

## Meer halen uit opleidingen

# Predikers van passie



**Opleiden moet. Natuurlijk voor de wetgever, maar het is eigenlijk ook een must voor een goede en enthousiaste bedrijfsvoering. Horeca Stichting Nederland (HSN) zorgt ervoor dat kennis passie wordt. “Iedere cursist moet hier vertrekken met een goed gevoel.”**

Tekst: Joost Scholten

Zoals de horeca een spiegel is van de samenleving, zo is het personeel dat ook: de werknemers zijn mensen van alle rangen en standen en van allerlei opleidingsniveaus en achtergronden. Een bindende factor is wel dat de meesten ten minste een diploma Sociale Hygiëne moeten hebben. Voor de één een eitje, voor de ander een hindernis van formaat. Trainingsbureaus kunnen er voor zorgen dat de cursus voor iedereen leuk wordt en er meer

informatie blijft hangen. HSN verzorgt zulke trainingen en legt uit wat de meerwaarde is van trainingen voor iedere deelnemer. Met praktijkvoorbeelden en mondelinge trainingen voor de doeners en extra kennis en informatie voor de studieballen. Maar altijd met humor en passie.

Directrice Gabriëlla Café heeft de formule voor haar horecatrainingen eigenlijk in de schoot geworpen gekregen. “Er moest een nieuw concept

komen voor de cursus Sociale Hygiëne. Het duurde veel ondernemers te lang voor ze hun papieren hadden. Daarom kreeg ik een verzoek van SVH om een versnelde cursus te organiseren. Het slaagingspercentage was heel hoog en dat zette meer mensen aan het denken. Als het sneller en blijkbaar beter kan, zijn natuurlijk veel mensen geïnteresseerd. Zo zijn we heel snel door gegroeid.” Als andere reden voor het succes van de cursussen wijst Café op de achtergrond



tap in de kroeg. Waarom zou ik eigenlijk willen betalen? Dan komen de antwoorden vanzelf: omdat het bij ons gezellig is! We draaien leuke muziek en we ontvangen mensen hartelijk. Verbazingwekkend veel mensen moeten er tijdens zo'n dag op gewezen worden dat dát hun vak is! Gastvrij zijn en de mensen leuk ontvangen. Dat biertje is helemaal het product niet, want dan kan de horeca nooit combineren met de supermarkt! Dat staat allemaal niet in het cursusboek van de SVH, maar het zorgt ervoor dat iedereen weer weet waarom het eigenlijk draait in de horeca en waarom Sociale Hygiëne daarbij helpt. Als cursisten het belang inzien van de lesstof, blijft de informatie beter hangen.”

### Entertrainen

Het moet vooral leuk zijn voor cursisten om deel te nemen, vindt Café, dat doet ze door zich te verplaatsen in de cursisten. “Horecamensen zijn doeners. We moeten een onderwerp tastbaar maken met praktijkvoorbeelden. Een dosis humor helpt ook. Daarom zien we onszelf graag als entertrainers. Sommige cursisten vinden het bijvoorbeeld lastig om onderscheid te maken tussen het gastvrijheidsconcept en het Sociaal Hygiënisch beleid. Dan vergelijk ik het met een bezoek van de schoonouders. Natuurlijk poets je voor ze op bezoek komen, koop je lekkere hapjes en zet je een gezellig muziekje op. Dat is het gastvrijheidsconcept. Maar als je gastheer weet dat je schoonvader na drie borrels op tafel staat te dansen, dan moet je voor die tijd ingrijpen. Dat is Sociale Hygiëne. Op die manier kun je met grappige voorbeelden toch heel veel duidelijk maken en mensen verder helpen.” Café maakt de lesstof ook letterlijk tastbaar. “Ik neem altijd hasj en marihuana mee naar de cursus en we hebben in onze powerpointpresentatie foto's van cocaïne en speed verwerkt. Veel mensen hebben nog nooit in hun leven iets met drugs te maken gehad. Dan moeten ze het toch minstens een keer met eigen ogen zien!”

### Knowhow

En dan is er nóg een neveneffect van trainingen, zelfs op het basisniveau van de Sociale Hygiëne. “Omdat SHN meerdere cursussen aanbiedt, zoals Leermeester training, HACCP, Sociale Hygiëne, Vakbekwaamheid Horecabe-

van zichzelf en haar trainers. “Iedereen die bij HSN traint heeft een verleden in de hospitality of werkt zelfs nu nog in de horeca. Ik werkte zelf ook nog lang in de horeca naast mijn ‘gewone’ baan. Gewoon, uit liefde voor het vak en omdat ik geen type ben om alleen maar op kantoor te zitten. Diezelfde passie zoek ik in al mijn trainers en dat enthousiasme slaat over op de cursisten. Dat is hard nodig, want ondernemers hebben eigenlijk geen tijd om te studeren en werknemers hebben gesolliciteerd naar horecawerk, niet om met de neus in de boeken te zitten. Eigenlijk zitten onze trainers met een groep vol onwillige mensen die we mee moeten krijgen. Dan zijn enthousiasme en passie onontbeerlijk.”

### Bewustwording

Een belangrijk doel van Café tijdens de trainingen is het ontstijgen van de lesstof. Voor HSN zijn de cursussen pas geslaagd als deelnemers niet alleen het examen halen, maar ook met een frisse blik naar hun vak hebben gekeken. “Het gaat onze trainers vooral om bewustwording. Hoe vaak we deelnemers niet het woord ‘klanten’ horen gebruiken als ze het over hun gasten hebben. Dan doe ik net alsof mijn horecahart vreselijk bloedt en maak ik er een toneelstukje van, maar het zet mensen wel even aan het denken. Ik stel ze ook altijd de vraag: wat verkoop je? Dan is het antwoorden meestal: bier. Dan leg ik uit dat een biertje bij de supermarkt ongeveer een achtste kost van een pilsje van de



Gabriella Café

drijf en andere opleidingen, hebben wij veel kennis in huis. Het leuke is dat we met die knowhow iedereen extra te bieden hebben. Deelnemers die op hun tenen moeten lopen om hun basis-cursussen te halen, kunnen wij prima helpen, maar ook voor de mensen die informatie willen over bijvoorbeeld destillatieprocessen, of de correcte manier van uitserveren, kunnen wij alles uitleggen." Behalve dat het de stof minder droog maakt, heeft het volgen van een cursus daardoor meer voordelen. Café: "Ten eerste is ons slagingspercentage 95%. Dat is enorm hoog en bijna niemand hoeft dus een tweede keer voor SVH-examen te betalen. En doordat cursisten altijd meer meekrijgen dan wanneer ze alleen het cursusboek van de SVH doornemen nemen plezier en motivatie, product-kennis, inzicht in het vak en een verdieping van de horecavaardigheden toe. En dat is goed voor de omzet. Als een werknemer in een restaurant bijvoorbeeld een goed verhaal heeft over de verschillende soorten whisky's in het assortiment omdat hij dat hier heeft opgepikt, zal hij sneller een mooi glas verkopen, als hij meer weet te vertellen over de bereidingswijze van een gerecht zal het beter smaken. Kennen is verkopen. Ik weet dat ik als directrice van een opleidingsinstituut niet objectief ben, maar het is vooral mijn horecahart dat spreekt als ik er bij ondernemers op aandrang om te blijven investeren in opleidingen voor zichzelf en het personeel. Die kennis en kwaliteit betalen zich echt terug."

[www.hsn-horeca.nl](http://www.hsn-horeca.nl)

> **HorecaEntree** <

## Goed voorbeeld doet goed volgen

Alle horecaondernemers hebben, ooit, in ieder geval voor hun Sociale Hygiëne gestudeerd. Daarna worden veel van hen opgeslokt door de dagelijkse werkzaamheden. Terwijl het in veel andere bedrijfstakken de gewoonste zaak van de wereld is om altijd door te leren en met de nieuwste inzichten in de markt mee te bewegen, stukt de opleiding van horecaondernemers vaak na het leggen van de basis. Zonde, want verstand van leidinggeven kan een winstgevende zaak zijn. De Hospitality Academy, onderdeel van het bedrijf Performance Solutions van eigenaar André Wiringa, heeft een speciaal programma voor leidinggevendenden in de horeca. Barbara van Beek van de afdeling Account Development legt uit waarom leidinggeven een vak apart is.

"Leidinggeven is een kunst. Dat heeft niet iedereen van nature in de vingers. Horecaondernemers en managers in de horeca zijn vaak mensen die met hard werken ver zijn gekomen. Vaak betekent dat, dat ze goed zijn in het horecavak, maar het leidinggeven er eigenlijk een beetje bij hebben gekregen omdat ze naar een managementfunctie door zijn gegroeid of een eigen bedrijf zijn begonnen. Dan moet er opeens een personeelsbeleid ontstaan, zonder dat ze dat eerder bij de hand hebben gehad. Dan is het handig om hulp te vragen van professionals die ze even buiten het kader van de horeca en de onderneming helpen stappen om te kijken naar de fijne kneepjes van de kunst van het leidinggeven. Een veel voorkomend probleem met leiderschap in de horeca is bijvoorbeeld het gebrek aan positieve feedback. Een schouderklopje wordt vaak vergeten, omdat ze het normaal vinden dat je iedere dag alles geeft. Toch werkt een complimentje geweldig om gedrag te verbeteren. Wij raden leidinggevendenden in de horeca aan kritisch naar hun gedrag te kijken en personeel dat hard werkt niet voor lief te nemen."

"Een andere eyeopener is om te denken vanuit de beleving van de gasten. Reverse Thinking noemen wij het. Ondernemers en managers hebben de neiging om te kijken hoe ze de processen binnen het bedrijf kunnen optimaliseren. Logisch, maar eigenlijk benader je het bedrijf op een gegeven moment dan vanuit de aanbodkant en niet meer vanuit de vraag. De wensen van de gasten zouden juist de leidraad moeten zijn bij iedere keuze in de bedrijfsvoering! Gastgericht denken zorgt vaak voor een 'Aha-erlebnis'. Door de ogen van de gast zien ondernemers opeens hoe ze hun bedrijf ook anders in kunnen richten. Natuurlijk verschilt het per bedrijf wat dat in praktijk verandert. We hadden bijvoorbeeld eens een hoteleigenaar die noodgedwongen veel op kantoor bezig was. Toen hij weer vanuit de gasten ging redeneren, plaatste hij de computer op een tafel in de lobby om daar te werken. Zo was hij veel meer betrokken bij de werknemers op de vloer en wisten de gasten hem beter te vinden. Het personeel had daardoor het idee dat iedereen als team met hetzelfde bezig was. Door de gasten als gemeenschappelijk uitgangspunt te nemen werd de saamhorigheid in het bedrijf vergroot. Het zijn kleine inzichten in de organisatie en het leiderschap die de cultuur in een bedrijf positief veranderen. En natuurlijk maken we onze cursisten ervan bewust dat ze zelf altijd het goede voorbeeld moeten geven. Mensen volgen nu eenmaal geen beleid, mensen volgen andere mensen."

[www.performance-solutions.eu](http://www.performance-solutions.eu)

