



ONDERNEMER MARCO AGEMA

OVER DUURZAAMHEID BINNEN CAFETARIA

Marco Agema (48) is opgegroeid in een horecafamilie en heeft jarenlang een eigen cafetaria gehad in Groningen. Door de geboorte van zijn dochter in 2006 kwam hij echter tot andere inzichten en is hij aan de slag gegaan met verduurzaming van zijn cafetaria. Wij spraken hem hierover.

ANDERE MINDSET CREËREN

Jarenlang is Marco eigenaar geweest van cafetaria Friet van Piet. In 2006 werd zijn dochter geboren en daardoor beseftte hij dat hij wel heel weinig teruggaf aan de aarde. Het sentiment ging spelen en hij wilde iets betekenen voor de generaties na hem. Hij beseftte dat hij als ondernemer de meeste impact kon maken door de juiste mindset over te brengen. 'In 2017 ben ik het adviesbureau Duurzaam Denken Doen gestart en niet veel later Snackbar van de Toekomst. Via deze weg ben ik mijn visie gaan delen met overige ondernemers en tegelijkertijd probeer ik mijn eigen ecologische voetdruk zo klein mogelijk te houden', aldus Marco.

DUURZAAMHEID OOK METEEN DUURDER?

'Stel dat je besluit om het anders te gaan doen, dan begint dat met een visie', vervolgt Marco. Je werkt vanuit een lange termijnplanning, je stopt dus ook niet gelijk bij een leverancier als

het om duurzaamheid gaat. Je gaat in gesprek met leveranciers om te kijken wat werkt en waar stappen gezet kunnen worden. De traceerbaarheid is hierin vooral van belang. Men wil weten waar het voedsel vandaan komt en zijn dan best bereid om wat meer te betalen voor producten waar kennis en vakmanschap bij komt kijken. Hij noemt als voorbeeld dat als we straks een suikertax moeten afdragen aan de overheid, dat 'slechte' producten dan ook duur worden. Alles stijgt in prijs, dus waarom niet meegaan met de nieuwe generatie.

CONCRETE VERVOLGSTAPPEN

Volgens Marco begint het met herkennen. 'Je moet het vooral durven om anders te denken. Je kunt bijvoorbeeld een kijkje bij iemand in de zaak nemen en zien hoe het er daaraan toe gaat en mensen opzoeken waar je een voorbeeld aan wilt nemen. Een andere optie is contact zoeken met MVO Nederland, een broedplaats voor ondernemers die toekomstbestendig en milieubewust willen ondernemen.'

Ook geeft Marco het bedrijf Tata Steel als voorbeeld. Deze grote staalproducent en multinational moet nu verplicht allerlei handelingen verrichten met een enorm



kostenplaatje, zodat zij minder uitstoot veroorzaken. 'Dit had voorkomen kunnen worden door eerder maatregelen te nemen en met een duidelijkere visie naar de toekomst te kijken', zegt Marco. 'In cafetaria kan ook al gekeken worden naar vetfilters in de frituurpan, zodat het vet veel langer meegaat en er veel minder afvalstoffen achterblijven in het vet', voegt hij toe.

POSITIEF COMMUNICEREN

Marco hamert ook erg op positieve communicatie. Zodra je met betere frituurolie werkt kun je ook vertellen dat je olie gebruikt die beter is voor de gezondheid van je klanten. Daarnaast kun je als ondernemer laten zien dat je meer producten in je assortiment opneemt buiten de frituur om, zoals belegde broodjes. Dat gaat de negatieve klank van een snackbar langzamerhand verhelpen, aldus Marco.

Zelf heeft Marco de eerste stappen jaren geleden genomen door geen plastic tasjes meer mee te geven en de sigaretten uit de schappen te halen.

Ook snoepgoed en alcohol verkocht hij in een vroeg stadium al niet meer. 'Dit zijn namelijk allemaal producten die ook in de supermarkt liggen en het heeft geen meerwaarde als ik ze ook verkoop.'

AFBREEKBAAR MATERIAAL

'De producenten die op dit moment duurzaam en afbreekbaar verpakkingsmateriaal leveren, lopen er binnenkort er ook weer tegenaan dat ze een verduurzamingsslag moeten maken. Nederlanders vinden lokale herkomst steeds belangrijker, maar wat betreft verpakkingen is dat altijd wat lastiger. Daarnaast is de herkomst vanuit verre bestemmingen wat eerder gehuld. De oorspronkelijke afkomst is moeilijk te traceren, met ook praktijken als kinderarbeid in het achterhoofd', zegt Marco. Wel voegt hij hieraan toe dat er in Nederland al een aantal partijen in staat zijn om uit vezels als gras en hennep afbreekbare verpakkingen te maken. Houten pallets worden op dit moment bijvoorbeeld al vervangen door recyclebaar materiaal. Je ziet dat het binnen de hele branche opschuift en dat de criteria voor producten al worden aangescherpt. De eerste golf is volgens Marco daarmee geweest. Hij denkt ook dat als je als ondernemer nu dus instapt en aanpassingen maakt, je meer toekomstbestendig bent dan wanneer je een afwachtende houding aanneemt.



"Je moet het vooral durven om anders te denken"

