en meer vegan opties. Drie highlights waren onze eigen Appèl-pizzasaus, een vegan chocolate chip cookie en onze Bali Cocomix.

Hiermee zorgen we niet alleen voor meer variatie op locatie, maar dragen we ook bij aan een gezondere en bewuste catering.



Appèl Juice

In 2024 lanceerden we Appèl Juice voor collega's: een tijdelijk, speciale editie magazine vol inspiratie, nieuwe producten en praktische tips. Het magazine is speciaal bedoeld om onze locatiemedewerkers te informeren én enthousiasmeren. Van vernieuwde recepturen tot creatieve acties op themaweken: Appèl Juice geeft een frisse kijk op ons aanbod en laat zien hoe we vernieuwing kunnen vertalen naar locaties.



Samen sterker: Oven Aan, Kom Eraan

In 2024 zijn we mede-eigenaar geworden van Oven Aan, Kom Eraan. Dit Bossche bedrijf maakt elke dag verse en gezonde maaltijden klaar, die je alleen nog maar in de oven hoeft te schuiven. Met deze samenwerking kunnen wij een impuls geven aan ons assortiment warme maaltijden. En daar zijn we blij mee!

We breiden ons assortiment aan warme maaltijden verder uit met de verse, warme maaltijden van Oven Aan Kom Eraan. Ideaal voor onze locaties, bijvoorbeeld bij evenementen, barbecues, dimpla-uitreikingen of op structurele basis.



HOE NU VERDER

Ook in 2025 blijven we investeren in smaak, inspiratie en innovatie. We leggen de focus op het verbeteren van ons functiehuis: een belangrijke mijlpaal voor 2025. Zo bouwen we verder aan een toekomstbestendig en verrassend cateringaanbod.

VITALITEIT & DUURZAAMHEID

Onze ambitie

Als innovatieve cateraar willen wij iedere dag bijdragen aan een vitale en duurzame leefstijl voor alle generaties. Voor onze opdrachtgevers willen wij dé partner zijn met kennis en ervaring voor een soepele transitie naar een vitalere en duurzamere leefstijl in hun organisaties. Wij willen onze gasten en opdrachtgevers stimuleren om betere keuzes te maken en hun bewustwording rondom duurzaam en gezond eten te vergroten door te laten zien hoe lekker dit kan zijn. Als doelstelling, bedrijfsbreed, gaan we voor de inkoop van meer dan 70% gezonde en meer dan 60% plantaardige voeding in 2026.



Wist je dat wij in 2024:

- minder energie hebben verbruikt.
- 31% meer eten gered.
- ruim 31.000 euro statiegeld hebben gedoneerd.

Lees hieronder verder

Gezonde Schoolkantine

Appél is partner van het Akkoord Gezonde Voeding op Scholen, dat wordt beheerd door JOGG. Binnen het akkoord werken we met de 'Richtlijn Eetomgevingen voor Scholen' van het Voedingscentrum.

In 2024 hebben we grote stappen gezet in het creëren van gezonde eetomgevingen voor jongeren. We zijn trots op de Gouden en Zilveren Schoolkantine Schalen die we hebben behaald op onze schoolkantines bij verschillende scholen. Met deze bekroningen zetten we de norm voor de toekomst: gezonde voeding op scholen moet de standaard zijn.

We blijven dagelijks investeren in ons aanbod, gericht op de Schijf van Vijf, met minder zout, suiker en vet, en meer duurzame producten. We geloven dat goed eten bijdraagt aan een betere dag en een gezondere toekomst, en we maken gezonde voeding makkelijk, lekker en toegankelijk voor jongeren.

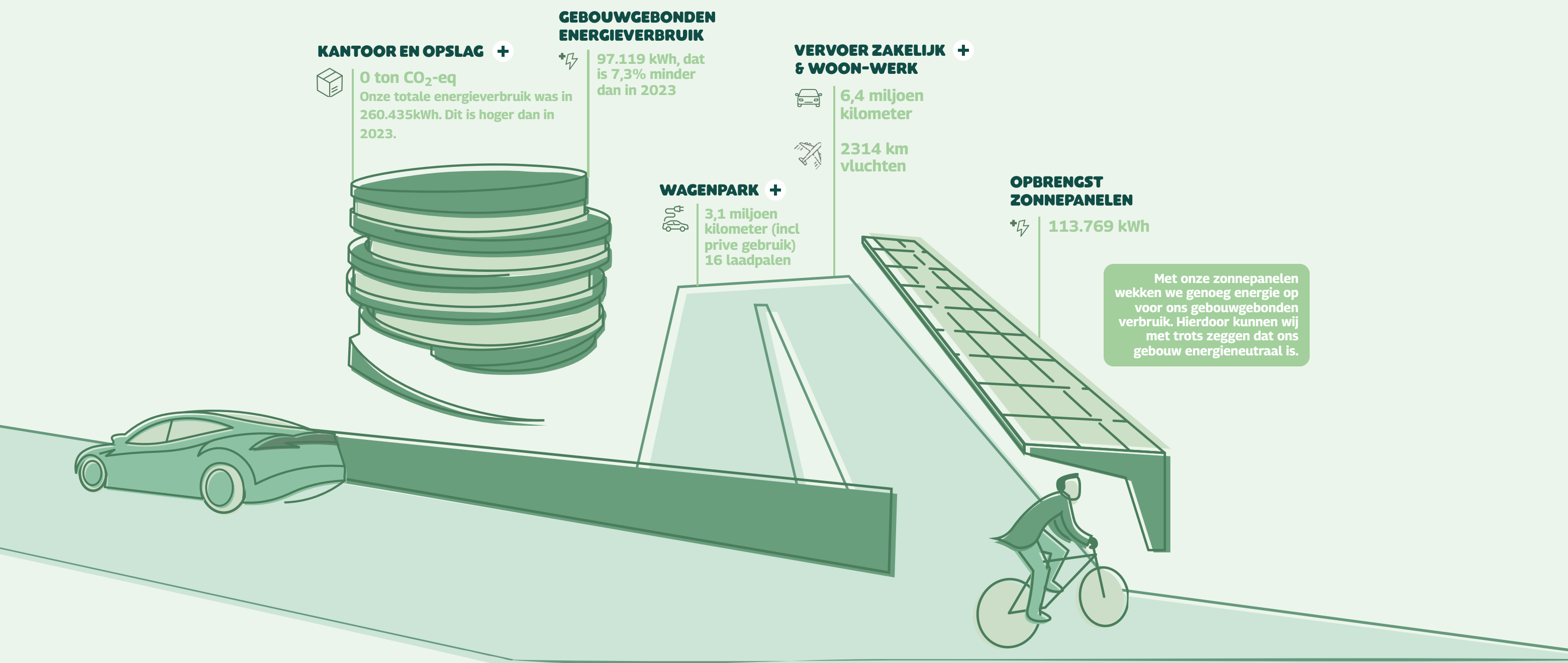
GOOD & GREEN

Voor onze campus- en bedrijfsrestaurants ontwikkelden we Good & Green. Met Good & Green willen wij onze gasten en opdrachtgevers stimuleren betere keuzes te maken voor hun eigen gezondheid en het milieu. Daarnaast streven we naar meer bewustwording over gezond en duurzaam eten en laten we zien hoe leuk en lekker dit kan zijn. Voor de basis van Good & Green volgen we de Richtlijn Eetomgevingen, de MVI-criteria en EAT-Lancet.

In 'Het menu van de toekomst' komt het allemaal samen met gezond (Good) en plantaardig eten (Green) als uitgangspunt, aangevuld met gezonde en duurzame initiatieven, die we op locatie extra in de schijnwerpers zetten. De focus ligt op fruit en groenten uit het seizoen, noten en peulvruchten en minder dierlijke producten. In 2025 richten we ons op een nóg gezonder en duurzamer assortiment en plaatsen we duidelijke labels en spotlights in onze restaurants.

FACILITEITEN & VERVOER

Onze organisatie + 17.057 ton CO₂-eq



FACTS & FIGURES

Onze locaties

13.610 ton CO₂-eq

TOPKEURMERKEN
12,9%

INZAMELING STATIEGELD

In totaal zamelden we 533.688 flesjes en blikjes in en werd €21.248 gedoneerd aan onze partner Plastic Soup Foundation en lokale goede doelen.

GEZONDE DUURZAME VOEDING

58,2% gezond volgens de richtlijn eetomgevingen
35% plantaardige eiwitten
144 Gezonde Schoolkantine schalen, waarvan 115 gouden schalen

DERVING

In 2024 vermeden we 31ton CO₂-eq uitstoot met 11.633 pakketten. Dat is een groei van 31% tov 2023 *

DISPOSABLES

In 2024 reduceerden we het gebruik van disposables verder met 26% tov 2023.

HOE NU VERDER

Om onze doelstellingen te realiseren gaan we Good & Green uitbreiden. Binnen de verschillende concepten zal het menu, de menucyclus, het enkelvoudig assortiment en het banquetingaanbod een steeds groter en aantrekkelijker aandeel gezonde en duurzame producten bevatten. Ook gaan we voor steeds meer van onze belangrijkste thema's doelstellingen bepalen en structurele verbeterprogramma's inrichten, aansluitend op de richtlijnen van CSRD en B Corp. Hierdoor kunnen we echt een verschil kunnen maken. Zo maken we samen mensen blij, ook toekomstige generaties!



FINANCIËEL

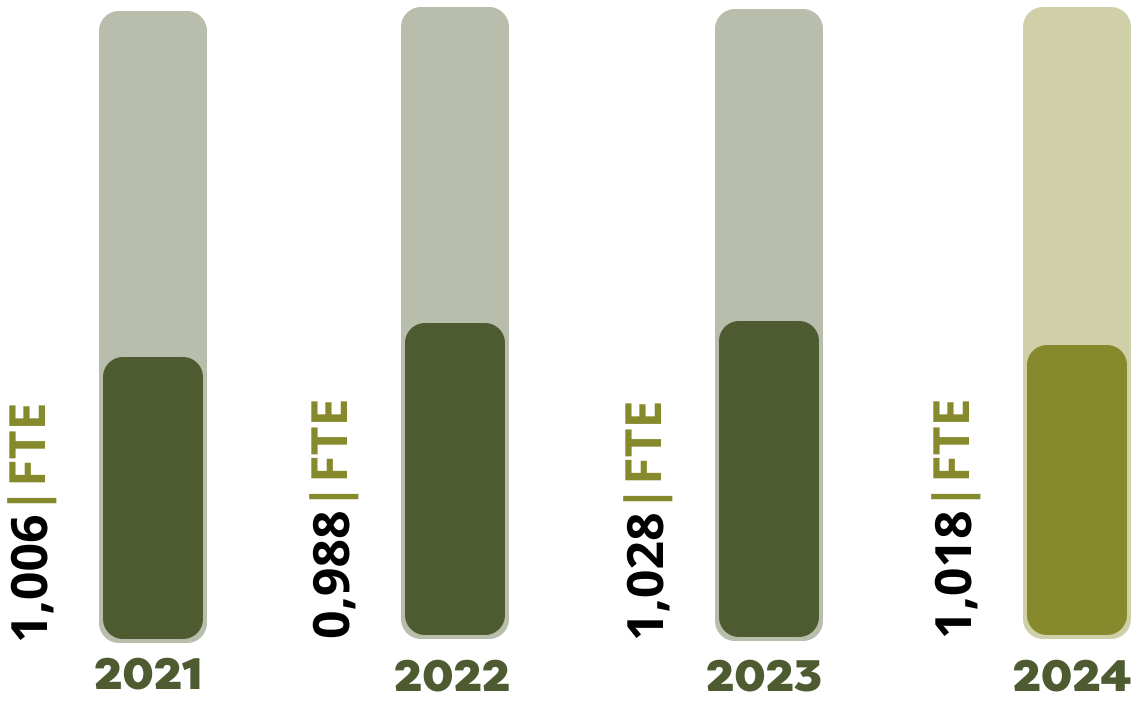
Onze ambitie

Onze ambitie is om te groeien in omzet met behoud van voldoende rendement voor een duurzame bedrijfsvoering.

Financieel resultaat

Het jaar 2024 stond in het teken van consolideren van de sterke resultaten van 2023 en een verder fundament neerzetten voor verdere groei. 2023 kende een sterke groei van de omzet en marges. Na een sterke start van het jaar 2024 zagen we in het laatste kwartaal dat met name onze jongere gasten minder besteedden. Over heel 2024 nam de omzet licht toe ten opzichte van 2023. Door de flinke stijging van de lonen in de branche namen de kosten toe. Ook hebben we de organisatie flink uitgebreid om verder te professionaliseren. Dit leidde tot extra kosten waardoor het resultaat over 2024 lager is dan in 2023.

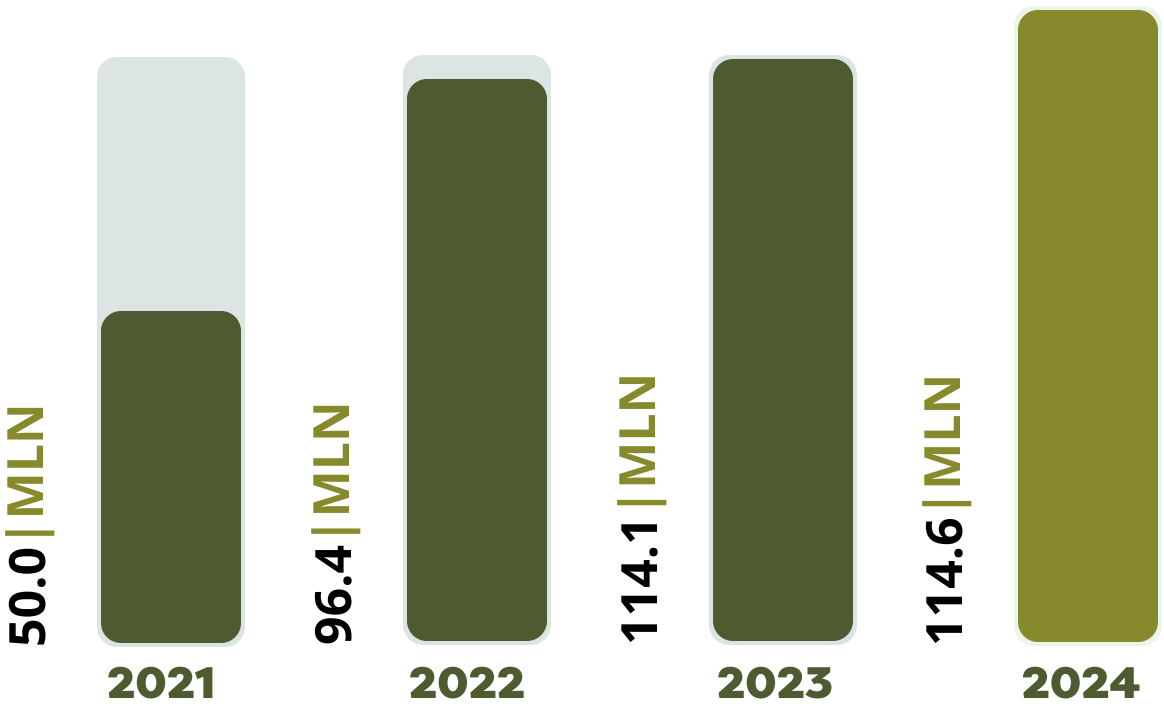
De omzet nam in 2024 licht toe t.o.v. voorgaand jaar. Over het hele jaar 2024 nam de omzet toe tot 114,6 miljoen. Deze omzet leidt tot een resultaat voor belasting van 7,5 miljoen.



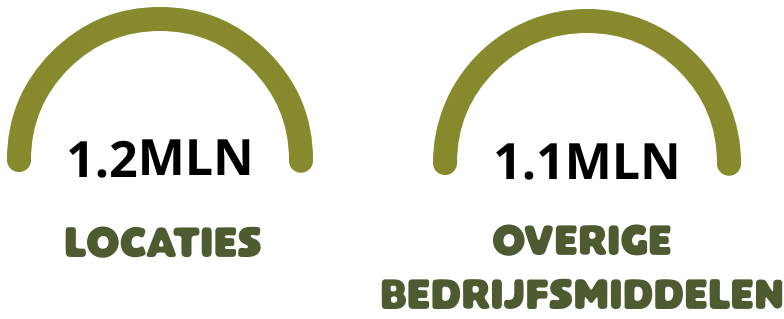
Contracten

Ook afgelopen jaar waren er weer behoorlijk wat verschuivingen in contracten. We verloren contracten en er werden ook nieuwe opdrachten gewonnen. Per saldo nam het aantal locaties iets toe ten opzichte van 2024.

Omzet



Investering



HOE NU VERDER

Het jaar 2025 staat in het teken van verder uitbouwen van het fundament van 2024 en daarmee groei realiseren. Thema van dit jaar is “standaardisatie van operationele processen”. We gaan door met het versterken van het merk en het versimpelen van de organisatie. Daarnaast gaan we door processen te optimaliseren rust creëren en tegelijkertijd onze efficiency verbeteren. Dit zal leiden tot een groei van de omzet en de marges.



Resultaat voor belastingen

TOT VOLGEND JAAR!



- Nawoord

De stappen die we gezet hebben op het gebied van productontwikkeling gaan we nog beter neerzetten in 2025. Het nieuwe Innovatielab wordt een versneller, waarmee het nog makkelijker wordt om producten te gaan ontwikkelen en op te schalen. Uiteindelijk kunnen we hiermee bij onze klanten nog meer onze toegevoegde waarde laten zien. Samen zorgen voor een fijne lunchomgeving op school en kantoor, met als focus gezond, duurzaam én lekker.

Het thema van 2025 is 'standaardisatie van operationele processen'. We willen verder groeien naar een volwassen organisatie. Met het op orde brengen van en beter inzicht krijgen in onze data gaan we de organisatie verder bouwen. We focussen in 2025 op twee grote projecten: 'plannen wie' en 'plannen wat', zodat we onze efficiëntie kunnen verbeteren. Met name om te zorgen dat onze medewerkers op locatie hun tijd beter kunnen inzetten en hun werk gemakkelijker kunnen doen.

Ik zou het fijn vinden als we eind 2025 mooie stappen hebben gezet in de projecten 'plannen wie' en 'plannen wat'. Ik weet dat we daar voor iedereen meer rust mee kunnen creëren. Het zou bovendien heel gaaf zijn als we in 2025 nog meer succesvolle producten hebben ontwikkeld. Dan wordt onze ambitie van meest innovatieve cateraar gericht op gezonde voeding en levensstijl voor alle generaties steeds duidelijker zichtbaar.

Samen mensen, van jong tot oud, blij maken met lekker, gezond en duurzaam eten. Daar gaan we voor!

Tot volgend jaar!

Hans van Veen
Algemeen Directeur