

Umoja is uithangbord voor duurzame horeca

Een kwestie van bewustwording

Duurzaam kan sexy en modern zijn. Dat bewijst Frank van der Zande, eigenaar van het klimaatneutrale restaurant Umoja en uitgeroepen tot Meest Markante Horecaondernemer van Amsterdam. "Duurzaam ondernemen geeft mijn vak gewoon een enorme boost."

Tekst: Juditte Aangeenbrug
Foto's: Ron Offermans



Dat *profit* heel goed samengaat met *people* en *planet* is inmiddels bewezen: duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen is aan de orde van de dag in het bedrijfsleven. In de horeca echter liggen nog volop kansen en wellicht is dat de reden dat Frank van der Zande gekozen is tot Meest Markante Horecaondernemer van Amsterdam. Hij is namelijk eigenaar van Umoja, de eerste klimaatneutrale horecagelegenheid in Nederland. Alle CO₂ die het bedrijf uitstoot wordt gecompenseerd. Bovendien is Umoja het enige restaurant binnen deze grenzen dat MSC-gecertificeerd is, wat staat voor duurzaam gebruik van vis. "Bij alles wat ik doe heb ik één criterium: topkwaliteit geproduceerd met respect voor

'Duurzaamheid is een must in het bedrijfsleven, de horeca loopt een beetje achter'

mens, milieu en dier", vertelt Van der Zande. "Dat geldt bijvoorbeeld ook voor onze bedrijfskleding, die is van biologisch katoen en de arbeidsomstandigheden zijn oké."

Bewustwording

Het sleutelwoord voor de ondernemer is dan ook transparantie: wat hij gebruikt wil hij kunnen traceren tot de bron. Pas dan weet de Amsterdammer dat het echt verantwoord is. Maar Umoja staat ook voor sexy en modern, want volgens de ondernemer staat duurzaamheid niet synoniem voor geitenwollen sokken. Gasten merken er dan ook niet veel van, bijvoorbeeld door hogere prijzen, maar het zou natuurlijk wel mooi zijn als ze zich een stukje bewust worden van wat ze eten en drinken. En die bewustwording is het tweede sleutelwoord, aldus Van der Zande. Bij gasten, maar ook in de horecabranche. "Duurzaamheid is bijna een must in het bedrijfsleven, alleen heb ik het gevoel dat de horeca achterloopt. Ik spring er wat dat betreft met kop en schouders bovenuit en dat vind ik te gek, dat eert mij. Aan de andere kant betekent dat ook dat het nog maar heel

weinig gebeurt in de horeca." Hij vermoedt dan ook dat hij met zijn Markant-benoeming als duurzaam uithangbord, als voorbeeldfunctie voor de branche gebruikt gaat worden. "En daar laat ik mij prima voor lenen, want ik sta er honderd procent achter."

De Amsterdammer zou natuurlijk graag zien dat meer ondernemers zich bezighouden met maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ze hoeven niet zo gek te zijn als hem, als het maar een graadje bewustwording oplevert. Even iets meer nadenken bij bijvoorbeeld de inkoop van vis. "Het is natuurlijk moeilijker om op deze manier te ondernemen, dus je moet er wel wat passie voor hebben en wat moeite voor doen." Hij denkt dat het bij andere ondernemers ook vooral een kwestie van te weinig tijd is. Zo werkt hij zelf met veel leveranciers - voor de wijn alleen al zes - en ontvangt hij producten rechtstreeks van de boer, terwijl hij met één groothandel klaar zou kunnen zijn. Bovendien is het rendement wat kleiner dan bij een niet-duurzame onderneming. "Van het water dat ik inkoop, gaat een gedeelte van de opbrengst naar financiering van waterputten in ontwikkelingslanden.

Mijn winst is nu wel minder groot, maar ik heb nog steeds voldoende marge. Dat geeft mij en mijn gasten een goed gevoel. Ik maak óók winst, maar dan met behoud van het milieu."

Samenloop

Zijn passie voor deze manier van ondernemen is ontstaan door een samenloop van omstandigheden. Van der Zande had vóór Umoja al een restaurant en was voor zijn andere liefde, koken, op zoek naar betere producten. Zo kwam hij uit bij biologisch voedsel en dat vond hij zoals het hoorde te smaken: puur en zonder maskeringen. Bovendien wilde hij meer tot nut zijn voor de maatschappij, onder andere aangewakkerd door de geboorte van zijn zoontje Jamie. "In mijn eigen restaurant zat ik tot aan het plafond van wat ik kon en wilde. Ik zocht een onderdak voor mijn enthousiasme voor biologische producten én ik wilde meer doen voor de maatschappij." In die periode ging zijn zwager, de drummer van Bløf, op reis. De band kwam in allerlei landen waar dringend hulp nodig was en wilde daar iets mee doen. Daarom zette Bløf het project Umoja op, in samenwerking met onder andere het ministerie van Binnenlandse Zaken. Dit én Van der Zandes eigen overpeinzingen brachten hem uiteindelijk op de plek waar alles samenviel: de oprichting van restaurant Umoja.

Groei

Pas toen werd duurzaamheid een belangrijk onderdeel van de bedrijfsvoering. Sindsdien moet de ondernemer zich inhouden omdat niet al zijn ideeën ineens verwezenlijkt kunnen worden. Maar: stapje bij stapje wordt



'Ik ben iemand zijn visie wil uitdragen'

zijn Umoja zelfs meer dan een restaurant en Van der Zande meer dan een horecaondernemer. "Ik ben groeiende en doe nu zoveel dat ik steeds minder tijd heb voor het operationele in het restaurant. Bovendien vind ik het leuker om me met de grote lijnen bezig te houden." En al die andere dingen, dat zijn kookworkshops, lezingen, advies en begeleiding, een webshop, productontwikkeling, netwerken en catering. Vooral dat laatste is een belangrijke tak van Umoja. "Ik merk dat het bedrijfsleven echt een klik heeft met ons. Bedrijven zijn op zoek naar kwaliteitscaterers die duurzaam produceren, onder andere ook doordat ze een voorbeeldfunctie willen hebben."

De samenwerking met het bedrijfsleven gaat nog verder. Eén van de andere takken van Umoja is namelijk een eigen fonds en daar probeert de ondernemer bedrijven voor te interesseren, zodat ze een project adopteren. Bovendien gaat een gedeelte van de opbrengst van het restaurant naar dit fonds. "Verder ben ik bezig om een private label op te zetten met de verkoop van zaken als olijfolie, wijn, water en chocola. Deels wordt dit dan verkocht in het restaurant, deels via een webshop." Een afgeleide daarvan zijn weer relatiegeschenken. "Ik heb zoveel ideeën, helaas kan het niet allemaal in één keer", betreurt Van der Zande. "Het restaurant zal in ieder geval slechts een onderdeel blijven van het hele Umoja-gebeuren."

Bedrijfsgegevens

Naam bedrijf:	Umoja
Plaats:	Amsterdam
Ondernemer:	Frank van der Zande
Soort bedrijf:	restaurant
Geopend:	dinsdag tot en met zondag voor diner, tot en met vrijdag ook voor lunch
Aantal medewerkers:	tien waarvan vier fte's
Aantal couverts:	vijftig
Keuken:	duurzame, biologische, Fair Trade-producten
Ambiance:	modern, paars, menukaarten op lcd-schermen (met tussendoor informatie over het concept)
Bijzonderheid:	eerste restaurant in Nederland dat volledig klimaatneutraal opereert en het MSC-certificaat voor duurzaam gevangen vis heeft; steunt ook diverse ontwikkelingsprojecten met het UMOJA-fonds
Internet:	www.umojarestaurant.nl

Boost

Toch ziet hij de eetteggenheid wel broertjes of zusjes krijgen. "Als het staat, waarom dan niet franchisen? Voor deze vestiging ben ik nu al op zoek naar iemand die mijn concept te gek vindt, houdt van kwaliteit en die wil ondernemen in een gespreid bedje van duurzaamheid." Door het huidige restaurant operationeel over te dragen én met franchisenemers in zee te gaan, kan Van der Zande zich meer richten op alle andere takken van Umoja. Precies wat hij wil. "Ik ben dan wel horecaondernemer, maar voel mij ook steeds meer iemand die iets wil uitdragen. Het aspect duurzaamheid geeft mijn vak als ondernemer gewoon een enorme boost. Zonder meer."

> [HorecaEntree](#) <