

Ruud Vismans, voorzitter Commissie Innovatie

Niet afwachten, maar innoveren

Stilstand is achteruitgang. En dat geldt helemaal in deze periode van recessie, zo is de mening van Ruud Vismans, voorzitter van de Commissie Innovatie van Koninklijke Horeca Nederland. Horecaondernemers moeten volgens hem niet afwachten totdat er gasten komen, maar dienen actie te ondernemen. "Innovatie is hierbij het sleutelwoord; de gast wil verrast worden."

Tekst: Ank van Lier –
Foto's: Ron Offermans



Ruud Vismans: "Zelf heb ik in mijn eigen zaak - indoor sport en event center 'The Beach' in Aalsmeer - een nieuw vergaderconcept gelanceerd; 'Verrassend vergaderen'."

Vernieuwing die rendement oplevert, nu of in de toekomst.' Dat is de definitie die Koninklijke Horeca Nederland hanteert voor het begrip 'innovatie'. De belangenorganisatie hecht veel waarde aan een innoverende sector en heeft het aanjagen van innovatie dan ook hoog op de agenda staan. Ruud Vismans, voorzitter van de Commissie Innovatie van Koninklijke Horeca Nederland, legt uit waarom: "Wil je als ondernemer hoogwaardige horeca kunnen bieden, dan moet je blijven en vernieuwen. De gast van vandaag wenst een hoog kwaliteitsniveau en wil voortdurend nieuwe dingen ervaren en beleven. En ook omdat de hedendaagse gast goed op de hoogte is van de ontwikkelingen en mogelijkheden die er zijn, is innovatie een must. Hierbij gaat het overigens niet alleen om het introduceren van één of twee nieuwe 'Willie Wortelsnufjes' in je zaak - bijvoorbeeld een tafel die niet meer wiebelt - maar vooral ook om investeren in kwaliteit, sfeer en/of aanbod. Bijvoorbeeld door de introductie van een nieuwe concept, een andere manier van werken, een aangepast productaanbod, een nieuwe dienst of het aanboren van nieuwe markten."

Kansen grijpen

Vismans benadrukt dat innovatie van essentieel belang is, juist nu er sprake is van een wereldwijde economische crisis. Hij is ervan overtuigd dat vooruitstrevende horecaondernemers deze zware tijden makkelijker doorstaan. "Mensen denken twee keer na voordat ze hun geld uitgeven, ze willen waar voor hun geld. Daarom is het belangrijk iets anders dan anderen te bieden, boven het maaiveld uit te steken. Kortom: horecaondernemers kunnen niet achteroverleunen, nu is het moment om kansen te grijpen!"

Vismans vindt het ook belangrijk dat ondernemers zich niet laten leiden door angst en twijfel, ondanks dat de zaken momenteel wellicht minder goed gaan. Op deze manier worden de creativiteit en het ondernemerschap namelijk

geblokkeerd. "Geld mag in dit geval sowieso geen belemmerende factor vormen. Ook omdat innovatie niet per definitie veel geld hoeft te kosten. Vaak kom je al een heel eind door de kansen te benutten, die je accommodatie biedt. Zo heb ik in mijn eigen zaak - indoor sport en event center 'The Beach' in Aalsmeer - bijvoorbeeld een nieuw vergaderconcept gelanceerd; 'Verrassend vergaderen'. Mijn zaak is gevestigd in de oude bloemenvelling en zakenmensen kunnen sinds kort vergaderen in de veilingbankjes, met de klok als decor. Dit concept slaat aan - het is immers iets heel anders dan vergaderen in het zoveelste zaaltje - terwijl de benodigde investeringen minimaal waren." Wat het financiële aspect betreft, benadrukt Vismans ook dat de overheid allerlei subsidiemogelijkheden biedt

'Vooruitstrevende horecaondernemers doorstaan deze zware tijden makkelijker'



Indoor sport en event center 'The Beach' in Aalsmeer is innovatief in vele opzichten

voor innovaties. "Nadeel is alleen dat de ambtelijke molen in dit geval vaak heel traag draait. Dat is erg jammer, omdat veel ondernemers hierdoor uiteindelijk het bijltje erbij neer gooien en hun plannen laten voor wat ze zijn. Als Koninklijke Horeca Nederland zetten wij ons daarom in om deze subsidieverlening toegankelijker te maken en vlotter te laten verlopen."

Kijkje bij collega's

De vraag is nu natuurlijk op welke manier je als ondernemer vorm kunt geven aan innovatie? Ofwel; hoe doe je dat, innovatief zijn? Een brede horizon is volgens Ruud Vismans een van de meest essentiële zaken. Ofwel: neem regelmatig een kijkje bij collega's. "Door te kijken hoe collega's werken, welke menukaart zij voeren, hoe zij hun zaak inrichten en ga zo maar door, doe je ideeën op. Natuurlijk is het niet de bedoeling hen te kopiëren, maar een bezoek levert vrijwel altijd inspiratie op. Daarbij moet een innovatie ook passen bij het type zaak dat je hebt. In een traditioneel bruin café kun je bijvoorbeeld niet zulke ingrijpende veranderingen doorvoeren als in een trendy restaurant."

Om ondernemers in de gelegenheid te stellen inspiratie op te doen, organiseerde Koninklijke Horeca Nederland afgelopen jaar drie zogeheten 'inspiratietours'. Hierbij werden per bus vooruitstrevende ondernemingen bezocht. "Dit concept bleek zeer succesvol en krijgt daarom dit jaar een vervolg. Daarnaast kunnen ondernemers die ideeën willen

opdoen, kijken op www.horecainnovatie.nl. Hierop staan bijvoorbeeld de tien 'coolste' duurzaamheidsinitiatieven en een filmpje over het befaamde restaurant El Bulli in Spanje.

Verder gaan we dit jaar innovatieworkshops aanbieden en werken we, samen met het Bedrijfschap Horeca en Catering, aan een digitale innovatiecheck: hiermee krijgen ondernemers op een eenvoudige manier zicht op welke punten innoveren zinvol, winstgevend en mogelijk is."

In gesprek gaan met je medewerkers is volgens Vismans ook een goede manier om innovatieve ideeën op te doen. Zij hebben immers vaak al op andere plekken gewerkt en kunnen dikwijls goede tips geven. "We merken duidelijk dat ondernemers die veelvuldig met hun personeel - en ook met hun leerlingen - communiceren grotere stappen maken dan gemiddeld."

Voorkom bedrijfsblindheid

Om ideeën op te doen en op de juiste manier te innoveren, is luisteren naar je gasten echter ook van essentieel belang, zo benadrukt Vismans. "Vraag hen wat ze van je bedrijf vinden - bijvoorbeeld middels een enquête of door hen gewoon aan te spreken - en wat er volgens hen beter kan. Hier kun je veel dingen uithalen. Daarnaast leer je op deze manier door de bril van de gast naar je eigen zaak te kijken en voorkom je bedrijfsblindheid. Met de opgedane informatie kun je gericht innoveren en is de kans op succes zéér groot."

> [HorecaEntree](#) <

Getipt door Ruud Vismans

Innovatieve ondernemingen: enkele voorbeelden

De Sevevaeg, Sevenum (www.sevevaeg.nl)

"Een karakteristiek pand met een oude uitstraling, maar voorzien van de nieuwste technische snufjes, bijvoorbeeld op het gebied entertainment. Daarnaast zijn de mogelijkheden zeer divers. Eten, uitgaan, vergaderen, een potje darts, biljart of pool spelen, het kan allemaal."

Media Art Café Berlijn, Enschede (www.macberlijn.nl)

"Het concept van Media Art Café Berlijn is zeer verrassend: ondernemer Jeroen Hatenboer huurt het pand voor drie jaar en verhuurt een deel hiervan aan de regionale krantenredactie in ruil voor publiciteit. Leuk is ook dat Hatenboer bij de opening iedereen vroeg om een stoel in plaats van een bloemetje. Een goed voorbeeld van creativiteit!"

Hotel Ridderkerk (www.hotelridderkerk.nl)

"Van der Valk Hotel Ridderkerk is één van de meest vooruitstrevende vestigingen van de Van der Valk Hotels en Restaurants. In het gebouw zijn veel nieuwe ideeën verwerkt. Gastvrijheid, duurzaamheid en efficiency zijn hierbij de kernwoorden; deze komen tot uiting in een product met een maximale beleving voor de gasten en een minimale belasting van de omgeving en het milieu. En ondanks deze vernieuwingen doet Van der Valk Ridderkerk toch vertrouwd aan vanwege de goede kwaliteit, de scherpe prijzen en de warme sfeer."