

FRANK CHAN KRACHT ACHTER PILOT 'INNOVATIE' 'CHINESE KEUKEN HARD TOE AAN VERNIEUWING'

„De Chinese keuken staat al meer dan twintig jaar stil.” Frank Chan wil verandering. Hij is een van de organisatoren van de pilot 'innovatie' van Koninklijke Horeca Nederland. De pilot gaat verder dan alleen de Chinese restaurants.

Chan organiseert op 24 augustus in Zwolle de pilot 'innovatie'. Dit doet hij samen met Rob Leene, hoofd van de Zwolse afdeling van KHN. De pilot bestaat uit verschillende workshops, waarin ondernemers leren hun omgeving beter en slimmer te benutten om meer rendement te genereren. Als de pilot succesvol is, dan is de rest van Nederland aan de beurt.

Frank Chan, die naast organisator van de pilot ook eigenaar van Restaurant Taiwan is, spreekt uit eigen ervaring als hij het over stilstand heeft. „De Chinese keuken staat bijna twintig jaar stil. De keukenindeling, gereedschappen en sommige gerechten zijn nagenoeg bij elk restaurant hetzelfde. Bij mij was dat niet anders. Op een gegeven moment zie je het niet meer. Daarom heb ik andere chef-koks uitgenodigd om mijn keuken te bekijken en te verbeteren. In het najaar willen we dit bij meer Chinese keukens doen. We merken dat door dit soort initiatieven, innovatie steeds meer begint te leven, ook in de Chinese keukens.” Daarom is dit een goed voorbeeld van vernieuwing om bedrijfsblindheid tegen te gaan. Volgens Chan is dat iets waar veel uitbaters last van hebben. Daarom is de pilot nodig.

De pilot 'innovatie' is een vervolg van de innovatietour. Tijdens deze tour gingen verschillende ondernemers bij elkaar in het bedrijf kijken. „Hier leer je veel van”, aldus Chan. „Het is voor veel ondernemers een *eyeopener* om een rondleiding te krijgen van een andere ondernemer. Tijdens de pilot 'innovatie' gaan we een stapje verder. Veel ondernemers zijn bezig zelf het wiel uit te vinden. We willen meegeven dat ondernemers vooral slim gebruik kunnen maken van de kennis, ervaringen, ideeën en oplossingen van het personeel, leveranciers, gasten, collega-ondernemers en scholen. De deelnemers krijgen tijdens de workshops concrete tips en tools aangereikt,



Frank Chan: „Op een gegeven moment zie je het niet meer. Bij mij was dat niet anders.”

zodat ze makkelijker ideeën voor verbetering kunnen genereren.”

TWITTER TESTEN

Chan is ook op andere manieren met innovatie bezig. „Op dit moment test ik Twitter, een sociale netwerksite. Hierin beschrijf ik mijn eigen bevindingen over mijn restaurant. Dit doe ik om te kijken of deze mediavorm inzetbaar is voor de branche. Nu doe ik dit nog voor mezelf, maar als dit een succes is, ga ik kijken hoe andere ondernemers hieruit ook voordeel kunnen halen.”

Als succesvol voorbeeld vertelt Chan over hoe Twitter de verkoop van producten kan stimuleren. „Verschillende wijnhandels hebben een Twitter-profiel aangemaakt. Steeds meer bezoekers lieten een vraag achter over wijn in het algemeen of welke wijn goed bij bepaalde gerechten past. Dit werd beantwoord door de eigenaar van de wijnhandel en op een gegeven moment wilden de sitebezoekers de wijnen waarover hij vertelde ook proeven. Op deze manier verkopen dergelijke winkels hun producten via Twitter.” Naast Twitter is Chan druk bezig om andere on-

- Het innovatieproject begint op 24 augustus.
- Er is plaats voor 15 ondernemers.
- De pilot 'innovatie' start in Zwolle. Is dit succesvol dan worden dergelijke projecten door heel Nederland gestart.
- Koninklijke Horeca Nederland is organisator van de pilot.
- Frank Chan, eigenaar van Restaurant Taiwan is lid van de innovatiecommissie van KHN en daarom initiator van de pilot.
- De pilot 'innovatie' is een vervolg van de succesvolle workshops Innoveren kun je leren! uit 2006.
- Sander Allegro, trainer/adviseur vanuit allegro INNovations en parttime verbonden aan hotelschool Den Haag, zal een deel van de presentatie van de Workshops op zich nemen.
- Als praktisch element vraagt de organisatie vooraf aan de deelnemers wat hun grootste uitdaging is, zodat die tijdens de workshop gezamenlijk kan worden opgelost.

Frank Chan is op Twitter te volgen via: http://twitter.com/Chinees_Zwolle

derwerpen in zijn bedrijf te vernieuwen of te verbeteren. Via Twitter is te volgen hoe hij sushi in Zwolle introduceert. Het van oudsher Japanse visgerecht doet het goed op de kaart van Restaurant Taiwan. Ook de klassieke zwarte lederen menukaart moet eraan geloven. Tijd voor vernieuwing, dus tijd voor een eigentijdse menukaart.

INTERACTIE

Een concreet voorbeeld uit de workshops is die van de interactie tussen de ondernemer en het personeel. Zo heeft een hoteleigenares een budget van 200 euro vrijgemaakt. Dat budget mogen haar medewerkers vrij besteden aan een verbetering binnen het bedrijf. Hierdoor kwam een van deze medewerkers toevallig een terrasstelletje tegen dat precies past bij het hotel waar ze werkt. Het was een kaarthouder, prullenbakje - en plaats voor melk en suiker - ineen. Dat werd van het beschikbare budget gekocht.

Behalve dit concrete voorbeeld is het volgens Chan essentieel om met je personeel te blijven praten. "Horecapersoneel is doorgaans jong en dat betekent dat ze veel op stap gaan. Zij kijken vaak bij andere ondernemers en zien veel andere horecagelegenheden. Zie het als een extra paar ogen."

Volgens Chan is er op het gebied van leveranciers nog veel te winnen voor de ondernemers. „Een voorbeeld daarvan is de omgang met leveranciers. Ieder horecabedrijf ontvangt vertegenwoordigers. Een ondernemer kan een leverancier verplichten om alleen nog een

vertegenwoordiger te sturen als deze met verbeterpunten aankomt. Anders hoeft hij niet langs te komen."

Gasten spelen de hoofdrol in de horeca. Naar gasten luisteren, kan op verschillende manieren. Ook dat gedeelte komt aan bod in de workshops. „Een voorbeeld hiervan is een hotel dat verschillende gastenpanels samenstelde. Tien gasten die samen praten over wat er wel en niet goed gaat in het hotel. Ook door de gasten werd dit goed ontvangen."

Zo zijn er volgens Chan genoeg concrete methodes om de ondernemer zelf op dit soort ideeën te laten komen.

GEEN PARDON

Zwolle is niet per toeval de stad waar de pilot 'innovatie' plaatsvindt. Dit omdat de Hanzestad kampt met verschillende problemen.

Naast het rookverbod en de dreigende recessie, pakt de gemeente de Zwolse horecaondernemers hard aan. Sinds enkele weken controleert de gemeente steng op terrasvergunningen van uitbaters in de binnenstad. Zonder pardon slingert de gemeente de ondernemers op de bon, als ze hun gasten buiten voorzien van een drankje. Vooral voor uitbaters zonder ruimte voor een terras is dit funest, omdat hun gasten al jaren gewend zijn om op warme dagen buiten een drankje te drinken. De gemeente verzoekt in een brief aan de ondernemers om voor dit probleem een oplossing te vinden. Het is volgens Frank Chan, initiator van het innovatieproject, tijd om met een frisse blik naar de eigen onderneming te kijken. ■

Kolibrie
HORECA PAYROLLING



Geen kleine lettertjes

Kolibrie is marktleider op het gebied van payroll in de Nederlandse horecabranche. Onze all-in tarieven zijn scherp en onvoorwaardelijk. Wij vragen geen minimum aantal uren of aantal medewerkers. Bovendien blijven onze tarieven gelijk als u de contracten voor uw medewerkers verlengt. Dit geldt ook bij contracten voor onbepaalde tijd. Er zijn geen kleine lettertjes en u heeft altijd inzicht in uw loonkosten. Op elk gewenst moment. Bij Kolibrie weet u dus exact waar u aan toe bent.



035499111

U krijgt direct alle informatie!

www.kolibrie.nl

**Kolibrie Horeca Payrolling
u verdient het!**