

Aanvraag voor een Innovatie Aanpak

Eerst Aanpakken, dan Opschalen!

Stichting Huizen Aanpak

met het

Consortium Samenwerkende Vakmensen

en de

Energieke Stad 2.0

Regio IJmond - Zuid Kennemerland

26 september 2016

0 Aanvraagformulier voor een Innovatieve Aanpak

Met dit formulier kunt u uw aanpak indienen. Voor het indienen van een aanpak moeten alle onderdelen in het formulier ingevuld worden. De aanvragen worden beoordeeld door een onafhankelijke beoordelingscommissie bestaande uit deskundigen vanuit o.a. marketing, ondernemerschap, wetenschap en de praktijk. Bij een aantal onderdelen staat een puntenaantal vermeld. Dit geeft de weging van dit onderdeel aan. In totaal zijn 100 punten te verdelen. De vragen waarbij geen puntenaantal staan vermeld, moeten wel ingevuld worden, omdat ze een onderbouwing geven van de antwoorden op de 'gewogen vragen'. De antwoorden op de gewogen vragen worden beoordeeld met de volgende wegingsfactoren:

- Goed = aantal punten maal 1
- Voldoende = aantal punten maal 0,5
- Onvoldoende = aantal punten maal 0

Per Innovatieve aanpak dient een apart aanvraagformulier ingevuld te worden. Wanneer er meerdere aanpakken in één regio ingediend worden, is het aan de regiocoördinator om alle aanvraagformulieren uit de regio te verzamelen en gebundeld aan te leveren via energie@vng.nl. Het invulformat moet uiterlijk **26 september** volledig worden ingediend.

Vul het formulier zo concreet en kort en bondig mogelijk in. Beantwoord alle vragen, ook de deelvragen binnen een vraag. Let hierbij op het maximale aantal woorden dat gebruikt mag worden. In de voetnoten staat soms uitleg bij een vraag. Kijk hier goed naar.

Als bijlage is een begrippenlijst meegestuurd waarin korte uitleg staat van bepaalde begrippen zoals ze gebruikt worden in dit aanvraagformulier.

Invulformulier per innovatieve aanpak

1. Algemene gegevens

Aanvragende gemeente¹

Gemeente : Gemeente Haarlem, namens de regio IJmond-Zuid Kennemerland
 Adres : Postbus 511
 Postcode en plaats : 2003 PB Haarlem
 Contactpersoon : Margreet van der Woude
 Functie : programmamanager Duurzaamheid
 Mailadres : MvdWoude@Haarlem.nl
 Telefoon : 06-46215270

Optioneel: Contactgegevens trekker aanpak²

Contactpersoon : n.v.t.
 Organisatie : n.v.t.
 Functie : n.v.t.
 Mailadres : n.v.t.
 Telefoon : n.v.t.

Bestuurlijk trekker van de innovatieve aanpak

Gemeente : Gemeente Haarlem
 Naam : wethouder Cora Yfke Sikkema, namens de wethouders van de regio IJmond-Zuid Kennemerland
 Portefeuille : Duurzaamheid, Mobiliteit, Beheer en Onderhoud
 Mailadres : eturan@haarlem.nl

Gemeente(n) waar deze aanpak gaat plaatsvinden³

Naam gemeente : Beverwijk, Bloemendaal, Haarlem, Haarlemmerliede en Spaarnwoude, Heemstede, Heemskerk, Uitgeest, Velsen en Zandvoort
 Plaatsnaam : Beverwijk, Bloemendaal, Haarlem, Haarlemmerliede en Spaarnwoude, Heemstede, Heemskerk, Uitgeest, Velsen en Zandvoort
 Contactpersoon : Jos van Kessel
 Organisatie : ODIJmond
 Functie : projectmedewerker
 Mailadres : JKessel@ODIJmond.nl
 Telefoon : 0251-263881

Deelnemende aanbieders in de alliantie (individuele bedrijven, consortia)⁴

Bij het aanbieden van de eerste offerte dient de alliantie deze te kunnen voorzien van een energieprestatiegarantie⁵.

Stichting Huizen Aanpak, (huidig) stichtingsbestuur

Voorzitter : Thomas van Grafhorst, Smith Boeser van Grafhorst notarissen

¹ Het gaat hier om de hoofd aanvragende gemeente van de aanpak, waarvan de bestuurder ook de intentieverklaring ondertekent.

² In te vullen wanneer de trekker van de aanpak niet in dienst is bij een gemeente

³ Wanneer de aanpak in meerdere gemeenten plaatsvindt moeten deze gegevens voor alle gemeenten ingevuld worden

⁴ Dit moet ingevuld worden door alle bedrijven uit de alliantie

⁵ De klant hoeft de garantie vervolgens niet af te nemen. Zie ook begrippenlijst

Penningmeester : René Jansen, Servicepunt DE, Provincie Noord Holland
 Contactpersoon en secretaris : Margreet van der Woude, gemeente Haarlem
 Mailadres : MvdWoude@Haarlem.nl
 Telefoon : 06-46215270

Consortium Samenwerkende Vakmensen

Projectteam (PT)

Contactpersoon en projectleider : Herman Schotman, ProjectAtelier.119
 Coördinator en kennisdeling : André Brasser, Beagle Sustainable Solutions
 Marketingbureau : via aanbesteding
 Communicatiebureau : Baud Schoenmaeckers, Synergos Communicatie
 Online marketingbureau : via aanbesteding
 Energieloket : via werving
 Financieel adviseur : Felix Timmermans, For Finance
 Makelaar : via netwerk

PMC 1 Historische gebouwen

Adviseur bouwkunde : Peter Rutten, PR architectenbureau
 Adviseur bouwkunde : Elsie de Bruyn, Elsie de Bruyn architectuur
 Hogeschool Utrecht : Robert van Ingen, Bouwkunde - Instituut voor Gebouwde omgeving
 Adviseur bouwhistorisch : Nicole Roeterink, Rechurch
 Adviseur constructies : Vincent Raadschelders, Raadschelders Bouwadvies BV
 Adviseur bouwphysica : Lars van de Kamp, EDRI – Energie & Duurzaamheid
 Adviseur installaties : Ernst van Tongeren, ID Energie
 Adviseur calculaties : Andre Boon, AB Bouwadvies
 Adviseur calculaties : Rob Eversteijn
 Installateur : Frans Zegwaart, Maas warmtetechniek
 Installateur : Marco Goes, Goes Installatietechniek
 Bouwkundig aannemer : Fred Moorman, DRZM
 Restauratie aannemer : Glenn Pronk, Pronk Bouw ERM restauratie
 Beleid, Monumenten : Margot Haasdonk, gemeente Haarlem

PMC 2 Villa's Kennemerland

Architect : Eric Bloemen, architectenbureau Eric Bloemen
 Energieadviseur : Marijke Gantvoort, Gantvoort architectuur
 Bouwkundig aannemer : Charles Eldering, Bouw en Schildersbedrijf Rijnijse
 Installateur : Ben Lindeman, Kapitein BV
 Elektricien : Peter Heurter, Han Bank Installatietechniek

PMC 3 Jaren '30 Woning

Energieadviseur : Trees Konijn, Bouwkundige 023
 Energieadviseur : Kees Reijnders, La Vie Economique
 Installatieadviseur : Ernst van Tongeren, ID Energie
 Installateur : Michiel van der Puijl, Alltherm
 Bouwkundig aannemer : Fred Moorman, DRZM
 Bouwkundig aannemer : Inge Kaandorp, Bot Bouwgroep
 Tonzon vloerisolatie : Ed Woolthuis, Woolthuis Klussenbedrijf

PMC 4 Jaren '60 en '70 woningen

Architect : Cees Brandjes, Klous + Brandjes architecten BNA
 Installatieadviseur : Ernst van Tongeren, ID Energie
 Bouwkundig aannemer : Van Lith Bouwbedrijf

Installateur : Paul Zoon, Jansens Loodgieters
 Strategisch adviseur : Martin Bosch, De Laar
 Makelaar : via netwerk

PMC 5 VvE Aanpak

Projectleider : Isabelle Sternheim, VvE Duurzaamheidsloket
 VvE Belang : Kees Oomen, VvE Belang
 Energieadviseur : Luis de Freitas, Adviesbureau de Freitas
 Bouwkundig adviseur : Marijke Gantvoort, Gantvoort architectuur
 Installateur : Frans Zegwaart, Jansens Verwarming BV
 Installateur : Marco Goes, Goes Installaties BV
 Bouwkundig aannemer : Inge Kaandorp, Bot Bouwgroep
 Gemeente Haarlem : Hans Bueno de Mesquita, Gemeente Haarlem

PMC 6 Buurtonderhoudsplan Garenkokerskwartier

Buurtcoöperatie : Jeroen van Dusseldorp, Buurtcoöperatie Duurzaam
 Garenkokerskwartier
 Participatie : André Brasser, Stadsgarage
 Huizendokter Haarlem : Johannes Frölich
 Preferred Supplier algemeen : PMC's 1 tm 5 van deze aanvraag
 Schildersbedrijf : Jef van Doorn, Jef van Doorn Schilderwerken
 Bouwkundig aannemer : Charles Eldering, Bouw- en Schildersbedrijf Rijnierse BV
 Installateur : Ben Lindeman, Kapitein BV
 Architect : Eric Bloemen, Architectenbureau Eric Bloemen
 Vochtbestrijding : Teun Zoetemeijer, Vochtweringspecialist

Research & Development (R&D)

Coördinatie : dhr. Frans Zegwaard, B4E Solutions
 Adviseur : dhr. F. Lunstroo
 Adviseur : dhr. H. Moonen

Innovatieteam (IT)

Coördinatie : dhr. Frans Zegwaard, B4E Solutions

Educatie, Opleiding en Training (EOT)

Coördinator : Frans Zegwaard, B4E Solutions
 Praktijkonderwijs : Dhr. Gerrit Schuijt, Bouwmensen midden NLD
 Praktijkonderwijs : Dhr. R. Olij, Opleidingsbedr. Installatiewerk

Energieke Stad 2.0, laat Open Data voor je werken (ODE)

Contactpersoon en projectmanagement : Jaak Vlasveld, Green IT Amsterdam
 Coördinatie en Stakeholder management : Esther van Bergen, Green IT Amsterdam
 Marketing- en communicatiestrategie : Heidy van Beurden, HVB Communicatie
 Techniek en applicaties : Cobra Systems en expertise netwerk
 Bewonersbehoeften, drempels, zorgen en wensen, pilot en ambassadeur naar andere coöperaties : Eelco Fortuijn, Stichting DE Ramplaan
 Technische (door) ontwikkeling open data platform en privacy beleid : Jan Koers, Gemeente Haarlem
 Doorontwikkeling participatiebeleid de Energieke Stad : Margreet van der Woude, Gemeente Haarlem
 Overige stakeholders : Hier Opgewekt, Duurzaam Bouwloket en andere Energieloketten

Disseminatie : regiocoördinatoren via bestaande netwerk VNG Energie of G32
Themagroep Duurzaamheid

2. Algemene beschrijving aanpak

Hoe ziet de aanpak er uit? Beschrijf de aanpak kort (max. 300 woorden):

Om de doelstelling van een klimaatneutrale regio IJmond-Zuid Kennemerland in 2050 te halen, moeten er jaarlijks circa 3.000 woningen energieneutraal gerenoveerd worden of in (no regret) stappen daar naar toe. Om die reden voeren de Rijksoverheid, de Provincie Noord-Holland en de gemeenten in de regio de druk op woningeigenaren op, om de eigen woning energiezuiniger te maken. Een van de instrumenten daarvoor is onderstaande Innovatieve Aanpak.

In onze Aanpak is een grote rol weggelegd voor de bestaande Stichting Huizen Aanpak (SHA). Doel van SHA: verduurzamen van de bestaande woningvoorraad. De aan de Stichting deelnemende bouwers, installateurs, architecten, adviseurs en overheden vormen al sinds 2013 een netwerk met een degelijke overlegstructuur, een energieloket en uitstekende bewonersrelaties. De SHA fungeert als betrouwbare lokale gids, garandeert dat samenwerkingen en (prijs)afspraken worden nagekomen en dat de consument alles vanuit één loket kan (laten) regelen.

Het Consortium Samenwerkende Vakmensen is de uitvoeringsorganisatie van SHA. Zij hebben uit eigen gelederen zes Productmarktcombinaties (PMC) geformeerd voor evenzovele woningtypen.

In een Innovatieteam van experts en studenten worden de renovatieconcepten verder (door)ontwikkeld en kwalitatief en prijstechnisch verbeterd.

De SHA wordt via marketing strategisch in de markt gepositioneerd. Een goede interne en externe communicatie, ondersteund met online marketing, zal voor zichtbaarheid en vindbaarheid zorgen. De dienstverlening van de deelnemende aanbieders wordt via training geoptimaliseerd.

SHA werkt samen met het project *'De Energieke Stad 2.0, laat Open Data voor je werken'*. Dit is een open data platform met applicaties om nuttige data beschikbaar te stellen voor ondernemers en bewoners. Door informatie als 'open data' beschikbaar te stellen kunnen burgers en bedrijven nieuwe online informatiediensten ontwikkelen voor energiebesparing en energieopwekking.

Met de huidige landelijke financierings- en subsidiemogelijkheden en de bijdrage van de Subsidie Innovatieve Aanpakken wordt de huidige verbouwcapaciteit van SHA opgevoerd van 10 tot 300 woningen. Dat is een ambitieuze maar realistische schaa sprong met een potentiële jaarlijkse omzet van € 3.000.000 tot € 6.000.000. Hiermee heeft de SHA een goed verdienmodel om voor 1 januari 2020 op eigen benen te staan.

3. Rolverdeling en verantwoordelijkheden

A. Hoe ziet de samenwerking binnen uw alliantie eruit? Welke rolverdeling wordt gehanteerd en welke verantwoordelijkheden hebben de verschillende partijen? (max. 200 woorden)

De Stichting Huizen Aanpak (SHA) is een inspirerend en flexibel samenwerkingsverband van bouwers, installateurs, financiële- en kennisinstellingen, adviseurs en overheden. Uitvoeringsorgaan is het Consortium Samenwerkende Vakmensen (CSV), met 7 onderdelen:

1. PMC's

De PMC's hebben zich gespecialiseerd rondom de energieneutrale renovatie van een specifiek woningtype/wijk/doelgroep. PMC's functioneren als zelfstandige teams met eigen projectleiding, doel, aanpak en gewenst resultaat.

2. PT

SHA heeft een projectteam bestaande uit: projectleider, marketeer, communicatieadviseur, coördinator kennisdeling en innovatie en accountmedewerker. Het projectteam ondersteunt PMC's door projectmanagement, monitoring, advies, regio brede marketing, klantreis en wijkprocessen.

3. R&D

Innoveren moet je organiseren. De PMC's formuleren vragen voor de jaarlijkse innovatiekalender. R&D zet deze vragen uit bij deskundigen en/of laat ze uitwerken door een Innovatieteam van studenten.

4. IT

Vanuit R&D wordt een Innovatieteam van experts en Mbo- en Hbo-studenten begeleid. De opdrachten komen uit de Innovatiekalender.

5. EOT

In EOT wordt geborgd dat de deelnemers aan de SHA, de PMC's en de betrokken medewerkers, voldoende kennis en kunde bezitten om hun taken uit te voeren en woningeigenaren te ontzorgen op gebied van voorlichting, advisering en renovatie.

6. Energieloket/Accountmedewerker

De accountmedewerker voert de eerste (telefonische) gesprekken met klanten en zet klanten door naar adviseurs van de PMC's.

7. ODE

De ontwikkeling van zowel de SHA als het ODE kent een eigen dynamiek. Beiden krijgen een eigen projectomgeving/projectmanagement maar werken intensief samen via beide projectteams.

B. Is of wordt voor de samenwerking een rechtsvorm opgericht? Zo ja, welke?

Rechtsvorm

De centrale organisatie wordt gevormd door de bestaande Stichting Huizen aanpak (SHA). SHA krijgt een bestuur dat een afspiegeling is van de disciplines die je nodig hebt om de woningvoorraad te verduurzamen en de huiseigenaar volledig te ontzorgen op zijn reis naar een energieneutrale woning en/of stapsgewijze 'no regret'-maatregelen renovatie. Het bestuur vergadert 4 maal per jaar.

Werkwijze

SHA initieert projecten en activiteiten die bijdragen aan de doelstelling van de stichting. Zij doet dat onder andere door:

- het afsluiten van samenwerkingsovereenkomsten met Product Marktcombinaties;
- het ontwikkelen en organiseren van voorzieningen zoals het Energieloket, R&D, het Innovatieteam en Educatie Opleiding en Training;
- het afsluiten van contracten met partijen die werkzaamheden voor SHA verrichten zoals een projectleider, marketeer, financieel specialist.
- Bewaken van de voortgang.

De Stichting Huizen Aanpak

SHA is de rechtspersoon en is handelingsbevoegd. De doelstelling van de stichting is het verduurzamen van de bestaande woningvoorraad. Zij kan projecten aanvragen, geld ontvangen en via overeenkomsten en contracten zorgen dat de doelstelling wordt gehaald. De stichting vertegenwoordigt het brede consortium en de diverse disciplines zoals voorlichting, participatie, advisering, financiering en renovatie.

Het Consortium Samenwerkende Vakmensen

Alle betrokken partijen uit de PMC's (zoals onder werkwijze beschreven) vormen tezamen het Consortium Samenwerkende Vakmensen. Dit consortium is een flexibele netwerkorganisatie waarbij partijen kunnen toe- en uittreden – wat ook de bedoeling is als je wilt blijven innoveren. Al naar gelang de ontwikkelingsfase, doelen, uitgangspunten en aanpak van de Stichting.

Omdat vraag 3B één van de weinige vragen is waarbij het aantal woorden niet gemaximaliseerd is, geven we in kader A extra achtergrond informatie over De Energieke Stad 2.0 als open data platform met applicaties.

Kader A Achtergrondinformatie over De Energieke Stad 2.0, laat Open Data voor je werken

Casus Ramplaankwartier

In een wijk worden bewoners actief gemaakt door de bewonerscoöperatie. Voor het opzetten van deze pilot heeft Stichting DE Ramplaan zich aangeboden. Stichting DE Ramplaan heeft een uitstekende staat van dienst en heeft in 2015 één van de grootste 'postcoderoos'-projecten (collectieve zonnestroomdak voor de hele buurt) van Nederland gerealiseerd. Als vervolg wil de Stichting 80 huishoudens in ca 3 bouwblokken aanzetten om energiebesparende en energieopwekkende maatregelen te nemen.

De Stichting is bereid om, op basis van vrijwilligheid, uren in te steken in energiebesparingsprojecten. De Stichting is ook ervaren genoeg om te weten dat een energiebesparingsproject een lange adem vergt en alleen vol te houden is wanneer bewoners ook zelf aan de slag gaan. De Stichting wil pilotproject zijn voor deze aanvraag om tot zelfredzaamheid van woningeigenaren te komen.

De Energieke Stad 2.0, laat Open Data voor je werken

En dat is precies wat de Energieke Stad 2.0, laat Open Data organiseert: met het open data platform en de app gaan zowel de coöperatie als de bewoners zelf aan de slag met energiebesparing. Via het open data platform worden gegevens opgehaald en gecombineerd. Met de app kunnen bewoners

deze data als goed bruikbare informatie lezen. De app gaat in op kansen en op pijnpunten in de klantreis en zet deze pijnpunten van rood naar groen. Via het platform en de applicatie worden de behoeften, wensen, zorgen en drempels van bewoners in beeld gebracht en weggenomen. De app zal zo aantrekkelijk zijn dat woningeigenaren i.s.m. de bewonerscoöperatie tot energiebesparingsprojecten overgaan (call to action).

Op het open data platform van de Energieke Stad 2.0 hebben bewoners overigens te allen tijde de controle over de eigen data.

Voor de PMC's is de informatie die bewoners aan het open data platform toevoegen of achterlaten een belangrijke basis om het aanbod en de dienstverlening continue te optimaliseren. Dit draagt bij aan de innovatiekracht van de SHA. Zo kan het open data platform worden ingezet voor het aanbieden van extra diensten zoals monitoring (via sensortechnologie of domotica) en feedback op energiegedrag, gekoppeld aan het aanbieden van onderhoudsdiensten. Het kan ook een rol spelen bij het buurtonderhoudsplan. De applicatie kan ook organiseren dat klanten maar 1 maal door een intakeprocedure hoeven.

Het open data platform genereert informatie uit diverse (feedback) data. Deze informatie draagt bij aan de marketingstrategie van de SHA om strategische beslissingen op basis van feiten en niet op basis van aannames te nemen.

Aanpassing huidig open data platform

De gemeente Haarlem biedt al open datasets aan op opendata.haarlem.nl. De open datasets op het portaal worden realtime gegenereerd en zijn dus altijd actueel. Volgens de jury van de Grote Digitale Steden Competitie loopt Haarlem voorop op het gebied van digitale dienstverlening. Haarlem mag zich heel 2016 de digiproofste stad van Nederland noemen.

Uitgangspunt voor het ontwikkelen van het platform en de applicaties is het gebruik en de productie van open source en open standaarden. Voor kernonderdelen worden open source reference implementaties geleverd. Tijdens uitvoering van het project wordt een IPR-overeenkomst uitgewerkt, met als doel een vertrouwde steward van het platform en de applicaties aan te wijzen, zoals Haarlem of de VNG, terwijl ook de markt uitgedaagd wordt in verdere ontwikkeling te investeren.

Landelijke voorbeeldfunctie

Bovenstaande ambities sluiten aan bij die van de nationale overheid. Het Ministerie van Infrastructuur en Milieu onderzoekt momenteel standaardisatiemogelijkheden voor open data platforms, zodat meerdere gemeenten hun beleidsterreinen effectief kunnen ondersteunen met open data. Omdat concrete ervaringen met open data ten behoeve van energievraagstukken nu nog in de kinderschoenen staan, krijgt de toepassing van open data binnen deze Innovatieve Aanpak van de regio IJmond-Zuid Kennemerland een landelijke voorbeeldfunctie.

Zowel voor de strategie als voor de uitvoering van bijvoorbeeld (online) marketing- en communicatie zal er regelmatig overleg zijn tussen het projectteam van SHA en het projectteam de Energieke Stad 2.0.

In deze Innovatieve Aanvraag vragen we startbudget voor 2017 a € 75.000 aan voor ODE. Om het

open data platform, twee applicaties en het testen ervan in de wijk Ramplaankwartier te realiseren/uit te voeren is in totaal € 240.000 nodig. In 2017 wordt aanvullend budget bij andere partijen gezocht.

C. Is er sprake van cofinanciering voor deze aanpak (in budget of in uren/inzet)? Zo ja, waar bestaat deze uit? Waar mogelijk uitgesplitst naar alliantieleden. (5 punten)

Bij vraag 8 staan in de begroting twee vormen van cofinanciering opgenomen: cofinanciering met eigen middelen en met eigen uren.

Cofinanciering met eigen middelen

De Haarlemse Huizen Aanpak heeft ca € 40.000 eigen middelen en zal deze als cofinanciering inzetten. Deze eigen middelen zijn beschikbaar gesteld via een subsidie van de Provincie Noord-Holland. De middelen worden o.a. gebruikt om in fase 1 een vliegende start te maken met de marketingstrategie en positionering.

De gemeente Haarlem heeft ca € 25.000 ingezet om een projectleider in te huren. Daarnaast knapt de gemeente de Beheerderswoning die tot Nul Op de Meter (NOM) voorbeeldwoning wordt verbouwd op en neemt de gemeente Haarlem tot eind 2018 de huurlast a € 16.800 (€ 700/maand) van de Beheerderswoning voor haar rekening.

Totaal cofinanciering met eigen middelen: ca € 81.800.

Cofinanciering met uren

Met iedere PMC wordt in het kader van deze Innovatieve Aanpak een samenwerkingsovereenkomst afgesloten ter waarde van € 60.000,- waarin doel, aanpak en resultaat zijn vastgelegd. Uit ervaring blijkt dat de deelnemende aanbieders voor iedere betaalde euro een onbetaalde euro aan eigen tijd inleggen om tot een uitvoerbaar concept te komen. In-kind cofinanciering: € 360.000.

De gemeente Haarlem en Omgevingsdienst IJmond stellen ieder één fte beschikbaar om mee te werken aan deze Innovatieve Aanpak. De uren gaan zitten in bewonersavonden organiseren, communicatie, controleren van de duurzaamheidsleningen en aanvullende subsidies, loket bemensen, vergunningstrajecten versoepelen en andere barrières weghalen. Ook worden de bestuurders periodiek op de hoogte gehouden van de voortgang via de portefeuillehouders-overleggen Duurzaamheid en Wonen. In-kind cofinanciering: € 152.000.

Totaal cofinanciering met eigen uren: € 512.000

Totaal van de cofinanciering voor deze Innovatieve Aanpak: € 593.800

4. Product Markt Combinatie

- A. Geef aan of u doelgroep- en/of gebiedsgericht werkt. U kunt daarbij denken aan o.a. onderstaande elementen of een combinatie daarvan. Leg kort uit waarom (max. 150 woorden).**
- Type wijk
 - Type woning

- **Type huishouden/bewonerstypologiën**
- **Overig**

De consortiumleden kennen de markt van particuliere woningen goed. Met hun inzicht en ervaring hebben zij zelf de PMC's bepaald op basis van woningtypes. Met de 6 PMC's van deze aanvraag is er een aanbod voor 65% van de woningtypes in de regio. We verwachten dat nieuwe PMC's voor ontbrekende woningtypes zich zullen melden. De uitvoeringsstructuur van de SHA neemt deze moeiteloos op.

1. Woningtype en doelgroepgerichte aanpak (PMC 2 en PMC 5)

De woningtypes van deze PMC's komen verspreid in de hele regio voor.

2. Woningtype en gebiedsaanpak (PMC 1, 3, 4 en 6)

De woningtypes van deze PMC's zijn geconcentreerd in woonwijken.

B. Voor welke product markt combinatie kiest u? (max. 200 woorden)

PMC 1

25% van de Haarlemse woningen zijn historische panden. Daar heeft deze PMC aantoonbare ervaring mee. Zij werkt op het snijvlak van techniek, bouwhistorie, bouwfysica, constructie en beleid (Vergunningverlening en Welstand). De PMC initieert binnenkort een Platform Historische gebouwen voor particulieren.

PMC 2

De woningeigenaren zijn investeringsbereid en vanwege de hoge energierekening is er een korte terugverdientijd. De woningen zijn groot en daardoor geschikt voor het inpassen van (installatie)-techniek. Ook: sensortechnologie en feedback.

PMC 3

Geliefd woningtype voor jonge gezinnen uit Amsterdam. Voorbeeldwoningen zijn er al en via makelaars worden woningen gescout die nog in 'originele' staat zijn en die daarmee kansrijk zijn voor een NOM renovatie, met een all electric concept en domotica.

PMC 4

Woningtype dat zich goed leent voor energieneutraal renovatie. De PMC leden hebben al Nul Op de Meter (NOM) ervaring. Financiering voor de bewoners is vaak het struikelpunt en een fonds voor een Esco of wijk VvE is in de maak.

PMC 5

De PMC beschikt over een prima inventarisatie via VVE Belang en zelfs een eigen VVE loket. Contacten met VvE's zijn er al. Invalshoeken zijn: MJOP's, wegwerken achterstallig onderhoud en buurtgerichte opwekking.

PMC 6

In deze PMC is de buurtcoöperatie Duurzaam Garenkokerskwartier actief. Er is al een buurtonderhoudsplan en men neemt al de eerste collectieve maatregelen. Energieneutraliteit wordt in het buurtonderhoudsplan geïntegreerd (no regret maatregelen).

C. Waarom kiest u voor deze Product Markt Combinatie? Waarom acht u deze kansrijk? (10 punten) (max. 150 woorden)

Aantallen woningen

PMC's 2, 3 en 4 richten zich op de meest voorkomende woningtypes.

Technische geschiktheid

PMC 4 en 5 richten zich op naoorlogse woningen die technisch gezien zeer geschikt zijn voor een verbouwing naar energieneutraal of de eerste stappen daarnaartoe.

Lokale bekendheid en ervaring

PMC 1, 2, 3, 4, 5 en 6 kennen de woningen, de eigenaren en hebben vaak al een database met contacten aangelegd.

De 'makkelijke mens'

PMC 1, 2 en 3 richten zich op de populaire vooroorlogse woningvoorraad met 'makkelijke' mensen. De woningeigenaren hebben simpelweg geld om te investeren. Ze komen veelal uit Amsterdam.

Bestaand initiatief

PMC 6 heeft al voorwerk gedaan waaruit blijkt dat het buurtonderhoudsplan aanslaat in de wijk. De bewonerscoöperatie heeft een uitstekende staat van dienst (collectief zonnestroom dak in de wijk).

Kansen voor toepassing nieuwe en experimentele technieken

PMC 2 de villa's in Kennemerland bieden de fysieke ruimte om innovatieve technieken toe te passen. De bewoners hebben daar over het algemeen de financiële ruimte voor.

D. De stip op de horizon naar energieneutraal is het (termijn) doel. Op welke wijze draagt de PMC bij aan het energieneutraal maken van de woning? Benoem de daarvoor benodigde concrete vervolgstappen. En hoe stimuleert u dat in de toekomst de vervolgstappen worden genomen tot energieneutraal? (10 punten) (max.250 woorden)

De PMC's volgen ongeveer dezelfde concrete vervolgstappen:

1. Ontwikkelen Nul Op de Meter (NOM) renovatieconcept/PMC

Iedere PMC bestaat uit energieadviseurs, bouwkundig aannemers en installateurs met kennis en kunde om een NOM concept met Energieprestatiegarantie (en no regret stappen) te ontwikkelen.

2. Marktanalyse/PMC

Iedere PMC analyseert de markt aan de hand van de potentiekaarten van VNG, een doelgroeponderzoek en een stakeholderanalyse.

3. Ontwikkeling Marketingplan/PMC

Voor iedere PMC wordt een concreet marketingplan ontwikkeld met aandacht voor de

klantreis van de doelgroep (bewonersbijeenkomsten, rondleiding voorbeeldwoning, themabijeenkomst etc.).

4. Werving

Via de communicatiekanalen komen klanten binnen bij het energieloket. De accountmedewerker verwerkt de gegevens van klanten in het klantvolgsysteem en zet potentiële klanten door naar de passende adviseur. De adviseur maakt de afspraak.

5. Offertetrajecten

De opnames worden gedaan door integraal team met een duidelijk aanspreekpunt. Er worden heldere offertes gemaakt die mondeling worden toegelicht. Het team biedt ondersteuning bij subsidieverlening en subsidiëring.

6. Renovaties

De renovatie wordt uitgevoerd door excellente bouwteams. Er is één aanspreekpunt voor de huiseigenaar. Bij oplevering vindt duidelijke instructie plaats voor het gebruik van de installaties. Er is een opleveringscontrole.

Gebruik makend van het klantvolgsysteem kunnen klanten die het ene jaar een enkelvoudige maatregel nemen, het volgend jaar wellicht overgaan tot een vervolgstap. Daartoe kan een passende en gerichte vervolgaanbieding worden gedaan. Onder vervolgaanbiedingen wordt ook verstaan: onderhoudsabonnement aanbieden of hulp bij uitlezen van sensortechnologie en domotica, eventueel in combinatie met ODE.

Dit proces wordt ondersteund door continue innovatie vanuit R&D en IT om de PMC's scherp op nieuwe ontwikkelingen te houden. Zoals de eerste opdracht voor R&D: het ontwikkelen van een roadmap voor gasloze wijken die ondersteunend is voor iedere PMC.

E. **Wat is het innovatieve karakter (en de bijbehorende risico's /aandachtspunten⁶) van de benoemde aanpak ? (10 punten) (max.200 woorden)**

1. **Opbouw toekomstbestendige flexibele netwerkorganisatie**

De driejarige SHA is een flexibele netwerkorganisatie.. Ondersteunende onderdelen zijn R&D, Innovatieteam, Educatie- Opleiding- Training, en Energieloket. Hiermee kan elke PMC innoveren, leren, , feedback geven en krijgen en de cirkel opnieuw doorlopen. Hierdoor kunnen de resultaten van deze VNG Innovatieve Aanpakken worden geborgd in reguliere bedrijfsvoering.

2. **Goede mogelijkheden voor opschaling richting andere gemeenten**

SHA kan binnen een half jaar inspelen op vragen vanuit andere gemeenten. Nieuwe PMC's kunnen aan het robuuste organisatiemodel worden toegevoegd.

3. **6 PMC's met renovatieconcepten.**

⁶ Het succes of falen van een innovatieve aanpak wordt doorgaans bepaald door één of meer bij aanvang onzekere elementen, mechanismes en/of aannames. Een duidelijk beeld hiervan en de wijze waarop hiermee om zal worden gegaan tijdens de uitvoering, zal de kans op succes vergroten.

Het ontwikkelen van voorliggende NOM of energieneutraal renovatieconcept met energieprestatiegarantie voor de particuliere woningmarkt is innovatief vanwege

- het concept zelf
- aanbod voor zowel naoorlogse als vooroorlogse woningtypen
- maatwerk kunnen bieden aan klanten

4. Energieke stad 2.0, laat Open Data voor je werken

Het open data platform met applicaties stelt nuttige data beschikbaar voor ondernemers en bewoners. Door informatie als 'open data' beschikbaar te stellen kunnen burgers en bedrijven nieuwe online informatiediensten ontwikkelen voor energiebesparing en energieopwekking.

Klanten gaan het liefst maar 1 maal door een intakeprocedure. De applicatie kan dat organiseren (met aanvullend budget).

5. Risico's

Er is bewust gekozen om alle woningtypen mee te nemen. Want iedere huiseigenaar heeft recht op een energieneutraal renovatieaanbod en de regio moet in 2050 energieneutraal zijn. Dat sommige PMC's minder aantallen halen is ingecalculeerd.

5. Marketing en communicatie gekoppeld aan de "Klantreis" en de marketing mix

- A. Binnen de marketingtheorie wordt uitgegaan van zeven variabelen die gezamenlijk zorgen voor een aanbod dat goed in de markt gezet wordt. Dit wordt ook wel de marketingmix genoemd. Deze variabelen vindt u in kader 1. Welke van de zeven p's komen terug in uw aanpak? Beschrijf kort hoe deze terugkomen. (max. 400 woorden) (25 punten)**

Onderstaande ideeën komen mede uit de marktconsultatie die de SHA al voor marketeers heeft gehouden.

Marketing mix

De SHA wil een geïntegreerde marketing-mix inzetten waarbij alle "p's" worden ingezet, startend vanuit de initiële behoefte van potentiële klanten. Klanten bewandelen 3 wegen om te komen tot de SHA:

1 Wijkgerichte aanpak

De adviseurs richten zich met hun propositie op specifieke doelgroepen in de wijk en zijn gewend leefstijlkaarten te gebruiken. De PMC's zijn geschikt voor verschillende doelgroepen, woningen en woonsituaties. Verkoop verloopt via bezoeken aan huis. De PMC legt een brede propositie voor, met een stappenplan naar nul-op-de-meter. Onderdeel van de propositie is de 'relatie met klanten, waarbij consortiumleden een soort 'woonadviseurs' blijven en niet slechts een one-time verbouwer. De SHA is de partij met een ideale prijs-kwaliteit verhouding vanuit het 'objectieve' karakter van een stichting. Bij Prijs hoort ook de adviezen met betrekking tot subsidies en financieringsmogelijkheden. (Unique Selling Point t.o.v. alternatieve partijen).

2 Online campagne voeren.

Online komt er een algemene website met verschillende landingspagina's (bijvoorbeeld voor langer thuis wonen, nieuwe dakkapel, Amsterdammers die naar Haarlem willen verhuizen etc.). Dit zal nieuwe klanten trekken. Via online marketing wordt de zichtbaarheid en de vindbaarheid van de SHA verhoogd. Adwords en banners worden ingekocht (Funda). Via data analyse worden de adwords en banners steeds gericht ingezet. .

Ook de social media zijn belangrijk: Facebook en LinkedIn worden gebruikt om middels story-telling constant nieuwe content en filmpjes te delen met potentiële klanten.

3 Promotie in het gebied.

De SHA is actief in de hele regio. Er komt een voorbeeldwoning waar de SHA potentiële klanten kan rondleiden. Daarnaast is SHA actief aanwezig bij initiatieven rondom duurzaamheid, maar ook laagdrempelig via sponsoring en columns in plaatselijke media. De ondersteuning van de Gemeente Haarlem en ODIMond en het gebruik kunnen maken van hun communicatiemogelijkheden is essentieel. Hiermee draagt SHA het objectieve karakter uit.

De deelnemers van het Consortium Samenwerkende Vakmensen zijn ambassadeurs en handelen naar de werkwijze van de Stichting. Met een zorgvuldig proces zorgt de SHA voor vertrouwen bij de doelgroep en verbaast de klant door deze bij de voortgang te betrekken. Strikte eisen wanneer en op wat voor manier offertes gemaakt en aangeboden worden. Nooit alleen een offerte opsturen, maar direct een afspraak deze te bespreken.

De SHA vraagt proactief om referenties en het delen van de ervaringen. Mond-tot-mond is bij een lokaal initiatief het meest cruciaal.

B. In kader 2 vindt u de stappen uit de "Klantreis". Geef aan welke behoeften uit de klantreis, van bewust worden tot meer willen, ingevuld worden door uw aanpak en op welke manier. (20 punten) (max. 250 woorden)

De klantreis begint vanuit verschillende behoeftes om iets te (laten) doen aan verduurzaming van de woning: comfort, gezond binnenklimaat, energiebesparing, milieu etc. Door klanten op basis van deze behoeftes te herkennen zijn belemmeringen weg te nemen en kansen (drijfveren) te benutten.

De klantreis wordt beheersbaar omdat maatwerk oplossingen worden geboden. Bijvoorbeeld het voorrekenen van de besparingen, subsidies, kosten en financieringsmogelijkheden.

Latente behoefte

Een duidelijke propositie in heldere taal. Start met meest aansprekende argumenten, ook als dat geen energiebesparing is. Actief zijn in de gemeente door sponsoring, adverteren, samenwerking en inzet social media.

Overweging

Iedere klus aan huis is een aanleiding om met Stichting Huizen Aanpak in contact te komen. Via eenvoudige en veelvuldige call-to-actions is het consortium laagdrempelig en vertrouwenwekkend.

Betrokkenheid

De Stichting Huizen Aanpak is geïnteresseerd in en staat klaar voor de klant, en verbaast deze met snelheid, professionaliteit, financieel advies en subsidiemogelijkheden. .

Aankoop

Fles wijn en bloemetje bij orderbevestiging. Deze en volgende fase zijn essentieel om het ontvangen vertrouwen niet te schaden maar klanten te verbazen.

Uitvoering

SHA gebruikt vaste ijkpunten in het proces om met klanten te communiceren, zij blijft betrokken en bereid om extra wensen te honoreren.

Gebruik

Na oplevering blijft er betrokkenheid en volgt contact met klanten als 'woonadviseur'. De consortiumleden houden hen op de hoogte van de besparingen en geven aan als onderhoud nodig is.

Ervaringen delen

Succes van lokale initiatieven is afhankelijk van de mening van klanten. Via Facebook, website etc. wordt klanten gevraagd hun ervaringen te delen.

Via data-analyse blijft in beeld waar klanten zich in de klantreis bevinden. 'Pijnpunten' worden gebruikt om klanten leuke triggers te sturen: 'to-do'-lijstjes om de verbouwing voor te bereiden of hulpvideo's.

C. Welke van de onderstaande communicatiekanalen (gekoppeld aan kader 1) wilt u gaan inzetten in uw aanpak? Leg kort uit waarom. (max. 100 woorden)

SHA zet alle communicatiekanalen in:

- ✓ Internet / click/ social media, telefoon, face-to-face gesprekken, print, directe email
- ✓ bijeenkomsten zoals een open dag in een modelwoning,
- ✓ online marketing, remarketing,
- ✓ participatie zoals De Energieke stad 2.0 als open data platform met applicatie
- ✓ duurzame showroom, energieneutrale voorbeeld woning.

Vanuit de marketingstrategie zal er een algemene communicatieboodschap voor de verschillende doelgroepen en bijbehorende middelen komen. Hier maken alle PMC's gebruik van en maatwerk is mogelijk.

De accountmedewerker gaat met de klant in gesprek (call) en zorgt voor een afspraak met de adviseur of het team van de PMC (Face-to-face).

6. Te verwachten resultaat

A. Hoeveel wooneenheden worden benaderd binnen de innovatieve aanpakken? Splits deze uit in fase 1 (nov. 2016 – april 2017), fase 2 (mei 2017 – april 2018) en fase 3 (april 2018 – dec 2018).

Fase 1: 0 wooneenheden

Fase 2: 50 wooneenheden, waarvan 6 voorbeeldwoningen (één per PMC)

Fase 3: 250 wooneenheden, waarvan 6 energieneutrale voorbeeldwoningen (één per PMC)

Totaal aantal wooneenheden: 300, waarvan 100 in VvE's.

Om tot dit aantal te komen is 75% van de woningeigenaren in de regio IJmond-Zuid Kennemerland eind 2018 op de één of andere manier in contact gekomen met de SHA via marketing en communicatie. Dat zijn ca 75.000 woningeigenaren. Daarvan is 10% initieel geïnteresseerd, dat zijn 7.500 huishoudens. Van die huishoudens is ca 50% bereid een afspraak met een adviseur te maken dus 3.800. Daarvan heeft ca 10% eind 2018 een opdracht voor een energieneutrale verbouwing of stappen daar naar toe gegeven: circa 300 huishoudens.

B. Geef op basis van de door u beschreven innovatieve aanpak aan wat de te verwachten impact⁷ in aantal woningen en labelstappen⁹ is gedurende de looptijd van uw aanpak. (Fase 1 kan ook alleen procesresultaat zijn, Fase 2 en 3 moeten concretere resultaten opleveren¹⁰).

Fase 1: in deze fase wordt de organisatiestructuur gevormd, per PMC wordt het concept uitgewerkt, de positionering van de Stichting Huizenaanpak en de daaruit voortvloeiende interne en externe communicatie georganiseerd. De communicatiekanalen worden in werking gezet en bestaande voorbeeldwoningen opengesteld.

Ondertussen worden voor *De Energieke Stad 2.0, laat Open Data voor je werken* de behoeften, wensen, zorgen en drempels van bewoners, ondernemers en de gemeente in kaart gebracht met een aantal interactieve workshops. Tijdens de workshops wordt data ingezet om met elkaar de dialoog aan te gaan op basis van feiten (geen aannames of verwachtingen, maar reële situaties). De resultaten van de workshops voeden de marketing en communicatie strategie van de SHA.

Ook wordt de basis voor de applicatie-ontwerpen gelegd:

- Het huidige open data platform wordt geëvalueerd
- de noodzakelijke aanpassingen worden in kaart gebracht
- Vaststelling van de data (bronnen) die nodig zijn voor de via de workshops geïdentificeerde behoeften, wensen, zorgen en drempels.

In deze fase wordt aanvullend budget gezocht om het open data platform en de applicaties te ontwikkelen.

Fase 2: bestaande klanten worden geactiveerd en de communicatiekanalen beginnen de eerste klanten op te leveren. De PMC's gaan de concepten uitvoeren en woningen energieneutraal maken of in stappen daar naar toe. In deze periode wordt er 40 x 2 labelstappen en 10x 4 labelstappen

⁷ Wees realistisch in de benoemde ambitie. Wanneer de beoordelingscommissie in fase 2 en 3 beoordeelt op de gerealiseerde resultaten worden deze tevens afgezet tegen de verwachte resultaten zoals hier beschreven.

⁸ Gemeten in verbeterde labelstappen van indicatief of (wanneer beschikbaar) definitief energielabel naar definitief energielabel van de betreffende woning.

⁹ Dit moet uitgedrukt worden in labelstappen. Additioneel mag ook de impact in termen van de reductie energiegebruik in GJ worden vermeld. Voor een volledig energieneutrale woning (c.q. nul-op-de-meter woning) mogen 5 extra label stappen gerekend worden t.o.v. label A. Een renovatie naar energieindex 0 staat gelijk aan 3 extra label stappen t.o.v. label A.

¹⁰ Bijv. 70 woningen met 2 label stappen, 25 met 3 labelstappen en 5 volledig energieneutraal (door x labelstappen).

gerealiseerd, er worden 6 voorbeeldwoningen opengesteld. Grotere bouw- en installatiebedrijven worden alvast geworven voor de volgende fase.

Op basis van aanvullend budget worden in deze fase de applicatie-ontwerpen voor De Energieke Stad 2.0, laat Open Data gedefinieerd en gebouwd. Stichting DE Ramplaan en de SHA evalueren, testen en geven feedback.

Fase 3: De marketingstrategie is nu volledig via communicatiemiddelen in werking gezet. Ook online komen er steeds meer klanten binnen o.a. via online remarketing. De PMC's beheersen de concepten volledig en werken samen met grotere bouw- en installatiebedrijven om de toenemende vraag aan te kunnen en de kwaliteit van zowel het uitgevoerde werk als de dienstverlening hoog te houden. In de hele regio worden nu energieneutrale voorbeeld woningen opengesteld. In deze fase worden er 200 x 2 labelstappen en 44 x 4 labelstappen gerealiseerd, en 6 energieneutrale voorbeeldwoningen (één per PMC) met gemiddeld 4 labelstappen plus 5 extra opgeleverd.

Op basis van aanvullend budget wordt het platform in gebruik genomen en leidt tot nieuwe inzichten uit data-analyse. Deze inzichten worden gedeeld met de bewonersinitiatieven, SHA en de gemeente.

Totaal: 300 wooneenheden en 750 labelstappen

7. Opschalingspotentieel

Wat is de omvang van de totale potentiële doelgroep(en) (of woningtype) van deze aanpak binnen en eventueel buiten uw regio? Hoe verhoudt de benoemde totale potentiële doelgroep binnen de regio zich tot het totaal aantal particuliere woningeigenaren binnen uw regio? (max. 100 woorden) (15 punten)

Om in 2050 alle 99.669 woningen in de regio energieneutraal, of in stappen daar naar toe te krijgen, is op termijn een totale verbouwcapaciteit van circa 3.000 woningen per jaar nodig. De PMC's richten zich op de meest voorkomende woningtypen waarmee ca 65% van de particuliere woningvoorraad wordt afgedekt. Nieuwe PMC's kunnen aan het robuuste organisatiemodel worden toegevoegd zodat een 100% dekking ontstaat.

Het project '*De Energieke Stad 2.0, laat Open Data voor je werken*' ondersteunt de opschaling zowel vanuit participatie van huiseigenaren als vanuit marktpartijen. Door te laten zien dat het werkt, gaan ook andere gemeenten gebruik maken van het Open Data Platform met applicaties.

8. Begroting en vervolg aanpak na afloop subsidie

Geef in de begroting 2016 - 2018 inzicht in het verschil tussen de drie fases. Geef ook aan of het gaat om proceskosten (uren) of projectmiddelen (bijv. marketingproducten) en maak de koppeling met onderdelen als PMC, marketing en eventueel andere belangrijke onderdelen in uw aanpak¹¹.

¹¹ Is er sprake van co-financier, laat dit terugkomen in de begroting.

Begroting

naam	proceskosten BZK	projectmiddelen BZK	cofinanciering/ eigen middelen	cofinanciering/ eigen uren	fase 1	fase 2	fase 3	
Vorbereiding	x				€ 50.000			
idem			x		€ 20.000			
PMC 1		x				€ 40.000	€ 20.000	
PMC 2		x				€ 40.000	€ 20.000	
PMC 3		x				€ 40.000	€ 20.000	
PMC 4		x				€ 40.000	€ 20.000	
PMC 5		x				€ 40.000	€ 20.000	
PMC 6		x				€ 40.000	€ 20.000	
Inzet eigen uren 6 PMC's a € 60.000				x		€ 240.000	€ 120.000	
Research & Development								
innovatiekalender	x					€ 5.000	€ 5.000	
roadmap gasloze wijken			x			€ 20.000		
opzetten fonds	x					€ 20.000		
inhuur studenten	x					€ 7.500	€ 7.500	
Innovatieteam								
eneutraal verbouwing		x				€ 40.000		
huur			x			€ 8.400	€ 8.400	
Studententeam: stagevergoeding, coördinatie en begeleiding	x					€ 10.000	€ 10.000	
EOT	x					€ 7.500	€ 7.500	
Marketing en communicatie	x					€ 75.000	€ 75.000	
Marketing en communicatie		x				€ 70.000	€ 70.000	
Coördinatie en kennisdeling						€ 12.500	€ 12.500	
Projectleiding			x		€ 25.000			
idem	x					€ 45.000	€ 45.000	
Accountmedewerker/Energieloket	x					€ 15.000	€ 30.000	
Haarlem/ODIJmond				x		€ 76.000	€ 76.000	
Opstart Energieke Stad 2.0, Laat open data voor je werken						€ 75.000		
Aanvullend budget voor ODE a € 165.000 bij derden zoeken								
Subtotaal					€ 95.000	€ 966.900	€ 586.900	
Totaal							€ 1.648.800	
Cofinanciering eigen middelen							€ 81.800	
Cofinanciering eigen uren							€ 512.000	
Aan te vragen subsidiebedrag							€ 1.055.000	

De subsidie vanuit het rijk is bedoeld om een potentieel succesvolle aanpak op gang te brengen. Beschrijf vervolgens hoe de beoogde opschaling na afloop van de subsidie geborgd wordt. (5 punten)

Borging vanuit verdienmodel

Eerste schaalsprong: van 10 naar 300 woningen per jaar in 2018

Met de financiële bijdrage van deze subsidieregeling groeit de Stichting Huizen Aanpak in ca 2 jaar uit naar een onderneming met een verbouwcapaciteit van 300 woningen per jaar. Deze verbouwingen genereren een omzet van € 3.000.000 tot € 6.000.000. Daarmee wordt de basis voor het verdienmodel gelegd. Vanaf 2018 zet de Stichting Huizen Aanpak de dienstverlening door. De verbouwcapaciteit blijft minimaal 300 wooneenheden, de ambitie is om verder door te groeien. Uit de resultaten zal blijken met welke jaaromzet en jaarafdracht de vaste jaarlijkse kosten van de Stichting Huizen Aanpak (organisatie, innovatie, marketing en communicatie) gefinancierd kunnen worden.

Tweede schaalsprong: van 300 woningen naar 3.000 woningen per jaar vanaf 2018

Om vanaf 2018 de beoogde volgende schaalsprong naar 3.000 woningen per jaar te maken, is intensivering van de marketing noodzakelijk evenals de verdergaande investering in opleiding en innovatie en onderhoud van een kleine, stevige organisatie. Die staat garant voor doorgaande succesvolle uitvoering van bestaande PMC's en ontwikkeling van nieuwe kansrijke PMC's. Naar verwachting zal voor deze schaalsprong opnieuw externe financiering nodig zijn. Dit keer als blended finance, met zowel een bijdrage (in kind) van de Stichting Huizen Aanpak als extra middelen vanuit (Nederlandse of Europese) subsidies.

De verwachting is dat Stichting Huizen Aanpak voor 1 januari 2020 op eigen benen kan staan.

Borging vanuit de organisatie

De eerste borgingbehoefte treedt op als de verbouwaantallen in fase 3 toenemen en de ondernemers uit het klein en middenbedrijf de vraag niet meer aankunnen. De ondernemers hebben een goed netwerk en zullen al in fase 2 extra bedrijven van het midden en grootbedrijf toevoegen aan de organisatie.

Het is vervolgens van belang om de ontwikkelkracht van de eerste groep ondernemers steeds weer in te zetten voor nieuwe uitdagingen en innovaties. Terwijl de kracht van de instromende midden en grootbedrijven juist die van continuïteit zal zijn. Daarmee worden twee belangrijke eigenschappen van de Stichting geborgd: innovatie en continuïteit.

Kader 1: Zeven P's uit de marketing mix**1. Prijs :**

- a. Prijsstelling
- b. Betalingsvoorwaarden
- c. Bundels
- d. Kortingen
- e. Acties
- f. Prijssegment

2. Plaats

- a. Verkoop via internet
- b. Verkoop face-to-face
- c. Verkoop winkel
- d. Directe verkoop
- e. Indirecte verkoop

3. Promotie

- a. Reclame
- b. PR
- c. Sales promotie
- d. Leaflets/ posters
- e. Laten ervaren
- f. Merchandise
- g. Samenwerkingspartners

4. Product

- a. Eigenschappen
- b. Kwaliteit
- c. Imago
- d. Varianten
- e. Service
- f. Garantie
- g. Technologie

5. Personen

- a. Kennis werknemers
- b. Vaardigheden werknemers
- c. Houding werknemers

6. Proces

- a. Productbeleving
- b. Servicebeleving
- c. Aankoopproces
- d. Consumptieproces (gebruik)

7. Physical evidence

- a. Ervaringen
- b. Aanbevelingen
- c. Omgeving

Kader 2: de Klantreis

