

Umoja, duurzaam én met oog voor kwaliteit



Frank van der Zande: 'Dan maar wat minder marge, op termijn komt dat wel.'

FOTO JAN-DIRK VAN DER BURG

Dat duurzaam ondernemen meer tijd kost, kan Frank van der Zande (41) wel beamen. Het uitzoeken van de beste producten voor de gasten die zijn restaurant Umoja in Oud Zuid bezoeken, kost nou eenmaal veel tijd: "Ik wil duurzaam ondernemen waar het kan, maar niet op de geitenwollen sokken manier: als het maar duurzaam is, is het okay. Ik streef wel naar kwaliteit."

Van der Zande werd dit jaar tot de Meest Markante Horecaondernemer van Amsterdam gekozen vanwege zijn maatschappelijk verantwoorde manier

van ondernemen en de unieke duurzame bedrijfsvoering van zijn restaurant.

Want duurzaam is het, in het eerste klimaatneutrale restaurant van Nederland. Van de biologische kip, de onbespoten groente en de duurzame wijn tot aan de kinderarbeidvrije bedrijfskleding en afbreekbare schoonmaakartikelen. Zelfs de bedrijfsauto heeft een minimum aan CO₂ uitstoot. Met het restaurant dat in 2006 werd opgezet samen met de Zeeuwse band BLØF, wil Van der Zande laten zien dat 'bewust en duurzaam leven ook op een moderne, trendy en sexy manier kan'.

Dat duurzaam ondernemen ook deel uitmaakt van het concept van Umoja, maakt het Van der Zande makkelijker dit ook door te voeren in zijn bedrijfsvoering: "De horeca is op dit gebied echt een ondergeschoven kindje. De naamsbekendheid van Umoja geeft mij meer mogelijkheden dan andere horecaondernemers."

Want groene producten zijn duurder, moeilijker te vinden en niet per se van de beste kwaliteit: "Er zijn genoeg biologische wijnen die niet goed van kwaliteit zijn." Dat maakt het voor de horeca-ondernemer niet aantrekkelijk: "Die

gaat toch voor de winstmarges. Ik ook natuurlijk, maar ik neem met minder marge ook genoeg en ik verdien het op de langere termijn toch terug."

Van der Zande merkt dat de vraag naar duurzame producten in het bedrijfsleven stijgt: "Twee jaar geleden draaide ik een catering voor twintig man, nu zijn dat er zevenhonderd." Ook krijgt hij steeds vaker gasten uit de bouwsector, de financiële wereld en de advocatuur over de vloer: "Vaak combineren ze een bezoek met een afsluiting van een groen project dat ze gedaan hebben. Vorige week nog had ik een projectbureau over

de vloer dat helemaal voor klimaatneutraal en energiezuinig ging."

Duurzaam ondernemen loont uiteindelijk wel, ook voor de beginnende ondernemer: "Als je je prijs doorberekent, is er niks aan de hand. Kwaliteit betaalt zichzelf terug." Tips om dit te bereiken, wil Van der Zande liever niet te veel kwijt. Die zijn volgend jaar te lezen in het boek dat hij van plan is uit te brengen met daarin verhalen, recepten en tips geheel in de Umojastyle.

www.umojarestaurant.nl

Tip 6

Marketing in een webwinkel: Hoe breng ik mijn product aan de man op het internet? Mensen die een website bekijken, lezen niet, maar scannen. Net zo lang tot hun oog valt op een afbeelding of tekst die hen aanspreekt. Als je je product of dienst op je website op dezelfde manier aanprijst als met een brochure of mailingbrief, heeft dit vaak niet veel effect. De opbouw van teksten op een website is heel anders. Begin altijd heel eenvoudig. Met weinig woorden. En als de bezoeker van je website daarna nog steeds interesse heeft in wat hij ziet of leest, geef hem dan steeds meer details.

Tip 7

Breng je product of dienst niet te vroeg op de markt. Natuurlijk ben je zelf overtuigd van het mooie product dat je op de markt wilt brengen. Maar denken je potentiële klanten daar ook zo over? Zoek zo vroeg mogelijk contact met je doelgroep en probeer je product of dienst uit op kleine schaal. Zo weet je wat je nog moet aanpassen voordat je een grotere stap maakt.

Groot genoeg voor de groten, klein genoeg om flexibel te zijn

Abeln
ADVOCATEN

Concertgebouwplein 12, Amsterdam • www.abeln.nl • telefoon: 020 - 4712345