

Meer informatie en meer aanbod nodig

Ondernemers willen best duurzaam ondernemen



Auteursrecht: Peter Clark

Dat *profit* heel goed samengaat met de zorg voor *people* en *planet* is inmiddels bewezen: duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen is aan de orde van de dag in het bedrijfsleven. Ook in de horeca liggen op dit gebied volop kansen. Maar hoe duurzaam onderneemt de horeca eigenlijk? En wat vinden horecaondernemers belangrijk? Onderzoeksbureau HTC Adviesbureau Horeca & Catering vroeg het aan een panel van ondernemers.

Het onderzoek, uitgevoerd door Valentijn Bomhof en Joey Elzas, geeft een beeld van de gedachten van de horecaondernemer omtrent duurzaam ondernemen. Die heeft in ieder geval een helder beeld van dit begrip. De termen die het meest genoemd worden in relatie tot duurzaamheid zijn toekomst, milieu, natuur en mensheid. De horecaondernemers geven aan dat duurzaam ondernemen betekent dat “de ondernemer over de consequenties moet nadenken over en handelen naar

de invloed van ondernemerschap op de huidige en toekomstige samenleving van mens, milieu en dier”.

Deze omschrijving komt sterk overeen met een meer algemene definitie voor duurzaam ondernemen, namelijk: voldoen aan de behoeften van huidige generaties omtrent gezonde, sociale, economische en milieuwelvaart, zonder de mogelijkheden teniet te doen van komende generaties om ook in hun behoeften te voorzien. Alle ondernemers zijn het oneens met de stelling dat “duur-

zaam ondernemen slechts een tijdelijke trend is en daardoor niet de moeite waard om in te investeren”.

Best belangrijk

De grootste groep horecaondernemers (circa 70 procent) is van mening dat gasten duurzaamheid belangrijk vinden. Dit blijkt ook uit cijfers van het bedrijf Horeca & Catering waaruit blijkt dat gasten meer behoefte hebben aan duurzaamheid. Zo wordt er door een horecaondernemer aangegeven dat

vooral biologisch vlees aan populariteit wint onder de gasten. Gasten vinden niet alleen de prijs belangrijk, maar ook het verhaal achter het product, zoals herkomst en bereidingswijze. Dit biedt horecamedewerkers de mogelijkheid toe te lichten waarom het bedrijf zich bezighoudt met duurzaamheid. Er zijn natuurlijk ook steeds meer maatschappelijk verantwoorde producten op de markt. Zo bieden diverse koffieleveranciers biologisch en duurzaam verantwoorde koffie en thee. Ook zijn Fair Trade en EKO-keurmerk bekende begrippen binnen de branche. 76 procent van de ondervraagden 'doet' iets met duurzaamheid. De horecaondernemer blijkt dit voornamelijk op vier manieren te doen. De meeste ondernemers, namelijk 24 procent, gebruiken duurzame energie. De ondernemer gebruikt groene stroom en duurzaam gas of drukt energiegebruik door middel van bijvoorbeeld led- of spaarlampen. Daarnaast geeft 26 procent aan efficiënt in te kopen. Zij kopen groter in, zodat de groothandel minder vaak producten hoeft te leveren of de ondernemer minder vaak de goederen hoeft te transporteren. Hierdoor wordt brandstof bespaard en daalt de CO₂-uitstoot. Ook geeft een groot deel van de ondernemers aan efficiënter maaltijden te bereiden, waardoor het afvalpercentage daalt. Een voorbeeld hiervan is het gebruiken van (vers) snijafval voor de bereiding van andere gerechten zoals soepen en sauzen. Ongeveer 16 procent koopt duurzame producten voor de bereiding van gerechten. Dit zijn

producten die regionaal aangeboden worden, zodat bijvoorbeeld de CO₂-uitstoot zo laag mogelijk is. Ook worden er biologische producten ingekocht die op een milieuvriendelijke wijze geproduceerd zijn.

Gebrek aan informatie

Natuurlijk zijn er ook ondernemers die niet bezig zijn met duurzaamheid. Als voornaamste redenen noemen zij het gebrek aan informatie of kennis (circa 33 procent), het feit dat duurzaam werken niet rendabel is (circa 22 procent) en het tijdsverlies dat ermee gemoeid is (11 procent). Tevens geeft circa 79 procent van de horecaondernemers aan niet te verwachten dat de gast in de toekomst de onderneming zal mijden vanwege het feit dat zij niet duurzaam ondernemen. Het grootste gedeelte van de horecaondernemers (circa 71 procent) vindt dat er onvoldoende informatie beschikbaar is over duurzaam ondernemen. Van deze ondernemers geeft ongeveer de helft aan dat voornamelijk vanuit haar brancheorganisatie, Koninklijk Horeca Nederland, meer informatie beschikbaar zou moeten komen over duurzaam ondernemen. Tevens geeft zij aan dat de overheid ook meer informatie beschikbaar zou moeten stellen. Enkele ondernemers geven bovendien aan dat zij door de Kamer van Koophandel of hun toeleveranciers van informatie voorzien willen worden.

Dat Koninklijk Horeca Nederland via haar website informatie biedt met betrekking tot dit onderwerp - te weten een stappenplan voor maatschappelijk



Kees den Ouden, eigenaar van Grand Hotel Opduin in De Koog

Commercieel gezien is duurzaamheid nog geen issue, gasten kiezen bedrijven er nog niet op uit. Als je ze er echter direct naar vraagt, zeggen ze wel dat het belangrijk is. Dat is natuurlijk een inconsequentie, maar de logische manier waarop de wereld werkt. Duurzaamheid is echter gewoon belangrijk vanwege het rentmeesterschap, het gaat om wat je achterlaat. Jaren geleden ontvingen ik al enkele ecolabels. Op een gegeven moment stopte ik met het voeren ervan omdat ik er geld voor moest gaan betalen. Wat natuurlijk vreemd is: er zou juist wat tegenover moeten staan. Ik houd mij nu nog wel aan die richtlijnen, maar voer gewoon de labels niet meer.

Duurzaam ondernemen kan simpel zijn: niet te veel water gebruiken, energie besparen, kijken waar iets vandaan komt – dus dat er geen kinderarbeid bij is betrokken – en gebruik maken van afbreekbare materialen. Het zijn van die simpele dingen, maar het zijn wel de grootste bergen van vervuiling. Je kan zonder een geitenwollensokken-imago veel betekenen. Ik denk dat het in de toekomst ook zo is dat elke ondernemer aan bepaalde minimumeisen moet voldoen. Duurzaam ondernemen kost wél wat moeite, maar die verantwoordelijkheid moet je niet wegschuiven. Verbeter de wereld, begin bij jezelf.

'De helft van de horecaondernemers acht duurzaam ondernemen niet rendabel'





Gé Kleijweg, eigenaar Kleyweg's Stads-koffyhuys in Delft

Ik ben bezorgd omtrent het milieu, maar lig er 's nachts niet wakker van. Ik heb er namelijk vertrouwen in dat door duurzaam ondernemen en investeren in kennis en innovatie we een goede toekomst voor de boeg hebben.

'Eenderde van de ondernemers vindt dat ze te weinig informatie krijgt over duurzaam ondernemen'

verantwoord ondernemen (mvo) - en de Kamer van Koophandel een algemene mvo-scan aanbiedt, is blijkbaar bij de meeste ondernemers niet bekend. Ook over het aanbod zijn de ondernemers niet tevreden. Het grootste deel van de horecaondernemers (circa 58 procent) geeft aan ontevreden te zijn over het duurzame aanbod van de groothandel. Alhoewel het assortiment biologische en duurzame producten bij de groothandel steeds ruimer is geworden, vinden horecaondernemers dit aanbod nog onvoldoende.

Kosten

Er bestaat een duidelijk verschil in inzicht betreffende de rentabiliteit van duurzaam ondernemen. Iets minder dan de helft van de horecaondernemers geeft aan duurzaam ondernemen rendabel genoeg te achten om door te voeren binnen het bedrijf (49 procent). De overige horecaondernemers geeft daarentegen aan duurzaam ondernemen niet rendabel te achten (51 procent). Bijna alle ondernemers (91 procent) geeft aan dat de overheid duurzaam

Het is ook geen tijdelijke trend: duurzaam ondernemen wordt steeds rendabeler en iets van iedereen, niet alleen van idealisten. Het moet een logisch, bijna instinctief handelen worden. Als de gast er meer naar vraagt, gaat de ondernemer er vanzelf op inspelen. Als dan de vraag naar duurzaam groeit, kan dit goedkoper worden en zullen niet-duurzame aspecten steeds duurder worden. Daarom vind ik ook niet dat je er subsidie voor zou moeten krijgen, dat verstoort de markt. Laat het gas bijvoorbeeld maar wat duurder zijn, dat vergroot de vraag naar hoogrendementsketels.

Ik denk dat de groep gasten die het belangrijk vindt, groeit. Je hoort ze er niet direct over, maar ik denk wel dat het in het onderbewustzijn van de gast werkt. Wij proberen bijvoorbeeld zo goed mogelijk naar buiten te brengen dat we gebruik maken van streek-, biologische en ecologische producten, zuivel van de groene koe en energiebesparende lampen. Ook hanteren we gescheiden afvalstromen. Het is een begin.

ondernemen meer zou moeten stimuleren door middel van subsidies. In de troonrede van vorig jaar is aangegeven dat de overheid in 2008 140 miljoen wil uittrekken om subsidies te verstrekken aan onder andere bedrijven om duurzame bedrijfsvoering te stimuleren. Voor de ondervraagde horecaondernemers is het echter niet bekend of zij financiële steun krijgen om duurzaam ondernemen in hun bedrijf door te voeren.

Conclusie

De ondernemers uit het onderzoek zijn het oneens met de stelling dat "duurzaam ondernemen slechts een tijdelijke trend is en daardoor niet de moeite waard om in te investeren". Acht van de tien horecaondernemers vindt wel dat de horecabranche onvoldoende inspeelt op de vraag naar duurzame producten. De volgende punten zijn hier medeoorzaak van, aldus de ondernemers: er is onvoldoende informatievoorziening op het gebied van duurzaamheid en de groothandel biedt onvoldoende duurzame producten.

>HorecaEntree<



Marty Liplijn, eigenaar van Hotel Limburgia in Valkenburg

Duurzaam ondernemen móet, willen we de planeet bewaren. Dat betekent ondernemen op dermate wijze dat je de continuïteit van ondernemen garandeert. Oftewel: dat ook de volgende generaties kunnen ondernemen op eenzelfde kwalitatieve en kwantitatieve manier als wij. Wil duurzaam ondernemen ooit de standaard worden, dan moet er in de eerste plaats meer informatie komen vanuit de overheid, over de producten die het mogelijk maken. Wat is - naast zonnepanelen, spaarlampen en groene stroom - nog meer met niet al te veel moeite in een onderneming te implementeren? Overheids subsidies zouden ook goed zijn, in ieder geval tijdelijk. Met een overgangperiode kunnen ondernemers over de streep worden getrokken en dan is het voor hen makkelijker om te zien wat het oplevert. Als je puur naar het rendement van een onderneming kijkt, zijn misschien bijvoorbeeld de aanschafwaardes wat hoger, maar door waardering en herhalingsbezoeken krijg je meer gasten. Bovendien gaat het primair om het behoud van het milieu en is het dus moeilijk om de winst in geld uit te drukken. Maar als we nu een trend maken van duurzaam ondernemen, is het voor de volgende generaties makkelijker om over te nemen. En als dan straks duurzaamheid de standaard is, zullen bedrijven die daaronder zitten, gemeden gaan worden.