

Over tien jaar moet de Nederlandse horeca 'duurzaam' zijn. Dat zeggen tien organisaties die dit voorjaar de Urgenda lanceerden, een Deltaplan voor duurzaam Nederland. Kan dat? En wat is dat eigenlijk, duurzame horeca? Het goede nieuws: je kunt er geld mee verdienen.

Tekst: Hans Scholten Foto's: Marcel de Cnock

# Groen = goud waard

DUURZAAM DOE JE ZO!

Stadsstrand Blijburg in Amsterdam heeft duurzaamheid hoog in het vaandel staan

**B**egrippen als milieu en duurzaamheid zijn nog niet overdonderend populair in de horeca. Het is eerder de bedrijfstak van waterverblindende spoelbakken en stroomvretende terrasverwarmingen, dan van zonnepanelen en waterfilters. Dat moet anders, vinden de opstellers van de Urgenda, maar dan liefst zonder ingrijpen door de overheid en zonder nog meer milieuvergunningen in te voeren. De initiatieven moeten genomen worden door organisaties, bedrijven en ondernemers.

Dat klinkt als muziek in de oren van Koninklijk Horeca Nederland. “Meer regels van boven af leiden vrijwel altijd tot lastenverhoging. Daardoor neemt juist de financiële ruimte om te investeren in duurzaamheid af. Dat werkt dus contraproductief”, aldus Wendy Schellens van Koninklijk Horeca Nederland. Wat KHN betreft omvat het begrip ‘duurzaamheid’ vrijwel alles wat te maken heeft met een goede bedrijfsvoering, niet alleen energieverbruik en biologische voeding, maar ook arbeidsomstandigheden, opleidingen en persoonlijke veiligheid.

Zelf heeft Koninklijk Horeca Nederland het initiatief genomen tot de Horeca Smart Chain: een geautomatiseerd systeem voor inkoop en logistiek voor ondernemers en leveranciers, waardoor minder handelingskosten worden gemaakt. Eraan gekoppeld is een kenniscentrum voor uitwisseling van kennis en ervaring. Het systeem, dat is ontwikkeld samen met Bureau Foodstep, TNO en KPN, moet honderden miljoenen euro's besparen. De organisatie heeft berekend dat als alle leden één keer per week minder bestellen, dit de hele keten een besparing van 194 miljoen euro oplevert. Efficiënter inkopen betekent ook minder vervoer,

minder verpakking en minder afval. De Smart Chain moet in 2015 operationeel zijn.

### Water

Met de Smart Chain zijn we meteen bij de kern. Want als ‘duurzaam’ besparing betekent, dan graag. Op water, licht en gas valt behoorlijk wat te winnen. Om met het water te beginnen. De Aquafox is een compact apparaat dat wordt gemonteerd bij de bestaande spoelbak en een spectaculaire waterbesparing mogelijk maakt. Het slimme apparaat telt met een sensor het aantal glazen dat wordt gespoeld en voegt automatisch vers water en de juiste hoeveelheid zeep toe. De constant lopende waterkraan – waardoor per maand een bescheiden zwembad aan kostbaar drinkwater in het riool verdwijnt – kan dicht. Het hele pakket kost een kleine elfhonderd euro, inclusief installatie en een serviceabonnement van twee jaar. Op de website van Aquafox ([www.aquafox.nl](http://www.aquafox.nl)) staan ondernemers die met de vinding grote besparingen realiseren, bijvoorbeeld het Bredase Brooklyn Café, dat zegt per maand 36.000 liter water te besparen. Maar ook grote hotels, bijvoorbeeld van de NH-groep, staan tussen de tevreden klanten.

### Licht

Verlichting, verwarming, luchtbehandeling en keukenapparatuur vreten stroom. In de verlichting voltrekt zich inmiddels een kleine revolutie. De zuinige en efficiënte LED-verlichting is aan een snelle opmars bezig. Er zijn inmiddels LED-lampen die eruit zien als gloeilampen of die passen in de fitting van een

halogeenspot. “LED's hebben drie grote voordelen”, zegt Jurjen van Boheemen van Jurot, een bedrijf dat LED-verlichting plaatst bij horecabedrijven. “Veel clubs en disco's gebruiken Par-lampen. Die hebben als nadeel dat ze maar één kleur hebben, dus voor verschillende kleuren moet je aparte lampen hebben. Met één LED-Par kan je alle kleuren maken, met een afstandsbediening. Een LED-Par verbruikt maximaal 16 watt. Nog een groot voordeel is dat LED-lampen bijna geen warmte afgeven, terwijl bij een gloeilamp 80 tot 90 procent van het energieverbruik wordt omgezet in warmte. Je hebt dus ook minder airco nodig.” Het derde voordeel is dat een LED-lamp 50.000 branduren heeft. Een gewone gloeilamp heeft er ongeveer 1.000, een halogeenspot 3.000 en een spaarlamp 3.000 tot 4.000. Van Boheemen: “LED's verliezen geleidelijk aan lichtopbrengst, maar na 50.000 uur heeft een LED nog zeventig procent van de oorspronkelijke lichtopbrengst en dat is heel aanvaardbaar.”

Een kleine rekensom: bij 300 werkdagen per jaar en een brandtijd van 10 uur per dag doe je met een LED-lamp ruim 16 jaar, tegen een fractie van de stroomkosten van een halogeenspot of gloeilamp. LED-ervangers ►

## De constant lopende spoelbak kost een klein zwembad per maand aan water

### DE URGENDA – LIEFST ZONDER OVERHEID

“De Urgenda, die deze zomer werd gepubliceerd, is niet bedoeld als blauwdruk voor een beter Nederland”, zegt Pepik Henneman onderzoeker bij het Dutch Research Institute For Transition (DRIFT), één van de organisaties die de Urgenda hebben opgesteld.

“Het is een krachtige aansporing om, onder druk van smeltende poolkappen, te doen wat volgens de gangbare opvattingen onhaalbaar lijkt. Voor de problemen rond bevolkingsgroei, vergrijzing, mobiliteit, integratie en milieuvraagstukken zijn baanbrekende, innovatieve oplossingen nodig. Hier en der wordt daar al veel onderzoek naar gedaan, maar dat gebeurt veel te versnipperd. Het doel is dan ook vooral om een aantal ‘koplopers’ bij elkaar te brengen, die zonder al te veel bemoeienis van de overheid het voortouw nemen en ambitieuze doelstellingen formuleren.”

Ook bij duurzame horeca gaat het dus vooral over nieuwe oplossingen en technieken en niet over meer milieuvergunningen. “Overigens is het hoofdstuk ‘horeca’ in het plan nog niet ingevuld”, aldus Henneman.

Einddoel van de Urgenda is dat Nederland over 40 jaar een CO<sub>2</sub>-vrije energievoorziening heeft en klimaat- en waterrobuust is. In dat kader moeten bijvoorbeeld:

- over 20 jaar alle daken gebruikt worden voor energiewinning
- over 30 jaar alle bedrijven maatschappelijk dienstbaar zijn
- over 15 jaar 10.000 mensen in de eerste drijvende stad wonen
- over 15 jaar supermarkten alleen nog duurzaam voedsel verkopen
- over 3 jaar alle sport-, bedrijfs- en overheidskantines duurzaam eten serveren
- over 3 jaar alle universiteiten klimaatneutraal zijn
- over 10 jaar alle uitgaansgelegenheden duurzaam zijn qua energieverbruik, materiaalgebruik, eten en drinken.



Restaurant De Kas is een voorbeeld van sociaal en duurzaam ondernemen.



**DUURZAAM DANSEN:  
SUSTAINABLE DANCE CLUB**

Sustainable Dance Club is de naam van een Rotterdams bedrijf dat in samenwerking met de Technische Universiteit Delft een energieopwekkende dansvloer heeft ontwikkeld, gebaseerd op het principe van de knijpkat. Met de dansbeweging wordt stroom opgewekt voor de verlichting in de club. De vloer wordt toegepast in de Rotterdamse club Mytown, de opvolger van het roemruchte Nighttown. Mytown gaat voorjaar 2008 open en moet volgens de nieuwe eigenaars, Aryan en Willem Tieleman, volledig duurzaam geëxploiteerd worden. Voor de dansvloer is al wereldwijd belangstelling. Het bedrijf doet meer onderzoek naar innovatieve duurzame horecaconcepten en wil zo duurzaamheid een meer trendy imago geven bij jongeren. [www.sustainabledanceclub.com](http://www.sustainabledanceclub.com).

voor halogeenspots worden dan intussen al veel toegepast in ruimten waar veel licht brandt, zoals in lobby's en receptiezalens.

**Gas**

Energieadviesbureau CCS in Deventer onderzocht met energiebedrijf NORT Flevoland vijftien horecabedrijven om een idee te krijgen van de mogelijke energiebesparingen. "Dat leverde flink wat mogelijkheden op", vertelt Ingrid Oomen, consultant bij CCS: "Zo kan je met een zonneboiler je gasrekening voor de verwarming van tapwater met vijftig procent verlagen."

**'Voor mij is duurzaamheid een voortdurende afweging'**

Stanja van Mierlo, Blijburg

Oomen verwacht ook veel van warmtepompen in de horeca. Warmtepompen zijn systemen die energie uit de omgeving, zoals buitenlucht, bodem of grondwater, omzetten in bruikbare warmte. Warmtepompen kunnen in bijvoorbeeld de horeca worden uitgevoerd als airco, waarbij de warmte wordt opgevangen en hergebruikt. CCS onderzoekt ook de mogelijkheden voor plaatsing van een kleine windmolen voor energieopwekking. Dat is natuurlijk alleen geschikt voor bedrijven aan de rand van een gemeente met voldoende wind.

"Veel van die maatregelen zijn niet voor iedere ondernemer uitvoerbaar", zegt Oomen. "Er is veel mogelijk, maar je moet wel het geld hebben om te investeren. Bovendien zet je niet zomaar even dubbel glas in je ramen. Een toch al geplande verbouwing is het ideale moment om dit soort ingrepen serieus te overwegen." Hoeveel zulke maatregelen opleveren weet Henri Geurts, eigenaar van 'eetwinkel' Kwalitaria Gennep in Limburg. De afgelopen jaren investeerde Geurts in een zonneboiler die onder andere het water voor de vaatwasser voorverwarmt, terugwinning van de warmte van de koelmotoren, warmteopslag in het grondwater, isolatie van leidingen en een geavanceerd aircosysteem. Nu experimenteert hij druk met LED-ver-

lichting, en de elektrische apparaten zijn voorzien van tijdklokken.

Geurts bespaart met zijn ingrepen naar eigen zeggen 'bakken met geld'. "Mijn energierekening is tien procent lager, terwijl het vloeroppervlak bij een recente verbouwing drie keer zo groot is geworden", zegt hij ter illustratie.

Verder serveert hij niet meer in plastic bakjes, maar van echte borden. "De gasten kijken eerst wel raar op, maar daarna vinden ze het eigenlijk heel goed", aldus de energiebewuste ondernemer. Nog meer geld bespaart hij door afval te scheiden. Ten eerste wordt het gescheiden afval gratis opgehaald. En omdat hij minder restafval heeft, volstaat het huren van een kleinere, goedkopere container. Momenteel experimenteert Geurts met een bioaggregaat dat loopt op afgewerkte olie. Geurts geeft ook lezingen en rondleidingen voor collega-ondernemers. "Zonder de flinke subsidies die destijds nog mogelijk waren, had hij de investeringen minder makkelijk kunnen doen", geeft hij toe.

**Licht uit!**

Jacques van Trijp is projectleider van de Horecascan bij het Energiecentrum MKB in Utrecht: "Uit het onderzoek voor de Horecascan blijkt dat een ondernemer de eerste tien procent besparing kan binnenhalen zonder een cent uit te geven. Zet apparaten uit als je ze niet gebruikt en zet keukenapparatuur pas aan als je het nodig hebt. Doe het licht in het magazijn uit. Kortom, allerlei kleine maatregelen die je 'good housekeeping' kan noemen. De volgende stap is om goed op te letten bij vervanging van apparatuur. Let op het Energielabel. Als de CV-ketel ouder dan twaalf jaar is, kun je ervan uitgaan dat je flink kunt besparen door

een moderne HR-ketel neer te zetten. Ook isolatie van gebouwen is de moeite waard, zeker als je eigenaar van het pand bent."

Maar hoe groot is eigenlijk de besparing? "De energiekosten zijn twee tot drie procent van de totale kosten van de gemiddelde horecaondernemer", zegt Van Trijp. "Daarop tien tot vijftien procent besparen lijkt niet enorm. De maximaal haalbare besparing is 25 tot 40 procent, bij een terugverdientijd van vijf tot tien jaar. Maar bekijk het nu eens zo. De gemiddelde energierekening van een horecabedrijf is 20.000 euro, maar dat is ook ongeveer het gemiddeld ondernemersinkomen. Dus je betaalt evenveel aan energie als je aan jaarinkomen krijgt, terwijl je alleen al met zuiniger gedrag tien procent van die kosten naar je inkomen kunt overhevelen."

**Duurzaam wordt trendy**

Wie denkt dat duurzame horeca iets is voor het alternatieve circuit, heeft de afgelopen jaren niet opgelet. Vooral in de eethoreca wordt een duurzaam aanbod steeds belangrijker. Dat varieert van toprestaurants als De Kas in Amsterdam, dat het concept tot het uiterste heeft doorgevoerd, tot de wegrestaurantketen Hajé. Op de menukaart van Hajé staan allerlei duurzame producten, zoals scharreleieren. Ook opvallend is de mogelijkheid om kleinere porties te bestellen – tegen een lagere prijs.

De Kas heeft een heel brede opvatting van duurzame horeca. Eigenaar Gert Jan Hageman: "Duurzaam ondernemen betekent voor ons dat we ingrediënten werken die met respect voor de natuur zijn gekweekt en gemaakt, dat we zuinig omgaan met energie, maar ook met ons personeel. We proberen een duur-

**HORECASCAN**

De Horecascan is een interactieve module op de website van het Energiecentrum MKB. De Horecascan is gebaseerd op de bestaande Energiescan, maar deze is met de gegevens van het onderzoek in Flevoland helemaal toegesneden op de horeca. Na invullen van een aantal bedrijfsgegevens (soort bedrijf, energieverbruik, vloeroppervlak, en dergelijke) berekent de Horecascan hoe het verbruik zich verhoudt tot het gemiddelde verbruik van een vergelijkbare ondernemer. De scan geeft ook een overzicht met allerlei mogelijke maatregelen, inclusief terugverdientijd. Let wel, dit blijven natuurlijk altijd indicaties, gebaseerd op gemiddelden. Een specifiek advies voor het eigen bedrijf kan alleen een energieconsulent geven, maar dat kost uiteraard geld. Meer informatie: [www.energiecentrum.nl](http://www.energiecentrum.nl) – klik door op [energiescan](http://energiescan).



Gert Jan Hageman, De Kas



## ‘We zijn zuinig met de natuur, maar ook met ons personeel’

Gert Jan Hageman, De Kas

REAGEREN?  
WWW.BIERBLAD.NL

## advertentie

zame relatie aan te gaan met onze medewerkers, door open communicatie en respect, eerlijke beloning, goede werktijden, opleidingsmogelijkheden en door-groei binnen het bedrijf.”

Die filosofie komt – behalve in de menukaart – tot uiting in tal van maatregelen, van zonnepanelen tot vergoeding van reiskosten voor medewerkers die met

het openbaar vervoer komen. Op de eigen kwekerij van De Kas worden psychiatrische patiënten, mensen met burn-out of drugsverslaafden geplaatst en begeleid. Hoewel de prijzen in het hogere segment zitten, laat De Kas met 50.000 nationale en internationale gasten per jaar zien dat duurzaamheid goed kan samengaan met gezonde bedrijfsvoering en een ‘sexy’ uitstraling. “Maar je moet bereid zijn er heel veel tijd en geld in te investeren, en je moet je er goed bij voelen”, tekent Hageman aan.

Intussen is ook de uitvinder van het fastfood, McDonald’s, om. Het bedrijf wordt de komende drie jaar duurzamer om iets te doen aan het negatieve imago. De introductie van koffie met het keurmerk Utz Certified en bruine broodjes en al het plastic de deur uit: het zijn maar een paar van de maatregelen die de fastfoodgigant de komende jaren gaat doorvoeren. Hoe maak je van duurzame horeca nu eigenlijk een succes? “Voor mij is het een voortdurende afweging”, zegt Stanja van Mierlo, die in 2003 het strandpaviljoen en wintercafé Blijburg aan het IJsselmeer in de Amsterdamse nieuwbouwwijk IJburg opende. Blijburg heeft een hoog ‘Robinson Crusoe-gehalte’. Het paviljoen en de inventaris zijn grotendeels zelf gemaakt van sloophout en ander gerecycled materiaal. Bij dat concept passen zoveel mogelijk duurzame, eerlijke producten, vindt Van Mierlo. Maar het valt niet mee om consequent duurzaam te zijn, is haar ervaring. „De biefstuk en de kippenpoten zijn van scharrelvlees, maar de saté niet. Ik verkoop alleen biologisch bier, maar dat moet in plastic bekertjes en dat geeft meer rommel op het strand. Kunststof recyclebare glazen zouden beter zijn, maar die slijten op het strand te veel. Bovendien kost het spoelen weer extra mankracht. Je moet als ondernemer die graag ‘duurzaam wil’ steeds kiezen tussen een gezonde winstmarge en gezonde producten.” ■

### DUURZAAM HEINEKEN

Heineken werkt aan een uitgebreid duurzaamheidsprogramma. Heineken houdt zich aan het internationale Covenant Benchmarking, waarbij bedrijven zich verplichten om op het gebied van energiebesparing tot de beste van de wereld te behoren. Heineken is naar eigen zeggen koploper in de wereld op het gebied van energiezuinige productie. Heineken Nederland voert actief campagne tegen zwerfvuil. De brouwerij in Zoeterwoude werkt met een zeer energie-efficiënte warmtekrachtcentrale en beschikt over eigen zuiveringsinstallaties voor afvalwater. In het kader van het Skylark-project is een ‘prototype’ bier gebrouwen uit duurzaam verbouwde gerst. Jaco Bakker, manager Safety, Health & Environment bij Heineken: “Skylark is niet bedoeld om op de markt te brengen, maar om aan de boeren te laten zien wat er mogelijk is, en om zelf ervaring op te doen met duurzame productie. We hebben er veel van geleerd.” Meer over het duurzaamheidsbeleid van Heineken staat op de site van Heineken: [www.heineken.nl](http://www.heineken.nl). Klik op ‘Enjoy Heineken Responsibly’ en druk op de bel. Klik, na het starten van de test door ‘man’ of ‘vrouw’ te kiezen, op ‘Informatiecentrum’.