

BUSINESS PLAN

WOONWIJZERWINKEL



Bestuurscommissie Ruimte incl. Duurzaamheid
Stadsregio Parkstad Limburg

13 november 2019



1. Inleiding

Binnen Parkstad zijn duidelijke bestuurlijke ambities geformuleerd om de benodigde energietransitie vorm te geven. Deze ambities zijn beschreven in PALET. Om aan deze ambities verdere invulling te geven is een volgende stap nodig. Deze stap is de inrichting van een zogenaamde One Stop Shop, oftewel één loket. In dit loket kan de burger antwoorden krijgen op alle vragen rondom duurzaamheid en de verduurzaming van de woning. Het loket fungeert daarmee als een marktplaats, of anders gesteld als een centrum voor duurzaamheid. Dit is een fysieke plek, aangevuld met een digitale ruimte.

Het beste voorbeeld van een dergelijk centrum voor duurzaamheid is de WoonWijzerWinkel in Rotterdam. De uitvoering van dat concept zorgt daadwerkelijk voor duidelijkheid bij de burger en helpt deze met het maken van weloverwogen keuzes, en het nemen van daadwerkelijke verduurzamingsmaatregelen. De WoonWijzerWinkel aanpak zorgt voor een hoge succesratio. Maar liefst 50% van de bezoekers gaat verduurzamen, waarvan de helft met directe hulp van de WoonWijzerWinkel. Diverse bezoeken, bestuurlijk en ambtelijk, hebben gezorgd voor enthousiasme over deze aanpak, maar hebben ook de vraag opgeworpen in hoeverre er een WoonWijzerWinkel in de regio Parkstad mogelijk is. Die vraag is beantwoord in dit business plan.

Het business plan schetst:

- de relatie met PALET, het Klimaatakkoord en de Regionale Energie Strategie (RES);
- de inhoudelijke verbinding met INNOVATE;
- het concept WoonWijzerWinkel Rotterdam;
- inhoudelijke verschillen en overeenkomsten tussen de regio's Rotterdam en Parkstad;
- de financiering van de winkel;
- de economische effecten van de verduurzaming van de particuliere woningvoorraad;
- de rechtsvorm, governance en sturing;
- de overige condities voor realisatie en exploitatie van de WoonWijzerWinkel.

We stellen vast dat met de WoonWijzerWinkel een uniek concept wordt gerealiseerd dat ervoor gaat zorgen dat de verduurzaming van de woningvoorraad in een stroomversnelling komt. Dat betekent niet alleen lagere energielasten voor woningbezitters en een eventuele stijging van de waarde van het vastgoed, maar ook een grote economische kans voor het regionale/lokale bedrijfsleven en de arbeidsmarkt. De WoonWijzerWinkel moet een 'hotspot' voor duurzaamheid in Parkstad worden. De burger krijgt hier betrouwbare informatie en hulp bij het realiseren van de gewenste verduurzaming. Het wordt een plek die bovenregionale en euregionale aantrekkingskracht heeft en waar de burger zich thuis gaat voelen.

***“Met de WoonWijzerWinkel*”**

...worden alle 250.000 inwoners in Parkstad bereikt

...worden inwoners volledig ontzorgd in de
verduurzaming van hun woning

...worden in 10 jaar tijd 15.000 woningen in Parkstad
verduurzaamd

...wordt in 10 jaar tijd een economische omzet van
minimaal € 100 miljoen gegenereerd

...wordt in 10 jaar tijd 825 FTE aan werkgelegenheid
gecreëerd

...worden gerichte wijkacties georganiseerd om
bewustwording over verduurzaming bij inwoners te
stimuleren

...vervullen de samenwerkende Parkstad-gemeenten
in Zuid-Limburg en de Euregio een voortrekkersrol als
het gaat over duurzaamheid en energietransitie



2. Parkstad Limburg EnergieTransitie: PALET

2a. Kaderstellend regionaal beleid: PALET 1.0 (regio) en PALET 2.0 (gemeente)

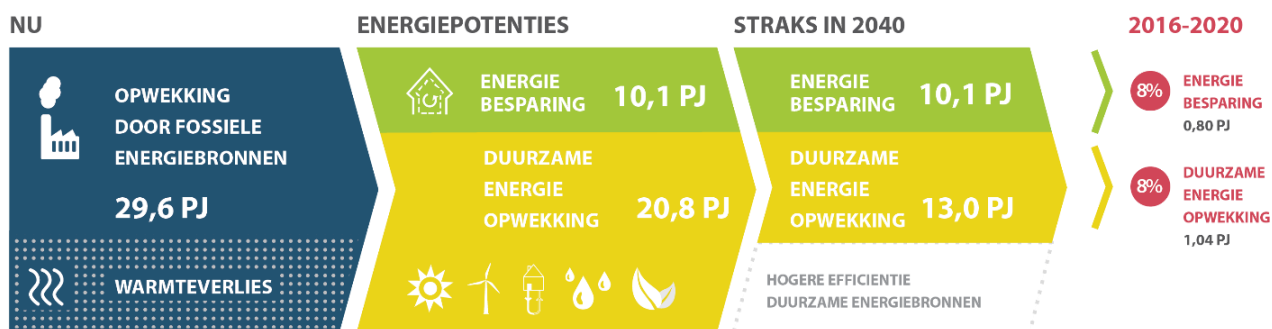
In Parkstad wordt vanuit de regionale samenwerking sinds 2013 – dus nog vóór de klimaatconferentie in Parijs, de problematiek rondom de aardgaswinning in Groningen en het nationale klimaatakkoord – al werk gemaakt van de energietransitie.

Vanuit de trias energetica is in een regionaal ambitedocument (PALET 1.0) onderzocht wat het energiegebruik (29,6 PJ¹) is, verdeeld over diverse sectoren zoals de woningen (10,9 PJ).

Vervolgens is aangetoond dat er een potentie is om 33% van dit totale energiegebruik te reduceren, waarvan de sector woningen 2,1 PJ voor haar rekening neemt, oftewel 30% van de totaal potentie voor energiebesparing.

Na besparing resteert een energiebehoefte waarin het liefst op zo duurzaam mogelijke wijze wordt voorzien. In PALET is daarvoor een integraal ruimtelijk realistisch scenario gehanteerd, waarbij voor het bepalen van de potentie voor duurzame energieopwekking (bv. door middel van windenergie, zonne-energie en warmte-koude opslag) rekening is gehouden met beperkingen, wenselijkheden en onwenselijkheden vanuit beleid. Van de totale potentie voor duurzame energievoorziening (20,8 PJ) is liefst 44% te realiseren in de sector woningen.

Op basis van deze onderzoeken is de stip op de horizon geformuleerd om in 2040 als regio Parkstad energieneutraal te zijn: dan wordt in alle energie die we in de regio nodig hebben via regionale/lokale duurzame energieopwekking voorzien. PALET 1.0 is vervolgens vertaald in gemeentelijke potentiëstudies: PALET 2.0. Beide beleidsdocumenten zijn in de zomer 2015 door de acht gemeenteraden unaniem vastgesteld.



2b. Uitvoeringsprogramma PALET 3.0 (2016-2020)

De lange termijn ambitie tot 2040 is in een intensief proces in de 'PALET Broedkamer', onder regie en coördinatie van de Stadsregio Parkstad en samen met de gemeenten en externe experts, een Uitvoeringsprogramma Palet 3.0 voor de eerste uitvoeringsjaren (2016-2020) uitgewerkt. Het bestuurlijk uitgangspunt daarbij is om in 2020 8% van de totale opgave (energiebesparing en duurzame opwekking) tot 2040 te realiseren. Voor alle sectoren,

¹ 1 PJ = 1.000 Terajoule / TJ

waaronder de woningen, is per gemeente een opgave tot 2020 geformuleerd en vertaald in concrete acties, maatregelen en projecten. In de som (als regio) is een 2020-doelstelling geformuleerd van een gerealiseerde besparing van 606 TJ en 222 TJ aan duurzame opwek. Via onder meer de prestatieafspraken met de woningcorporaties, het Zonnepanelenproject Parkstad, het pilot-project energiebesparing in de gemeente Landgraaf, de verduurzaming van VvE-complexen en de uitrol van Mijwater (o.a. pilot aardgasvrij in Brunssum Noord) wordt hieraan invulling gegeven.

2c. Tussentijdse evaluatie PALET 3.0: er moet worden bijgeschakeld

Voorjaar 2018 is een tussentijdse evaluatie van het Uitvoeringsprogramma PALET 3.0 uitgevoerd, waarbij de afspraken en opgaven per sector zijn vergeleken met de projecten die in voorbereiding dan wel in uitvoering zijn inclusief het verwachte energetische resultaat. Voor de sector woningen is hieruit een verwacht resultaat voor de energiebesparing van 45% (ten opzichte van de opgave tot 2020) en voor de duurzame opwek van 49% (idem) onderbouwd.

In juli 2018 heeft de Bestuurscommissie Ruimte incl. Duurzaamheid van de Stadsregio Parkstad Limburg, die primair verantwoordelijk is voor de aansturing en regie van PALET, kennisgenomen van de tussentijdse evaluatie en opdracht gegeven tot de uitwerking van een propositie gericht op de verduurzaming van (met name) de particuliere woningvoorraad. Daaruit is voorliggend business plan en de samenwerking met het Europese project INNOVATE voortgekomen.

2d. PALET / Regionale Energie Strategie (RES) Zuid-Limburg

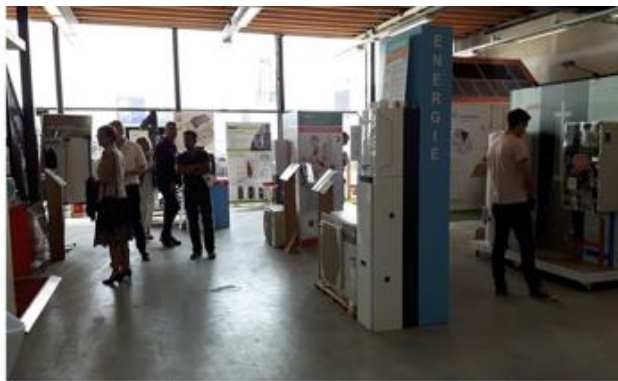
In het kader van het Klimaatakkoord is afgesproken dat Nederland in 2030 een reductie van 49% CO₂ t.o.v. 1990 heeft bereikt en in 2050 95%. Om dit in goede banen te leiden worden er in 30 regio's momenteel strategieën ontwikkeld: de Regionale Energie Strategie (RES). Zuid-Limburg is aangewezen als één gebied voor een RES hetgeen betekent dat PALET daarvan onderdeel gaat uitmaken. Nieuw daarbij is de opgave van de gebouwde omgeving in het kader van de warmtetransitie en de doelstelling aardgasvrij. In ons huidige energieverbruik van de gebouwde omgeving gaat 72,8% op aan warmte. Om in de toekomst aan de warmtevraag te kunnen blijven voldoen zullen we meer dan in PALET aangenomen moeten inzetten op energiebesparing, met name in de woningvoorraad.

2e. Onderzoek naar de behoefte van de particuliere woningeigenaar

Uit onderzoeken van de Vereniging Nederlandse Gemeenten (2018), Vereniging Eigen Huis (2018) en de Zuyd Hogeschool i.s.m. Universiteit Maastricht (2017-2018) blijkt een duidelijke behoefte bij de particuliere woningeigenaar als het gaat om de verduurzaming van de woning. De woningeigenaar:

- wil zo veel mogelijk worden ontzorgd c.q. zelf zo min mogelijk zelf hoeven te doen;
- gaat voorzichtig om met adviezen van commerciële marktpartijen over de mogelijkheden tot verduurzaming ("u wordt toch niet betaald door...?");
- verneemt bijna dagelijks in diverse media over de energietransitie en de (financiële) gevolgen voor onder meer de woningeigenaar (zowel m.b.t. stijging van energiekosten alsmede de kosten voor verduurzamingsmaatregelen);

- heeft derhalve behoefte aan onafhankelijk advies op maat over de mogelijkheden tot verduurzaming van de eigen woning, met aandacht voor de specifieke situatie, vragen en wensen van de woningeigenaar zelf;
- ziet het als een pré als voor de verduurzamingsmaatregelen een contract met de gemeente wordt aangegaan ("de gemeente is een betrouwbare partner");
- is voor de werkelijke omzetting van de mogelijke verduurzamingsmaatregelen sterk afhankelijk van het aanbod (tot laagdrempelige wijzen van) financiering.



3. INNOVATE

3a. Wat is INNOVATE?

INNOVATE is een Europees project en onderdeel van Horizon2020. Het doel van INNOVATE is om de verduurzaming van de particuliere woningvoorraad te versnellen. Het middel om dit te bereiken is de inrichting van een zogenaamde One Stop Shop, oftewel één loket. Dat loket functioneert als een marktplaats waar vraag en aanbod elkaar ontmoeten en waar dit tot concrete resultaten leidt. INNOVATE is vanuit Heerlen opgestart en op die manier een concreet onderdeel van PALET. Dat is ook de reden van de samenwerking met Parkstad.

3b. Een One-Stop-Shop voor Duurzaamheid / Energietransitie

Om te bepalen hoe de One Stop Shop er voor Parkstad uit moet zien is uitvoerig (markt)onderzoek gedaan. De belangrijkste conclusie is dat de markt voor verduurzaming niet functioneert: vraag en aanbod vinden elkaar niet.

Burgers weten niet goed wat hun behoefte is op het gebied van duurzaamheid noch wat er mogelijk is. De verwarrende klimaatdiscussie zoals die in Nederland gevoerd wordt, versterkt dit probleem. Mensen zien door de bomen het bos niet meer. Het resultaat is dat er maar mondjesmaat wordt verduurzaamd.

Aanbieders weten niet hoe ze hun aanbod moeten vormgeven noch hoe ze de burgers op een constructieve manier kunnen bereiken om dat aanbod onder de aandacht te brengen.

De One Stop Shop is dringend nodig om de impasse te doorbreken en de markt in beweging te brengen. De One Stop Shop moet ervoor zorgen dat er in het maatschappelijk krachtenveld tussen burgers, bedrijven en overheid een open speelveld ontstaat waarbij vraag en aanbod in evenwicht gebracht kunnen worden. We omschrijven dit speelveld als een marktplaats.

3c. Het Arbeidsmarktvraagstuk

Daarnaast is er krapte op de arbeidsmarkt: er is een gebrek aan technisch personeel. Daarnaast geldt dat het huidige technische personeel vooral bekend is met 'oude' technieken die gebaseerd zijn op fossiele brandstoffen.

Het oplossen van deze frictie vraagt om een nauwe samenwerking tussen bedrijfsleven en onderwijs. De overheid kan hier als faciliterende partij optreden met als doel het economisch potentieel dat ontstaat door de energietransitie beter te benutten. Duurzaamheid is dus meer dan een ecologische kwestie, ook economie speelt een belangrijke rol.

3d. Sociaal-maatschappelijk

Er is nog een andere urgentie en die ligt op het sociaal-maatschappelijk vlak. Deze hangt samen met de in verhouding lage huizenprijzen, het percentage sociaal zwakkeren en aanwezige schuldenproblematiek in Parkstad. Dat laatste zorgt ervoor dat reeds bestaande economische ongelijkheid nog eens versterkt wordt: sommige burgers

beschikken wel over de middelen hebben om hun energielasten te verlagen en andere burgers hebben die middelen niet en blijven met steeds hogere energielasten zitten. Deze tendens naar sterkere segregatie is reden om extra aandacht te besteden aan het vraagstuk van de financiering van verduurzaming, en het bereikbaar maken van verduurzaming voor alle burgers.

3e. Doelstellingen

Het inrichten van een One Stop Shop moet gaan zorgen dat de markt open en uitdagend wordt. Hierdoor ontstaat een constructieve balans in het maatschappelijk krachtenveld en realiseren we een duurzame aanpak van onze energie- en klimaatdoelstellingen. Uiteindelijk creëert dit een aantrekkelijkere regio met een sterker economisch, sociaal en ecologisch potentieel.

De doelstellingen van een One Stop Shop zijn:

1. Beschikbaar stellen van één loket voor duurzaamheid in Parkstad;
2. Versnellen van de verduurzaming van de particuliere woningvoorraad in Parkstad;
3. Creëren van een fysieke manifestatie van de aanpak PALET;
4. Tegengaan van 'energiearmoede' (nieuwe segregatie);
5. Creëren van kansen op de arbeidsmarkt voor de nieuwe 'verduurzamers' (installateurs etc.), in samenwerking met het onderwijs;
6. Professionaliseren van de installatiebranche;
7. Ontwikkelen van economisch potentieel voor ondernemers, inclusief MKB;
8. Versterken 'van het groene' imago van Parkstad;
9. Mogelijk uitrollen naar of aansluiten van geheel Zuid-Limburg;
10. Beschikbaar stellen van een expertisecentrum Gasloos.

Ad 1: Eén duidelijke plek en boodschap voor burgers en bedrijven. Op die manier wordt een marktplaats van vraag en aanbod gevormd waardoor de markt in beweging komt en waarin de overheid als facilitator optreedt.

Ad 2: De markt die nu niet functioneert komt in beweging op een duidelijke en doelgerichte manier.

Ad 3: De aanpak PALET krijgt een fysieke locatie en een extra impuls.

Ad 4: Er worden oplossingen voor alle burgers aangeboden door middel van goede service en een diversiteit aan producten en financieringsmogelijkheden. Deze beperken zich niet alleen tot duurzaamheid, maar bieden ook mogelijkheden voor alle aanpassingen aan de woningen die het woongenot vergroten, inclusief levensloopbestendig maken. Meerdere vliegen in één klap.

Ad 5: Er ontstaan kansen op de arbeidsmarkt en het tekort aan technisch personeel wordt duurzaam aangepakt.

Ad 6: Samen met de branche wordt bekeken hoe nieuwe technieken en vraag uit de markt omgezet kunnen worden in aantrekkelijke verdienmodellen.

Ad 7: De branche krijgt een positieve economische impuls en kan een serieuze plek gaan verwerven op de nieuwe duurzaamheidsmarkt. Hiervoor wordt de branche en MKB actief betrokken bij de WoonWijzerWinkel. Dit moet leiden tot een duidelijke vraag en aanbod gebaseerd op een vooraf afgestemd productenboek.

Ad 8: Parkstad kan in Limburg en Nederland voorbeeldstellend zijn met haar groene imago.

Ad 9: Het concept is uit te rollen naar de rest van Limburg, indien gewenst. De locatie in Parkstad wordt in ieder geval DE plek voor Zuid-Limburg voor duurzaamheid.

Ad 10. Hier kunnen alle ontwikkelingen over de energietransitie inzichtelijk gemaakt worden voor burgers en bedrijven.

Daar horen nog de volgende randvoorwaarden bij:

1. De fysieke ruimte en de inrichting van de One Stop Shop (minimaal 1.000m²) moeten een professionele uitstraling hebben en aantrekkelijk zijn voor bezoekers. Installateurs moeten zich hieraan willen verbinden en het moet vertrouwen wekken voor burgers;
2. Het aanbod moet aan de 'voorkant' geregeld worden. Afspraken rondom prijzen en tarieven moeten vooraf bepaald worden (in overleg met deelnemende fabrikanten en installateurs) om burgers de vereiste transparantie te bieden. Deze aanpak is vergelijkbaar met de aanpak van de woningcorporaties, maar ook van de WoonWijzerWinkel Rotterdam;
3. Samen met de branche en onderwijs moet 'nieuw' personeel geworven en bestaand personeel bij- of omgeschoold gaan worden.

3f. Het succesvolle WoonWijzerWinkel-concept in Rotterdam

Vanuit deze doelstellingen en aandachtspunten is er gezocht naar een geschikt concept. Hiervoor zijn twee mogelijkheden. De eerste is zelf ontwikkelen. De tweede is een bestaand concept gebruiken en dat modelleren naar de situatie en behoefte van Parkstad. Zelf ontwikkelen is enorm ingewikkeld, kost veel tijd en er moet veel leergeld betaald worden. De complexiteit zit vooral in het ontwikkelen en realiseren van een winkelconcept inclusief inrichting, dienstverlening en deelnemende fabrikanten en installateurs, het ontwikkelen van marketing en communicatie, het inrichten en onderhouden van een zogenaamd klantvolgsysteem (CRM - Customer Relationship Management), en het creëren en uitnutten van schaalgrootte.

Onderzoek in Nederland heeft uitgewezen dat het beste voorbeeld van een One Stop Shop die significante resultaten boekt de WoonWijzerWinkel in Rotterdam is. Dit is de enige One-Stop-Shop die in Nederland op een grote schaal opereert. Om hier een goed beeld van te krijgen hebben er diverse werkbezoeken plaatsgevonden van bestuurders en ambtenaren uit Parkstad, om te bekijken of dit concept ook geschikt is voor Parkstad.



4. WoonWijzerWinkel Rotterdam

Als onafhankelijke en betrouwbare kennispartner werkt de WoonWijzerWinkel in Rotterdam al ruim acht jaar samen met vijftientig gemeenten en bedrijven uit de regio's Rijnmond en Haaglanden met een gezamenlijke woningvoorraad van 380.000 grondgebonden koopwoningen. Vandaag de dag is de WoonWijzerWinkel het officiële energieloket voor de gemeenten Albrandswaard, Barendrecht, Brielle, Capelle aan den IJssel, Delft, Den Haag, Goeree-Overflakkee, Gouda, Hellevoetsluis, Krimpen aan den IJssel, Lansingerland, Leidschendam-Voorburg, Maassluis, Midden-Delfland, Nissewaard, Pijnacker-Nootdorp, Ridderkerk, Rijswijk, Rotterdam, Schiedam, Vlaardingen, Wassenaar, Westland en Westvoorne.

De ervaring van de WoonWijzerWinkel toont aan dat het verleiden van de consument tot de hoogste conversie leidt indien dit op drie niveaus van interactie geschiedt: middels een fysieke winkel, door aanwezigheid in de wijken en digitaal. De WoonWijzerWinkel beschikt over een "flagshipstore" in Rotterdam met 2.500 m² aan expositieruimte. Dit grootste duurzaamheidscentrum van Nederland heeft nagenoeg alle denkbare duurzame oplossingen onder één dak. Daarnaast wordt in de aangesloten gemeenten regelmatig gebruikt gemaakt van "pop-up stores".

Het hebben van (een) winkel(s) betekent niet dat het een kwestie is van de voordeur opendoen en afwachten wie er binnenkomt. Een evangelie verkondigen doe je aan de deur. De WoonWijzerWinkel is dan ook zeer actief, in de aangesloten gemeenten, met het "bewerken" van de wijken en heeft daar een scala aan middelen voor ter beschikking zoals een mobiele WoonWijzerWagen, flyers, brochures, productbladen en formats voor wijk- en deur-tot-deuracties. Daarnaast beschikt de WoonWijzerWinkel over een goed werkende website met gemeentepagina's.

De WoonWijzerWinkel stimuleert particuliere woningeigenaren om energie te besparen, duurzame energie op te wekken, duurzame materialen te gebruiken, wooncomfort te optimaliseren en de levensloopbestendigheid van woningen te vergroten. Burgers worden objectief geadviseerd en ontzorgd. De WoonWijzerWinkel zorgt voor een kwaliteitsaanbod in de winkel en heeft veel ervaring opgedaan met het oplijnen van het aanbod van meer dan 200 aangesloten installateurs en ruim 250 aangesloten fabrikanten. Door bundeling is opschaling mogelijk waarmee collectiviteit en inkoopvoordeel kan worden behaald. Met behulp van de diepgaande inhoudelijke kennis, het grote netwerk en een pakket aan marketing- en communicatiemiddelen worden hoge conversies gerealiseerd.

1. De WoonWijzerWinkel geeft de particuliere woningeigenaren garanties op betrouwbare leveranciers, kwalitatieve offertes en correcte uitvoering van werkzaamheden. Zij zorgt voor de coördinatie van de uitvoering, de financiële afhandeling incl. subsidies, de opleveringscontrole, afhandeling van eventuele klachten, en voert tevredenheidsenquête's uit.
2. De WoonWijzerWinkel is een leadgenerator voor lokale bedrijven en helpt bij de ontwikkeling en toepassing van succesvolle product/marktcombinaties. De

WoonWijzerWinkel vormt allianties met landelijke aanbieders alsook het lokale MKB waarmee een passend aanbod zal worden ontwikkeld. Hierdoor ontstaan samenwerkingsverbanden tussen aannemer, installateurs en producenten. Iedere nieuwe deelnemer kan aanhaken op het aanbod dat WoonWijzerWinkel richting de klant doet mits zij voldoet aan het WoonWijzerWinkel certificeringssysteem dat garandeert dat aangesloten bedrijven producten en diensten leveren van een goede kwaliteit (incl. garanties). De WoonWijzerWinkel zorgt voor heldere communicatie in het proces van oriëntatie, offerte, opdracht, uitvoering en nazorg, en zorgt daarmee voor een vlotte en probleemloze samenwerking tussen klant en bedrijf.

3. De WoonWijzerWinkel verhoogt de conversie door het versterken van het klantreisconcept en proactief gebruik van het klantvolgsysteem. De WoonWijzerWinkel heeft een volledig operationele backoffice met callcenter waar middels het klantvolgsysteem wordt gewerkt met koppelingen voor agendabeheer, gerichte marketingacties, offertetrajecten, leverancierssystemen, etc.

De WoonWijzerWinkel Rotterdam biedt Parkstad Limburg in het kader van de samenwerking voor de WoonWijzerWinkel in de regio Parkstad een Basispakket en een optioneel Pluspakket aan:

BASISPAKKET:

- Gebruik van de handelsnaam "WoonWijzerWinkel";
- Gebruik van het merk "WoonWijzerWinkel" incl. uithangbord, logo en reclame;
- Gebruik van het ontwerp voor de inrichting van de fysieke WoonWijzerWinkel;
- Gebruik van de WoonWijzerWinkel flagstore in Rotterdam;
- Gebruik van de backoffice (Rotterdam) als overflow/backup voor de lokale backoffice;
- Gebruik van het klantvolgsysteem;
- Gebruik van algemene marketingcommunicatiematerialen;
- Inrichting en beheer van de gemeentepagina op de WoonWijzerWinkel website;
- Toegang tot aannemers die voldoen aan gestelde kwaliteitseisen;
- Toegang tot installateurs die voldoen aan gestelde kwaliteitseisen;
- Toegang tot fabrikanten die voldoen aan gestelde kwaliteitseisen;
- Toegang tot inkoopkanalen, assortimentsbepaling, prijsafspraken en inkoopacties;

PLUSPAKKET:

- Ondersteuning bij (het organiseren van) bewonersbijeenkomsten;
- Ondersteuning bij (het organiseren van) wijkacties, huis-aan-huis-acties;
- Inzet van de WoonWijzerWagen;
- Ondersteuning bij (het organiseren van) warmtescans;
- Meedoen met gerichte inkoopacties;
- Maatwerk support t.a.v. marketingcommunicatie.



5. Vergelijk regio's Rotterdam en Parkstad

5a. Woningvoorraad Parkstad

Om de ambitie voor de WoonWijzerWinkel in de regio Parkstad te formuleren is het van belang om de uitgangspunten duidelijk te benoemen.

De woningvoorraad is een belangrijk startpunt. In onderstaande tabel wordt de totale voorraad woningen binnen Parkstad getoond en is het aantal particuliere woningen naar woningtype ingedeeld in particuliere woningen gebouwd voor 1992 en particuliere woningen gebouwd na 1992 (zie de toelichting hierna). De gegevens in onderstaande tabel zijn ontleend aan de PALET 2.0 rapporten en aangevuld met de recente gegevens van de fusiegemeente Beekdaalen.

Verdeling woningvoorraad							
	Particulier bouwjaar voor 1992	% van totale woningvoorraad	Particulier bouwjaar vanaf 1992	Particulier totaal	Corporaties	Totaal	%
Flat/appartement	10.316	28%	1.820	12.137	24.563	36.700	29%
2-onder-1 kap woning	19.917	79%	3.515	23.432	1.885	25.317	20%
Rijwoning	33.063	64%	5.835	38.897	12.861	51.758	41%
Vrijstaande woning	11.750	84%	2.073	13.823	195	14.018	11%
Totaal	75.045	59%	13.243	88.289	39.504	127.793	100%

De WoonWijzerWinkel richt zich op de particuliere markt bestaande uit particuliere woningen die voor eigen bewoning worden gebruikt als ook particuliere woningen die worden verhuurd. De woningen in eigendom van woningcorporaties worden niet tot de doelgroep van de WoonWijzerWinkel gerekend. Dit resulteert in een doelgroep van ca. 88.000 particuliere woningen van de in totaal ca. 128.000 woningen in Parkstad (= 69%).

Uitgangspunt in de PALET rapporten en de daarin geformuleerde doelstellingen is het verduurzamen van de woningvoorraad door middel van thermische schilisolatie. Doordat woningen gebouwd na 1992 qua schilisolatie in ruime mate aan de isolatie-eisen voldoen, is de primaire doelgroep voor deze thermische schilisolatie vooralsnog beperkt tot particuliere woningen gebouwd voor 1992. Dit betreft ca. 75.000 woningen oftewel 59% van de totale woningvoorraad in Parkstad. Dit aantal woningen wordt de "doelwoningvoorraad" van de WoonWijzerWinkel genoemd en wordt in paragraaf 6 gehanteerd bij de conversieberekeningen.

5b. Vergelijk demografie en woningvoorraad regio's Rotterdam en Parkstad

Om een objectieve inschatting te kunnen maken wat de WoonWijzerWinkel in Parkstad zou kunnen betekenen voor de verduurzaming van de particuliere woningvoorraad, wordt gekeken naar de ervaringscijfers in de regio Rotterdam. Deze ervaringscijfers omvatten het aantal bereikte particuliere huishoudens, het aantal offerteaanvragen dat daaruit voortkomt en vervolgens het aantal offertes dat daadwerkelijk (direct en indirect) verzilverd wordt (= conversie). Hoe hoger deze conversie naar daadwerkelijke uitvoering van verduurzamingsmaatregelen, des te groter is de bijdrage van de WoonWijzerWinkel aan de verduurzamingsopgave i.c. de PALET-doelstellingen.

De ervaring in de regio Rotterdam leert dat in tien jaar tijd alle particuliere woningeigenaren bereikt kunnen worden (100%). Uit dit bereik komt in de helft van de gevallen een offerteaanvraag voort (50%). De helft van deze offerteaanvragers gaat ook daadwerkelijk over tot uitvoering van de verduurzamingsmaatregelen (50%): een kwart van de offerteaanvragers doet dit via de WoonWijzerWinkel, het andere kwart doet dit indirect oftewel buiten de WoonWijzerWinkel om.

Deze ervaringscijfers hebben betrekking op het gehele verzorgingsgebied van de WoonWijzerWinkel Rotterdam. Dit is een omgeving die wezenlijk verschilt van de situatie die wij hier in Parkstad kennen. Met 25 aangesloten Zuid-Hollandse gemeenten en meer dan 2 miljoen inwoners is dit verzorgingsgebied qua schaalgrootte significant afwijkend van Parkstad. Daarnaast zijn er ook demografische en economische verschillen en kent het een andere samenstelling van de woningvoorraad. Daarom is ervoor gekozen om in het werkgebied van de WoonWijzerWinkel Rotterdam, een aantal gemeenten te selecteren die de situatie in Parkstad zo dicht mogelijk benaderen. Hierdoor ontstaat een referentiekader dat beter past bij de praktijk van Parkstad en zijn de Parkstadgemeenten beter in staat om een ambitieniveau/doelstelling voor de WoonWijzerWinkel in de regio Parkstad te formuleren.

De hierna opgenomen ervaringscijfers zijn aangereikt door de WoonWijzerWinkel Rotterdam en nader onderzocht en geanalyseerd om tot aannemelijke uitgangspunten te komen. Voor de vergelijking zijn de volgende parameters gehanteerd:

- Demografische parameters
 - o Inwoners
 - o Leeftijdsopbouw
 - o Inkomen
- Woningvoorraad parameters
 - o Woningvoorraad
 - o Particulier bezit
 - o Bouwjaar
 - o Gemiddelde oppervlakte
 - o WOZ-waarde

In onderstaande tabel zijn deze parameters gekwantificeerd met een drietal gemeenten in het werkgebied van de WoonWijzerWinkel Rotterdam: Nissewaard, Schiedam en Vlaardingen (NSV). Deze tabel indiceert dat deze referentiegemeenten zowel in demografische zin als in woningvoorraad in grote mate overeenkomen met de Parkstad-regio.

	Parkstad	NSV*
Demografie		
Inwoners	244.447	234.550
Leeftijd 25 - 65 jaar	53%	54%
Leeftijd > 65 jaar	24%	19%
Inkomen **	€ 36,9K	€ 38,6K
Woningvoorraad		
Woningvoorraad	123.875	111.405
Percentage particulier	55%	50%
Bouwjaar 1945-2000	74%	74%
Oppervlakte in M²	155	120
WOZ-Waarde	€ 151K	€ 166K

* Staat voor de gemeenten: Nissewaard, Schiedam en Vlaardingen

** Het betreft hier het gemiddeld inkomen uit arbeid

Vanuit de WoonWijzerWinkel Rotterdam is per gemeente het conversiepercentage aangegeven en het jaar waarin de gemeente het concept heeft uitgerold. In onderstaande tabel wordt dit weergegeven.

	Vlaardingen	Schiedam	Nissewaard
Parameters			
Jaar van uitrol	2015	2016	2017
Penetratie percentage*	51%	32%	30%
Conversie percentage*	26%	16%	15%
Betrokkenheid gemeente	 		
Effect op conversieperc.	Positief	Negatief	Positief

* Het Penetratie percentage is hier het percentage aangevraagde offertes van de totaal aantal bereikte woningeigenaren.

* Het Conversie percentage is het aantal werkelijk geconverteerde woningen uitgedrukt in een percentage van de doelgroep woningen.

Het succes in Vlaardingen, zo stelt de WoonWijzerWinkel Rotterdam, is in grote mate gelegen in het feit dat de gemeente zeer actief is. Actief houdt daarbij niet per definitie in dat er veel gemeentelijk budget is gereserveerd, maar wel dat de gemeente slim gebruik maakt van de content, nieuwsbrieven, persberichten, acties en opties die de WoonWijzerWinkel aanbiedt. Ook de aanhaking op en samenwerking met burgerinitiatieven zoals energiecoöperaties of bewonersverenigingen zijn in Vlaardingen onderdelen van het succes.

Alhoewel Vlaardingen reeds in 2015 van start is gegaan, behaalde deze gemeente in 2017 al een conversiepercentage van 51%. Kijkend naar Schiedam die een jaar later startte blijft het conversiepercentage op 32% steken, waarbij weinig "support" door de gemeente

wordt gegeven aan de WoonWijzerWinkel. De laatste gemeente, Nissewaard, is in 2017 begonnen met de uitrol van dit concept.

Wat dus naar voren komt uit de ervaring van de WoonWijzerWinkel Rotterdam, is dat de wijze en intensiteit van betrokkenheid van met name de gemeenten van invloed is op het succes van het WoonWijzerWinkel concept.

5c. Conclusies

Op basis van bovenstaande parameters en uitgangspunten kan worden geconcludeerd dat de referentiegemeenten duidelijke overeenkomsten met Parkstad vertonen. De ervaringscijfers uit de regio Rotterdam en specifiek uit de referentiegemeenten NSV vormen daarmee een goede grondslag voor het projecteren van verwachtingen ten aanzien van de WoonWijzerWinkel in de regio Parkstad. Bovendien kunnen de ervaringscijfers uit de regio Rotterdam overtroffen worden door inspanning, ambitie en momentum. Het succes van het concept WoonWijzerWinkel staat of valt in grote mate met een actieve betrokkenheid en inzet van de gemeenten.

6. Exploitatie WoonWijzerWinkel

Op basis van de vergelijking tussen Parkstad en de referentiegemeenten in de regio Rotterdam in paragraaf 5, is het mogelijk om een onderbouwde ambitie te formuleren voor de WoonWijzerWinkel in de regio Parkstad. Met andere woorden: wat is het beoogde resultaat na een periode van 10 jaar? Hierna is een tabel weergegeven waarbij diverse scenario's zijn uitgewerkt, variërend van een conversiepercentage van 0% van de doelwoningvoorraad tot 25% van diezelfde doelwoningvoorraad.

De ambitie luidt: **“Via de WoonWijzerWinkel zullen in 10 jaar tijd ten minste 15.000 woningen (conversiepercentage van 20%) worden verduurzaamd.”**

GECUMULEERDE AANTALLEN EN BEDRAGEN OVER PERIODE VAN 10 JAAR					
Conversie % (in % van doelwoningvoorraad 75.000)	Aantal woningen	Energiebesparing in TJ (zie toelichting)	Energiebesparing in €1.000,- (zie toelichting)	Economische omzet in €1.000,-	Werkgelegenheid in FTE (zie toelichting)
0	-	-	-	-	-
5	3.750	350	6.900	26.000	200
10	7.500	700	13.800	52.000	400
15	11.250	1.050	20.700	78.000	625
20	15.000	1.400	27.600	104.000	825
25	18.750	1.750	34.500	131.000	1.050

Hierna volgt een leeswijzer voor de interpretatie van bovenstaande tabel.

Conversie % (in % van doelwoningvoorraad 75.000)

In de tabel is een range van 0% tot 25% opgenomen. Het gaat hier om de geconverteerde huizen uitgedrukt in een % van de doelwoningvoorraad.

Energiebesparing in TJ en Energiebesparing in € 1.000,-

Het gaat hier om de gerealiseerde energiebesparing in Terajoule (TJ; conform PALET-methodiek), gecumuleerd over een periode van 10 jaar. Indien na 10 jaar geen enkele woning meer zou worden geconverteerd, dan zullen de reeds geconverteerde woningen een blijvende bijdrage leveren aan energiebesparing, zowel in energiewaarde als in geldelijke waarde. Onderstaande tabel geeft, ter nadere toelichting op dit punt, aan welke waarden blijvend worden bespaard vanaf het 11^e jaar.

Conversie % (in % van doelwoningvoorraad 75.000)	Aantal woningen	Jaarlijkse energiebesparing in TJ vanaf jaar 11	Jaarlijkse energiebesparing in €1.000,- vanaf jaar 11
0	-	-	-
5	3.750	86	1.675
10	7.500	172	3.350
15	11.250	258	5.000
20	15.000	344	6.700
25	18.750	430	8.350

Economische omzet in € 1.000,-

Het converteren van woningen levert economische omzet in de regio Parkstad op. Op basis van het woningtype en uitgaande van schilisolatie als primaire verduurzamingsmaatregel, levert dit over 10 jaar gemeten een omzet in de regionale/lokale economie op die varieert van € 26 miljoen bij een conversie van 5% (3.750 woningen) tot een slordige € 130 miljoen bij een conversie van 25% (18.750 woningen).

Werkgelegenheid in FTE

Als particuliere woningeigenaren besluiten om hun woning te verduurzamen, levert dit (zie hiervoor) opdrachten op voor het regionale/lokale bedrijfsleven: het werk moet immers uitgevoerd worden. Het berekenen van het mogelijke effect op de werkgelegenheid door realisatie van de WoonWijzerWinkel, is geen gemakkelijke opgave. Het genoemde aantal FTE's in de tabel is dan ook niet meer dan een indicatie op basis van een aantal uitgangspunten, die hierna zijn opgesomd.

De economische omzet bestaat uit twee delen; materiaalkosten en arbeidskosten. In de berekening is ervan uitgegaan dat het arbeidsquotum 60% van de totale economische omzet is. Het uurtarief is op € 40,- excl. BTW gesteld en het aantal werkbare uren op jaarbasis op 47 fulltime weken (opmerking: in de praktijk zal dit lager liggen, namelijk rond de 43,5 weken). Daaruit volgt het aantal FTE over een periode van 10 jaar. In het rekenvoorbeeld behoort bij een conversie van 25% (= 18.750 woningen) een werkgelegenheid van ongeveer 1.050 FTE, dat is dus gemiddeld een werkgelegenheid van 100 FTE per jaar binnen de regio. Dat betekent nieuwe kansen voor mensen die nu aan de kant staan, maar ook kansen voor mensen die nu al in die branche werkzaam zijn (bv. omscholing). Om dit allemaal in goede banen te leiden is een centrale aanpak nodig in samenwerking met het WerkgeverServicePunt.

De werkzaamheden zijn bouw gerelateerd en hebben veelal een technisch karakter. De vraag naar technisch personeel is groot en dit creëert de noodzaak om dit centraal en structureel op te pakken. De inschatting is dat op dit moment slechts 60% van het aanwezige werk, de vraag naar het verrichten van werkzaamheden, uitgevoerd kan worden. Het geld dat verdiend kan worden door de markt (qua omzet) en door de beroepsbevolking (qua loon), wordt dus niet verdiend omdat er sprake is van een tekort aan gekwalificeerd personeel. Dat vraagt ook een nauwe samenwerking met het onderwijs om op maatwerk gebaseerde opleidingen te ontwikkelen of om leer/werktrajecten op te zetten. Een aansprekend voorbeeld hiervan binnen Parkstad is installatiebedrijf Ploem in Kerkrade.

De branche en het MKB dienen in een zo vroeg mogelijk stadium te worden aangehaakt bij de realisatie van de WWWP. Niet alleen voor het verwezenlijken van het arbeidspotentieel, maar ook om vooraf afspraken te maken die resulteren in een productenboek.

Daarnaast zijn er financieringsarrangementen nodig voor burgers, al naar gelang de eigen draagkracht waardoor verduurzaming van de woning aantrekkelijk en werkelijk

realiseerbaar wordt voor alle burgers; zie ook het Zonnepanelenproject Parkstad (90% van alle deelnemers participeert via een lening met de eigen gemeente). In samenspraak met banken en hypotheekadviseurs (en evt. andere ketenpartners) zal de WoonWijzerWinkel deze financieringsarrangementen ontwikkelen. Hierbij volgen we de landelijke ontwikkelingen en werken we nauw samen met de WoonWijzerWinkel uit Rotterdam en onze INNOVATE partners.

Exploitatie WoonWijzerWinkel in € 1.000,-

Om de doelstellingen van verduurzaming binnen onze regio te bewerkstelligen is voor het beproefde concept van de WoonWijzerWinkel gekozen. In de realisatie van dit concept in Parkstad zal moeten worden geïnvesteerd om onze ambitieuze doelstellingen zowel professioneel als succesvol te kunnen realiseren. Indien we in 10 jaar ongeveer een minimaal conversieaantal van 15.000 (= conversiepercentage 20%) woningen kunnen behalen, voorziet de prognose in een situatie waarin de WoonWijzerWinkel financieel break-even draait. Indien het conversieaantal wordt overtroffen dan kan er een situatie ontstaan waarin sprake is van een cumulatief batig saldo van ongeveer € 1 miljoen bij 18.750 (= conversiepercentage 25%) geconverteerde woningen.

In onderstaande tabel wordt per jaar en per conversiepercentage aangegeven wat de schatting is van het exploitatiesaldo van de WoonWijzerWinkel.

		Exploitatiesaldo in €1.000,-					
Jaar		Conversie 0%	Conversie 5%	Conversie 10%	Conversie 15%	Conversie 20%	Conversie 25%
1	€	-402	€ -395	€ -388	€ -381	€ -375	€ -446
2	€	-315	€ -290	€ -265	€ -307	€ -282	€ -325
3	€	-304	€ -246	€ -255	€ -197	€ -207	€ -217
4	€	-319	€ -217	€ -183	€ -149	€ -114	€ -79
5	€	-427	€ -277	€ -195	€ -113	€ -98	€ -17
6	€	-309	€ -101	€ 40	€ 111	€ 252	€ 392
7	€	-308	€ -95	€ 50	€ 128	€ 272	€ 416
8	€	-308	€ -94	€ -15	€ 131	€ 278	€ 425
9	€	-288	€ -71	€ 9	€ 158	€ 305	€ 454
10	€	-277	€ -59	€ 23	€ 172	€ 323	€ 473
Cumulatief		-3.257	-1.845	-1.179	-447	354	1.076

Indien we in 10 jaar ongeveer het conversieaantal van 15.000 (= 20% conversie) behalen zal de WoonWijzerWinkel de eerste vijf jaar een liquiditeitsbehoefte hebben van ongeveer € 1,1 miljoen. Indien we de liquiditeitsbehoefte van de WoonWijzerWinkel over de gemeenten verdelen op basis van de particuliere woningvoorraad, geeft onderstaande tabel de bijdrage per gemeente weer (verdeelsleutel).

Conversie 20%		Bijdrage per jaar in €1.000,-						
Gemeente		Beekdaelen	Brunssum	Heerlen	Kerkrade	Landgraaf	Simpelveld	Voerendaal
Woningen		13.873	10.138	27.998	15.687	12.458	3.754	4.381
Jaar								
1	€	59	€ 43	€ 119	€ 67	€ 53	€ 16	€ 19
2	€	44	€ 32	€ 89	€ 50	€ 40	€ 12	€ 14
3	€	33	€ 24	€ 66	€ 37	€ 29	€ 9	€ 10
4	€	18	€ 13	€ 36	€ 20	€ 16	€ 5	€ 6
5	€	15	€ 11	€ 31	€ 17	€ 14	€ 4	€ 5
Cumulatief		169	123	341	191	152	46	54
								1.076

De colleges van b&w van de Parkstad-gemeenten hebben in gezamenlijkheid, via de Bestuurscommissie Ruimte incl. Duurzaamheid van de Stadsregio Parkstad, besloten om de financiële reservering per gemeente te baseren op een conversie van 10% (in casu 7.500 woningen die via de WoonWijzerWinkel worden verduurzaamd en derhalve een voorzichtiger scenario). **De benodigde financiële reservering per gemeente is dan ook gebaseerd op een conversie van 10%, zie de tabel hierna.**

Conversie 10%	Bijdrage per jaar in € 1.000,-							
Gemeente	Beekdaelen	Brunssum	Heerlen	Kerkrade	Landgraaf	Simpelveld	Voerendaal	Totaal
Woningen	13.873	10.138	27.998	15.687	12.458	3.754	4.381	88.289
Jaar								
1	€ 61	€ 45	€ 123	€ 69	€ 55	€ 16	€ 19	€ 388
2	€ 42	€ 30	€ 84	€ 47	€ 37	€ 11	€ 13	€ 265
3	€ 40	€ 29	€ 81	€ 45	€ 36	€ 11	€ 13	€ 255
4	€ 29	€ 21	€ 58	€ 33	€ 26	€ 8	€ 9	€ 183
5	€ 31	€ 22	€ 62	€ 35	€ 28	€ 8	€ 10	€ 195
Cumulatief	203	147	408	229	182	54	64	1.286

7. Rechtsvorm, Governance & Stuurgroep

7a. Rechtsvorm

WoonWijzerWinkel is het concept van, en is de handelsnaam van, de stichting Marktplaats Duurzaam Bouwen uit Rotterdam. Voor de WoonWijzerWinkel in de regio Parkstad zal een B.V. worden opgericht als rechtsvorm. De deelnemende gemeenten verwerven bij aanvang aandelen (zie hierna) en worden als dusdanig aandeelhouders van deze B.V.

In een dergelijke aandeelhoudersstructuur is er sprake van een heldere "verdeling" van zeggenschap (naar rato van inleg), uitdeling van eventuele winst (idem). Bij een wijziging van aandeelhouders (door een eventuele in- of uitstap) is er helderheid inzake de overdraagbaarheid van aandelen. Bij eventuele geschillen kan teruggevallen worden op bestaande wet- en regelgeving (geschillenregeling voor vennootschappen).

De gemeenten verwerven in totaliteit voor € 20.000 aandelenkapitaal, volgens dezelfde verdeelsleutel als in paragraaf 6 (te weten op basis van de verdeling van de actuele particuliere woningvoorraad) mate waarin de deelnemende gemeenten aandelen verwerven van de B.V. blijkt uit de verdeelsleutel (paragraaf 6).

- Gemeente Beekdaelen	€ 3.155,-
- Gemeente Brunssum	€ 2.284,-
- Gemeente Heerlen	€ 6.340,-
- Gemeente Kerkrade	€ 3.559,-
- Gemeente Landgraaf	€ 2.828,-
- Gemeente Simpelveld	€ 839,-
- Gemeente Voerendaal	€ 995,-
Totaal	€ 20.000,-

7b. Governance

De governance bestaat uit een Algemene vergadering van Aandeelhouders (AvA), een directeur en organisatie. De AvA bestaat uit een bestuurlijke vertegenwoordiging van de deelnemende Parkstad Limburg-gemeenten; dit betreft in casu de portefeuillehouders energie/duurzaamheid van de Parkstad-gemeenten. Deze aandeelhouders leggen intern bij de gemeenten verantwoording af aan het college van B&W en de gemeenteraad. De AvA (1) accordeert (of verwerpt) jaarplannen, meerjarenbegroting, jaarrekeningen en programmavoorstellen, en (2) benoemt en ontslaat de directie. De AvA zal géén uitvoerende bewindsvoering plegen en beoordeelt het programma als totaal.

De directeur is verantwoordelijk voor de uitvoering en dagelijkse aansturing van de WoonWijzerWinkel organisatie. De organisatie, aangestuurd door de directeur, is belast met de uitvoering van de dagelijkse werkzaamheden binnen de WoonWijzerWinkel, o.a. t.a.v. advisering en communicatie, wijkacties en contacten met fabrikanten en installateurs.

7c. Stuurgroep: projectsturing t.b.v. voorbereiding en secretariaat

Om de voorbereidingen te treffen tot realisatie van de WoonWijzerWinkel (dus tot het moment van oprichting van de B.V.), en om tijdens de uitvoering te kunnen bijsturen, wordt er een Stuurgroep ingericht. De Stuurgroep WoonWijzerWinkel bestaat uit de regionale portefeuillehouder PALET (namens de Bestuurscommissie Ruimte incl. Duurzaamheid van de Stadsregio Parkstad; thans tevens wethouder duurzaamheid in de gemeente Landgraaf), de wethouder INNOVATE en tevens wethouder duurzaamheid in de gemeente Heerlen en de wethouder duurzaamheid in de gemeente Voerendaal. De Stuurgroep wordt ambtelijk bijgestaan door de Stadsregio Parkstad, de gemeente Heerlen, de PALET-Broedkamer en de WoonWijzerWinkel Rotterdam. De Stadsregio Parkstad fungeert als secretaris van de AvA.

8. Dashboard

Stuurinformatie voor het besturen van de WoonWijzerWinkel wordt bepaald in afstemming met de reeds beschikbare meetinstrumenten en criteria zoals nu gebruikt door de WoonWijzerWinkel Rotterdam:

- aantal klanten in de winkel, telefonisch en digitaal;
- aantal offertes gedifferentieerd naar kosten en kostensoort;
- aantal gerealiseerde opdrachten, gedifferentieerd naar soort service;
- aantal 'doe-het-zelvers';
- aantal + soorten aangesloten (MKB) bedrijven + indicatie van kwaliteit;
- aantal aangesloten fabrikanten;
- aantal informatiebijeenkomsten voor burgers;
- aantal bijeenkomsten door stakeholders;
- klanttevredenheid;
- aantal financieringsarrangementen.

Per twee jaar wordt een kwantitatieve en kwalitatieve evaluatie van de WoonWijzerWinkel uitgevoerd.

9. Locatie

Voor de locatiekeuze van de WoonWijzerWinkel is een aantal factoren van belang.

1. Op de beoogde locatie moet een pand beschikbaar of te realiseren zijn dat voldoet aan de eisen om de winkel naar Rotterdamse standaard in te richten. Hierbij is aandacht voor de winkelbeleving, het uitstallen van producten en de routing van de klant door het pand. Het pand moet een professionele uitstraling hebben die imponeert bij binnenkomst.
2. Het pand moet aansluiten bij de wensen qua omvang en doorgroeimogelijkheden. In de opstartfase is een omvang van 1.000 m² beoogd, met bij voorkeur mogelijkheid tot uitbreiding in hetzelfde pand tot 2.500 m². Ook de huurprijs per m² moet binnen het financiële kader passen.
3. Een goede bereikbaarheid vanuit de regio. Een centrale ligging in Parkstad helpt daarbij. Mocht er ter zijne tijd aantrekkingskracht op heel Zuid-Limburg zijn, dan moet er ook met de bereikbaarheid vanuit de regio buiten Parkstad rekening gehouden worden. Faciliteiten zoals parkeerplaatsen moeten op orde zijn.
4. Het heeft de voorkeur als de WoonWijzerWinkel en bedrijven/organisaties in de directe omgeving elkaar versterken. Dit heeft enerzijds te maken met de 'traffic' die het gebied genereert. Hoe meer voorbijgangers, des te meer naamsbekendheid en spontaan bezoek van passanten. Onderzoek in Europa heeft aangetoond dat je de meeste klanten bereikt door mond-op-mond reclame en door 'traffic', oftewel je loopt er toevallig tegenaan. Anderzijds heeft het te maken met het type bezoekers die samen deze traffic vormen. Als woningeigenaren een bezoek willen brengen aan de WoonWijzerWinkel is de mindset gericht op de verduurzaming van de eigen woning. Samenvattend is de woningeigenaar bezig met de eigen woning en is de mindset dus 'wonen'. Even zo goed als een woningeigenaar in de markt op zoek gaat naar een nieuwe keuken, badkamer, vloer of meubels. Ook dan is de mindset 'wonen'. Een omgeving die goed past bij de WoonWijzerWinkel is dus een gebied waar al activiteiten ontplooid worden op het gebied van wonen of duurzaamheid.

De locatie in Parkstad die het best aansluit op voornoemde factoren, is de Woonboulevard in Heerlen. Dit is met ca. 120.000 m² aan woonwinkels en een jaarlijks bezoekersaantal van ca. 4,5 miljoen de grootste woonboulevard van Europa en daarmee dé plek in de Euregio waar inwoners die "iets van plan zijn met hun woning" naar toe komen. Een vestiging op de Woonboulevard is nodig om meteen een serieus en stevig statement te maken naar burgers en bedrijven. Dit helpt met het winnen van het vertrouwen van de klant en draagt positief bij aan een goede start c.q. take-off van de WoonWijzerWinkel. De inschatting is dat de branche zich wil verbinden aan een serieuze winkel met een serieus formaat.

Dat betekent ook dat er voldoende fysieke ruimte is voor informatiebijeenkomsten, workshops etc. Buiten dat is er de optie om, indien daar behoefte aan is, kleine en tijdelijke pop-up stores in wijken te realiseren, of met een 'energie-bus' de wijken in te gaan.

10. Marketing & Communicatie

De Parkstad-gemeenten vervullen een belangrijke rol bij de communicatie over de WoonWijzerWinkel. De gemeenten brengen de WoonWijzerWinkel onder de aandacht via de reguliere communicatiekanalen (o.a. social media, gemeente-website, via bestaande buurtplatforms); aanvullend maatwerk per gemeente is mogelijk. Op gemeentelijk niveau zullen marketing- en communicatieactiviteiten aangepast worden aan de lokale behoeften en bestaande instrumenten. Naast de publicatie van flyers, brochures en advertenties in lokale gemeentebladen (wederom gebruik makend van de voorbeelden die de WoonWijzerWinkel Rotterdam hanteert) is hierbij o.a. te denken aan activiteiten in wijken en buurten als deur-tot-deur acties en de inzet van de zgn. WoonWijzerWagen, een mobiele showroom bedoeld om mensen op locatie te informeren en inspireren. De rol van de gemeenten in de communicatie over de WoonWijzerWinkel is, zo blijkt uit paragraaf 5, zeer belangrijk in het bereiken van de conversie en daarmee het behalen van de projectdoelstelling.

11. Risico's

Wat doen we als:

1. Er geen of te weinig klanten zijn?

Actie: opschroeven/bijstellen van wijkacties op basis van de lokale situatie

Actie: zichtbaarder zijn in media. Aanhaking zoeken bij andere instituten of initiatieven.

Actie: samen met de Woonboulevard en bedrijven acties (cross-selling) ontwikkelen.

2. De financieringsmogelijkheden voor burgers niet afdoende zijn?

Actie: ontwikkelen van financieringsmodellen.

Actie: samenwerking met SVn intensiveren

Actie: samenwerking met hypotheekverstrekkers en -adviseurs intensiveren o.b.v. de WoonWijzerScan (zie bijlage)

Deze acties zijn uitgevoerd op het moment dat de winkel operationeel zijn

3. Er concurrenten zijn?

Actie: verzorgingsgebied definiëren. Proactief afstemming zoeken met Provincie/ESZL dat de WoonWijzerWinkel het gebied Zuid-Limburg bedient.

4. Er onvoldoende technisch personeel is om te verduurzamen?

Actie: Stimuleren van de branche via Provincie, bv. LoopbaanAdviesCentrum om zittend personeel bij te scholen. Vergroten instroom in de branche via doorlopende leerlijnen, meer praktijkgerichte opleidingen, grensoverschrijdende arbeidskrachten. Mogelijk maken om binnen de WoonWijzerWinkel het vak te leren; eigen praktijkschool.

Bijlage: Woon Wijzer Scan

concept



De aankoop van een woning is een grote stap. Laat u goed informeren, zodat u geen geld laat liggen! Wist u dat u met het verduurzamen van uw woning niet alleen klaar bent voor de toekomst, maar dat u ook maandelijks geld bespaart én van een hoger wooncomfort geniet?



WoonWijzerWinkel
www.woonwijzerwinkel.nl
info@woonwijzerwinkel.nl
010 4740147

Directiekade 2
3089 JA Rotterdam

Uw regionale Energieloket
Alle oplossingen onder 1 dak!

WoonWijzerScan

Naam: dhr. en mevr. De Vries
Adres: Van Heutzpark 22,
Plaats: Vlaardingen
Type: vrijstaande woning
Bouwjaar: 1955
Energie label: G



Bespaaradvies naar label A	Investering (eenmalig)	Besparing per jaar
 Vloerisolatie Voldoende hoogte in de kruipruimte om de houten vloer te isoleren.	€ 2.000	€ 210
 Spouwisolatie Deze woning is al voorzien van spouwisolatie.	€ -	€ -
 Isolatieglas Alle ramen van deze woning zijn al voorzien van dubbelglas of hr++ glas.	€ -	€ -
 Dakisolatie Het dak is al redelijk geïsoleerd, maar het isolatiemateriaal kan verbeterd	€ 5.000	€ 650
 Zonnepanelen Er is voldoende ruimte voor plaatsing van ca. 9 zonnepanelen.	€ 3.000	€ 500
 Zonneboiler Op het dak kan een zonneboiler worden geplaatst voor tapwater verwarming.	€ 2.700	€ 120
 Hybride warmtepompen De aanwezige hr-ketel kan gecombineerd worden met een hybride	€ 4.500	€ 220
Voorbeeldcombinatie:		
 Uitbreiding hypotheek voor maatregelen	€ 7.700	
Bruto hypotheeklasten per jaar (bij 2,5% rente)		€ 368
Besparing energiekosten per jaar		€ -830
Uw geschatte jaarlijkse besparing		€ -462

Voor financiering van deze maatregelen kan de hypotheek tot 106% verhoogd worden, waarbij € 9000,- niet meegenomen wordt in de inkomenstoets en dus beschikbaar is voor iedereen!

In de meeste gevallen profiteert u direct van de besparing.



Alstublieft.

Adviesgesprek

Normale prijs € 69,-
<Uw naam> korting - € 44,-

Uw prijs **€ 25,-**



**HIER
UW
LOGO?**

Pagina 30 van 30