

Duurzaamheid loont

'Gasten gaan vragen om duurzame producten'



Meer dan de helft van de horecaondernemers acht duurzaam ondernemen niet rendabel. Een gemiste kans, vinden Fairfood en DOBSC, twee organisaties die zich inzetten voor verduurzaming van de horecabranche. Door nieuwe wetgeving vanaf 2010 móeten horecaondernemers wel. En dat is maar goed ook, want: "Duurzaam ondernemerschap jaagt de omzet omhoog."

Tekst: Dorien Dijkhuis

Uit een onderzoek dat HTC in oktober voor Horeca Entree uitvoerde, blijkt dat horecaondernemers de duurzaamheid niet zien als een hype die wel weer overwaait, maar als een trend. Desondanks vindt meer dan de helft van de ondervraagde ondernemers het niet de moeite waard in duurzaam ondernemerschap te investeren.

Dat is zonde, want ze snijden zichzelf in de vingers. Anniek Durksz is projectleider Resellers bij Fairfood, een internationale campagne- en lobbyorganisatie die de voedingsmiddelenindustrie aanspoort haar ketens te verduurzamen. Zo wil Fairfood een bijdrage leveren aan de bestrijding van wereldwijde honger en armoede. Sinds 2007 richt de organisatie

haar pijlen ook op de horeca. "Duurzaamheid is een wereldwijde maatschappelijk trend. Steeds meer horecagasten vinden duurzaamheid belangrijk. Als je als horecaondernemer je ogen daarvoor sluit, verlies je gasten. Bovendien is er voor 2010 nieuwe wetgeving in de maak wat betreft het duurzaam inkoopbeleid voor overheidsinstellingen. De overheid

'De komende drie jaar komen er een stuk of 250 restaurants bij die zich profileren op het gebied van duurzaamheid'



ambieert vanaf dat jaar een inkoopbeleid dat voor een groot deel op duurzame producten is gebaseerd.”

Buurman

Die nieuwe wetgeving heeft volgens Durksz niet alleen effect op het inkoopbeleid van overheidsinstellingen, maar ook op het bedrijfsleven en de horeca. “Omdat het klantenbestand van cateraars vaak voor een groot deel bestaat uit overheidsinstellingen, moeten zij sowieso mee in de duurzaamheidstrend. Op hun werk, in het bedrijfsrestaurant, komen mensen daardoor steeds vaker duurzame producten tegen. En dat zorgt er vervolgens voor dat ze buiten hun werk ook op zoek gaan naar restaurants die een duurzaam inkoopbeleid hebben.” Ook René Brouwer, directeur van DOBSC Nederland, een stichting die zich inzet voor verduurzaming en omzetvergroting in de horeca, is het met haar eens. “Het is een trend die niet meer valt te stoppen. Steeds meer mensen worden zich bewust van het belang van duurzaamheid en willen op een gegeven moment niet meer anders. Voor een horecaondernemer die niet investeert in duurzaamheid betekent dat dus dat zijn gasten kiezen voor zijn buurman die dat wel doet.” Volgens Brouwer komen er de komende drie jaar een stuk of 250 restaurants bij die zich op het gebied van duurzaamheid en fairtrade profileren. Speel je daar nú niet op in, dan verlies je gasten aan de concurrent.”

Oogkleppen

Daarnaast staan er in 2010 nog meer veranderingen op de agenda, zegt René Brouwer. “De Bioraad buigt zich op dit moment over de nieuwe biologische

certificeringnormen die vanaf dat jaar ingaan. Dat betekent dat een restaurant dat zich ‘biologisch’ noemt, moet aantonen dat hij het echt is. Er wordt een keuringsdienst voor in het leven geroepen die toeziet op naleving van de normen. Ook dat past volgens Brouwer in de wereldwijde duurzaamheidsontwikkeling. De overheid doet er alles aan om de maatschappij zoveel mogelijk te verduurzamen. Duurzaamheid is iets waar je op den duur dus niet meer onderuit kunt. Toch weet Brouwer dat horecaondernemers het vaak op de lange baan schuiven. Hij is zelf jarenlang horecaondernemer geweest. “Hotels en cateraars timmeren behoorlijk aan de weg als het gaat om duurzaamheid”, zegt hij. “Maar restaurateurs en caféhouders lopen achter. Ze hebben oogkleppen op. Ze runnen vandaag hun zaak en morgen kijken ze wel weer hoeveel reserveringen ze hebben. Begrijpelijk, want voordat een horecaondernemer eindelijk eens geld gaat verdienen, moet hij veel kosten maken. Hij heeft dus geen zin om ook nog eens te investeren in een duurzaam inkoop- of personeelsbeleid.” Toch zouden ze dat wél moeten doen volgens Brouwer. “Duurzaam ondernemen is niet iets dat je alleen uit ideologische overwegingen zou moeten doen. Je kunt er veel geld mee verdienen. Niet pas over een paar jaar, maar morgen al. Het jaagt onmiddellijk je omzet omhoog.”

Portemonnee

Stichting DOBSC geeft ondernemers vrijblijvend advies hoe zij hun ondernemerschap kunnen verduurzamen en hoe zij daarmee geld kunnen overhouden. Ondernemers kunnen hun energienota bijvoorbeeld door DOBSC onder de loep

laten nemen. Vaak blijkt een minimale aanpassing al honderden euro's op jaarbasis te kunnen schelen. “Neem bijvoorbeeld de spoelbak”, zegt René Brouwer. “In veel restaurants en cafés staat de kraan voortdurend open. Dat is slecht voor het milieu, maar ook voor de portemonnee. Er zijn systemen op de markt die zorgen dat de kraan alleen aangaat als de spoelbak wordt gebruikt. Dat scheelt zomaar twintigduizend liter water per jaar. Dat bespaart je dus vijfhonderd tot zeshonderd euro.” Ook op gas en licht kan veel worden bespaard. René Brouwer noemt het voorbeeld van een restaurant dat door oversluiting van het contract bij Greenchoice, de groene energieleverancier, bijna tweeduizend euro per jaar bespaarde. Maar ook op een andere manier kun je besparen op de stookkosten. “Folie achter de verwarming scheelt veel meer dan je denkt. En ook een spaarlamp waar dat mogelijk is, zoals in de keuken of de opslagruimte, levert een behoorlijke besparing op die je direct terugziet op je energienota.”

Respect

Vaak willen horecaondernemers hun inkoopbeleid wel verduurzamen, merkt Anniek Durksz, maar weten ze niet waar ze moeten beginnen. Ook uit het onderzoek naar duurzaam ondernemerschap dat HTC in oktober voor Horeca Entree uitvoerde, bleek gebrek aan informatie voor horecaondernemers het grootste obstakel te zijn. “Vaak willen ze producten best ruilen voor producten die met respect voor mens en milieu gefabriceerd of geteeld zijn”, zegt Durksz. “Maar ze weten niet waar ze die kunnen kopen. Vaak blijkt dat groothandels veel meer van dat soort producten in

'In 2015 bestaat de term 'duurzaam ondernemen' niet meer. Duurzaamheid is dan inherent aan het ondernemerschap'

hun assortiment hebben dan horecaondernemers weten." Iedereen die daar interesse in heeft kan zijn inkooplijst aan Fairfood opsturen voor een kritische blik. Durksz: "Wij adviseren dan om sommige producten te vervangen door eerlijker geproduceerde producten. Producten waarvoor het milieu geen geweld aangedaan is, geen mensen zijn uitgebuit en een eerlijke prijs betaald is. Daarvoor hoeven ondernemers vaak niet eens naar een andere leverancier of groothandel."

Personeelsbeleid

Duurzame belangen vallen steeds vaker samen met commerciële belangen, zegt René Brouwer. People, planet en profit zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Duurzaam ondernemerschap gaat volgens hem dan ook veel verder dan een duurzaam inkoopbeleid en hart voor het milieu. Ook een duurzaam personeelsbeleid kan bijvoorbeeld de omzet verhogen. Brouwer: "Veel ondernemers betrekken hun medewerkers veel te weinig bij hun bedrijfsvoering. Dat zorgt ervoor dat die medewerkers zich niet verantwoordelijk voelen voor de zaak waarin ze werken. Leg ze uit waarom je bepaalde dingen op jouw manier aanpakt, hoeveel geld het scheelt als ze de kraan niet continu laten stromen, waarom je werkt met biologische producten. Breng ze ontbrekende productkennis bij. Dat zorgt niet alleen voor betrokkenheid bij het product, maar ook bij het milieu en het bedrijf. Dat levert onmiddellijk een betere omzet op, want gasten vinden het leuk om bediend te

worden door gedreven en geïnspireerde mensen. Wat veel ondernemers niet weten, is dat er veel subsidiepotjes zijn voor duurzaam inkoop- of personeelsbeleid. De overheid trekt er veel geld voor uit om de hele maatschappij te verduurzamen. Daar wordt door horecaondernemers nog veel te weinig gebruik van gemaakt."

Dief

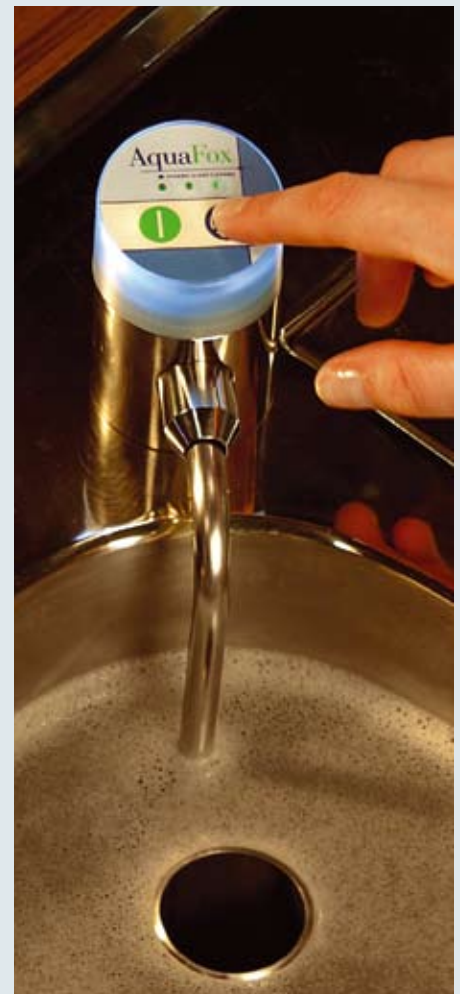
Volop winst dus. En dan hebben we het nog niet eens gehad over de marketingtool die duurzaam ondernemerschap is. "Dat is in de horeca echt een gemiste kans", zegt René Brouwer. "Restaurantgasten vinden het leuk om te weten waar hun eten vandaan komt. Waarom zou je dus niet vertellen dat je streekproducten gebruikt omdat je de CO₂-uitstoot van transport wilt beperken? Of dat je biologisch vlees serveert omdat dat beter is voor de koeien, maar ook omdat het veel lekkerder is." Ook Fairfood ziet op marketinggebied kansen voor horecaondernemingen. Durksz noemt een voorbeeld van een restaurant dat een gerecht met alleen maar faire producten op de kaart zette, voorzien van een Fairfood-logo. Sinds het restaurant dat duidelijk maakt aan zijn gasten, loopt het gerecht als een trein. Volgens René Brouwer kunnen horecaondernemers met duurzaamheid nog veel meer PR mee generen. "Steun aan een ontwikkelingsproject bijvoorbeeld, of een euro per nota naar het goede doel, geeft een onderneming een sympathiek gezicht. Daar reageren gasten op."

In 2015 bestaat de term 'duurzaam ondernemen' niet meer, voorspelt René Brouwer. "Dan is duurzaamheid inherent aan het ondernemerschap. Duurzaam ondernemen is dan normaal geworden. "Als je daar nu je ogen voor sluit, ben je een dief van je eigen portemonnee."

> **HorecaEntree** <

Meteen beginnen

- Gebruik spaarlampen waar dat mogelijk is.
- Overweeg een contract bij een groene energieleverancier. Dat is niet alleen beter voor het milieu, maar vaak ook voor de portemonnee.
- Gebruik de kraan alleen als je hem nodig hebt (zie foto)
- Plaats folie achter de verwarming. Dat houdt de warmte langer vast.
- Betrek werknemers bij de bedrijfsvoering. Daar door voelen zij zich verantwoordelijk en betrokken.
- Gebruik streekproducten. Dat scheelt transportkosten.
- Communiceer het duurzame inkoopbeleid naar de gasten. Dat is gratis PR.
- Kijk op www.fairfood.org of verduurzaam de inkooplijst aan de hand van een van Fairfood's adviseurs.
- Kijk op www.dobsc.org voor meer informatie over verduurzaming en omzetverhoging.



Er zijn systemen die zorgen dat de kraan alleen aangaat als de spoelbak wordt gebruikt.

'Als je niets doet met duurzaamheid, verlies je gasten'