



## Nu in Nijmegen Business

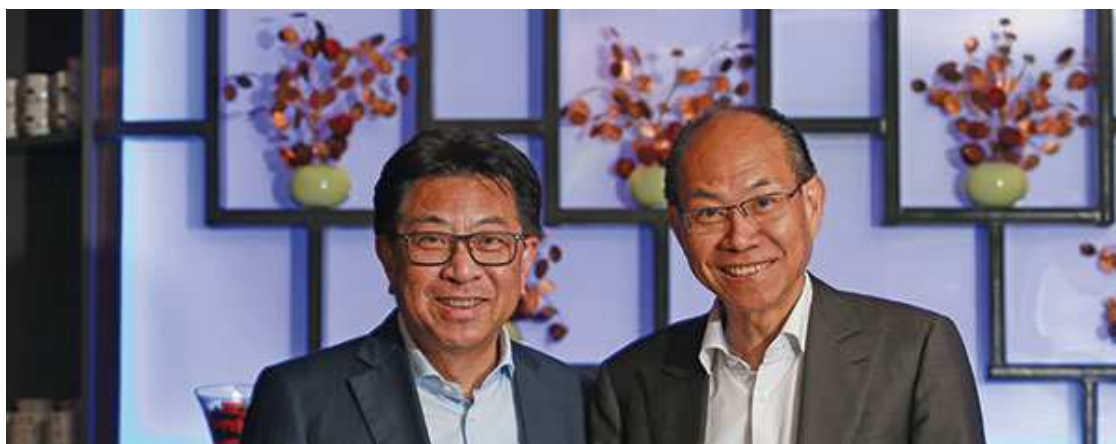
### Chang Yong Li en Chang Yong Lai over 25 Jaar Orient Plaza

Gepubliceerd: dinsdag 15 juli 2014 | Categorie: [in NB magazine](#) | [horeca](#) | [lefloont](#)

Toen er 25 jaar geleden op Kerkenbos een gebouw verrees wat nog het meest leek op een Aziatische tempel vroeg Nijmegen en omgeving zich af of er een paar ondernemers gek waren geworden. Die ondernemers waren de gebroeders Chang, die vanuit een geheel eigen visie een voor Nederland volledig nieuw concept op de markt brachten. En vanuit het een ontstond het ander, want in september wordt niet alleen het 25-jarig jubileum van Orient Plaza gevierd, maar ook twintig jaar Plaza Foods en tien jaar WaterQ.



Niet alleen het gebouw sprak tot de verbeelding, ook het concept was compleet nieuw: in één gebouw zaten vier restaurants, zodat gasten konden kiezen uit verschillende Aziatische eetculturen. Authentiek in smaak en ambiance, elk ingericht in eigen sfeer en stijl. Orient Plaza was niet alleen het grootste Aziatische restaurantcomplex van Europa, het bouwde langzaam aan een uitstekende reputatie, die ook vandaag de dag nog fier overeind staat.



#### Stroeve start

Het ging allemaal niet vanzelf. Chang Yong Li: "De Nijmeegse markt was in eerste instantie afwachtend. We waren baanbrekend, misschien wel te baanbrekend voor de regio, maar langzaam maar zeker veroverden we de harten van onze gasten. Dat had zeker te maken met het aanbod. Je kon hier terecht voor Japans, Indonesisch, Chinees/Kantonees en Thais eten van hoge kwaliteit in de bijbehorende ambiance. In de Japanse Teppanyaki creëert de chef bijvoorbeeld de gerechten voor de ogen van de gasten, maar je kunt ook kiezen voor een tatami- of familiekamer. We creëerden onze Buddha Lounge, we boden de mogelijkheid voor personeels- of familiefeesten, we hadden als eersten een drive-in en tegenwoordig hebben we zelfs een bezorgservice. We bewogen dus met de markt mee, zonder de kwaliteit uit het oog te verliezen. We leerden de Nijmegenaren om met stokjes te eten, we waren de eerste met buffetservice en ons Chinees restaurant serveerde als eerste de traditionele

Pekingees. Dat onze start stroef verliep was misschien wel een zegen, want in onze optiek scheidt elke bedreiging nieuwe kansen.”



### Plaza Food

De gebroeders Chang kregen vijf jaar later een idee: waarom gaan wij niet naar onze klanten toe? “Plaza Foods ontstond. We hebben veel kennis van de Aziatische keuken, waarom zetten we die kennis niet in om koelverse maaltijden te maken? Dat klinkt eenvoudig, maar het traject was lang en ingewikkeld. We hebben heel veel geëxperimenteerd in de keukens van Orient Plaza, maar uiteindelijk hadden we succes. We mochten voor KLM de maaltijden maken voor hun bestemmingen op het Verre Oosten. Daarna ging het snel. Plaza Foods kreeg een productiefaciliteit in Wijchen en we veroverden langzaam de Europese markt. We zijn nu actief voor ketens als

Aldi, C1000, Carrefour, Jumbo, Netto en Kaufland in Nederland, Duitsland, Denemarken, de UK en de Zwitserse markt komt er aan. We leveren in dezelfde hoge kwaliteit als in onze restaurants volgens onze drie kernwaarden: simple, authentic and enjoyable. Alle maaltijden worden samengesteld uit de beste ingrediënten, volgens de authentieke receptuur en dat levert heerlijke maaltijden en dus tevreden klanten op.” De ontwikkeling van Plaza Foods gaat nog steeds verder. Inmiddels zijn ook Italiaanse gerechten in productie genomen.

### WaterQ

Het stoorde de heren Chang dat er geen goede oplossing was om water afkomstig uit de voedselindustrie te zuiveren. “Een probleem is een uitdaging. Je benoemt een probleem, gaat daarna kennis vergaren, verzint samen met anderen oplossingen, om ten slotte de kennis verder te delen. Het was nieuw voor ons, maar heel belangrijk. Wij geloven sterk in sustainability, maar er waren geen totaaloplossingen voor onze markt. Dus gingen we zelf aan de slag, verdiepten ons in membraantechnologie en bacteriële processen en zo groei je stap voor stap naar een oplossing. WaterQ is voor ons nieuwe markt. Dat is uitdagend, wij willen elke dag leren, kennis vergaren en doorgeven. En het is ongelooflijk interessant, die uitdaging houdt je leven spannend, want je bent nooit klaar.” En Orient Plaza? “Daarmee is het 25 jaar geleden allemaal begonnen. Wij zijn een echt familiebedrijf, dus dat staat er over 25 jaar nog, in een andere vorm, met andere mensen aan het roer, maar nog steeds 100% Orient Plaza.”



**Lees het artikel over 25 jaar  
Orient Plaza in het magazine**

## Over Nijmegen Business

Nijmegen Business is al 30 jaar hét regionale zakenmagazine, dat zeven keer per jaar, in een oplage van 5.000 exemplaren op naam wordt verstuurd naar geselecteerde adressen. Nijmegen Business is ook hét regionale netwerkplatform, met borrels, onze **eigen golfcompetitie, ontbijt- en lunchbijeenkomsten** en **(bedrijfs)auto/cabrio-testdagen**. Actueel, uitstekend ingevoerd en met kennis van regionale zaken. Daarom het medium voor iedereen die direct of indirect betrokken is bij alle business-to-business in de regio Nijmegen.

[Home](#) | [Abonneren](#) | [Adverteren](#) | [Partners](#) | [Evenementen](#) | [Contact](#)

copyright © 2013 door Nijmegen Business | **Communicatiebureau Ebersson & Zo**