



Duurzaam  
Ondernemerscentrum  
Achterhoek

AANPAK MICRO- EN KLEIN-MKB IN WINKELCENTRA

# KENNISDOSSIER VOOR WINKELIERSVERENIGINGEN

# LOKALE CAMPAGNES EN EPK-CHECK VOOR DETAILHANDEL, HORECA EN KLEINSCHALIGE DIENSTVERLENING

## DUURZAAM ONDERNEMERSCENTRUM ACHTERHOEK

DOA is hét expertisecentrum voor duurzaamheid en energie voor het bedrijfsleven.

Als ondernemer kun je bij ons terecht voor vragen, begeleiding en ondersteuning over energie en circulariteit. Maar ook als je als bedrijventerrein of winkelcentrum samen met andere ondernemers aan de slag wil met verduurzamen, biedt DOA hierbij ondersteuning. DOA is een expertisecentrum voor en door ondernemers!

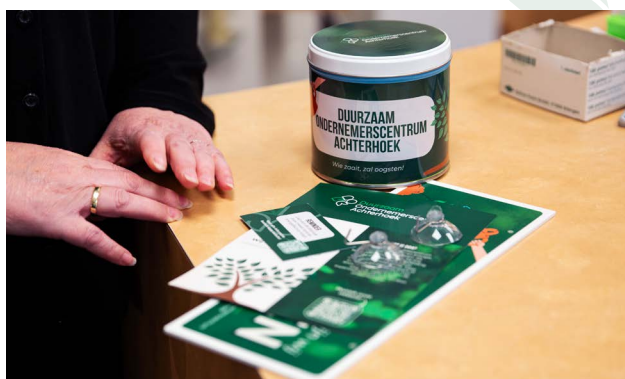
DOA is actief in de gemeente Aalten, Berkelland, Bronckhorst, Doetinchem, Oost Gelre, Oude IJsselstreek en Winterswijk, waar zij een breed scala aan bedrijven ondersteunt. Dit omvat maakbedrijven, groothandels en andere ondernemingen die zich veelal op bedrijventerreinen bevinden, maar ook detailhandel, horecagelegenheden en kleinschalige dienstverleners, die vaak in de winkelkernen gevestigd zijn. Door de veelzijdige aanpak draagt DOA bij aan de versterking van zowel industriële als lokale commerciële sectoren in deze regio's.

DOA heeft door de verschillende projecten de nodige kennis en ervaring opgedaan en in samenwerking met haar partners een groot netwerk opgebouwd. Een van de projecten die wordt uitgelicht in dit kennisdossier is de campagne voor centrumondernemers.



## CAMPAGNES EN EPK MICRO- EN KLEIN-MKB

De aanpak is ontwikkeld naar aanleiding van ontbijtsessies met ondernemers, winkeliersverenigingen en gemeenten, onder leiding van DOA. Het doel van de campagne en de ePK-check is om contact op te bouwen met ondernemers en bedrijfsleiders in de detailhandel, horeca en kleinschalige dienstverlening. Bedrijfsleiders krijgen tijdens de ePK-check tips en adviezen om eenvoudig energie te besparen en er wordt gewerkt aan het opbouwen van vertrouwen en het tonen van toegevoegde waarde. Tevens wordt onderzocht welke ondernemers baat hebben bij een uitgebreider energieadvies. De doelgroep bestaat uit bedrijven in de detailhandel, horeca en kleinschalige dienstverleners zoals kappers en administratiekantoren.



## CONTEXT ONDERNEMERS WINKELCENTRA

### Specifieke context

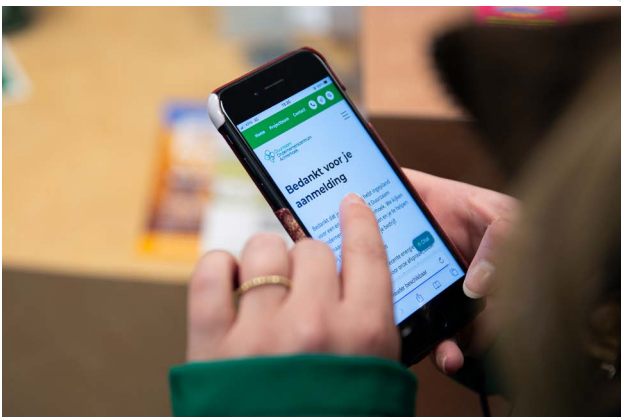
In winkelgebieden zijn voornamelijk micro- en kleine mkb-bedrijven gevestigd, met veel wisselingen in het bedrijfsaanbod. Sommige ondernemingen maken deel uit van regionale of landelijke ketens, waarbij bedrijfsleiders beperkte beslissingsbevoegdheid hebben. Veel bedrijven opereren vanuit huurpanden, wat leidt tot een "split incentive" waarbij onduidelijk is wie verantwoordelijkheid draagt voor energiebesparing: de huurder of de verhuurder. Energiebeheer heeft vaak een lage prioriteit in de overvolle agenda's van de bedrijfsleiders. De mindset van bedrijfsleiders lijkt vaak op die van particuliere woningeigenaren, met een korte-termijn focus. De ondernemers zijn voornamelijk bezig met het draaiende houden van hun bedrijf en hebben geen professionele staf om hen te ondersteunen bij secundaire taken. Kosten vormen bovendien een obstakel voor het inhuren van professionele ondersteuning.



### Wat betekent dit voor de aanpak?

Bedrijfsleiders hebben weinig tijd en moeten tijdens winkeltijden ook hun klanten bedienen. Als een advies te veel tijd vraagt, haken ze af; maar bij beperkte tijd staan ze wel open voor advies.

Indirecte of onpersoonlijke communicatie via bijvoorbeeld pers of nieuwsbrieven heeft nauwelijks effect. Een persoonlijk face-to-face gesprek tussen een professional en de bedrijfsleider blijkt het meest effectief. De gesprekspartner moet wel vertrouwd zijn. Daarom werkt DOA altijd samen met de lokale ondernemersvereniging en de gemeente. Het plannen van acties ver vooruit vormt vaak een barrière, daarom zijn kortdurende en directe acties het meest succesvol.



## CONTACTMOMENTEN CENTRUMCAMPAGNE EN EPK

**Stap 1:** Campagnes worden lokaal uitgevoerd per winkelcentrum. De communicatie start vooraf, bij voorkeur via, of namens, de lokale ondernemersverenigingen. Dit is het eerste contactmoment.

**Stap 2:** Het promotieteam voert een wervingscampagne uit door op één dag deur-aan-deur langs te gaan bij alle winkels en horecagelegenheden. Het doel is om korte afspraken (15 minuten) in te plannen voor het energieteam met de bedrijfsleiders. Dit is het tweede contactmoment. Vooraf aanmelden via tools zoals Calendly kan, maar dit levert vaak weinig respons op.

**Stap 3:** De energieadviseur bezoekt de bedrijfsleider op het afgesproken tijdstip, maakt een rondgang door de zaak, bespreekt de besparingsopties, geeft mondelinge tips en overhandigt een folder met de top-10 bespaartips. Dit is het derde contactmoment.

**Stap 4:** De bedrijfsleider ontvangt een kort schriftelijk verslag van de besproken bespaaropties als terugkoppeling. Dit is het vierde contactmoment.

**Stap 5:** Nazorg en opvolging worden geboden, waarbij ondersteuning wordt aangeboden bij de uitvoering van de bespaaropties. Denk aan hulp bij het vergelijken van offertes of het aanvragen van subsidies. Daarnaast worden gerichte nieuwsbrieven verstuurd via een CRM-systeem voor verdere contactmomenten.



Video campagne Terborg en Silvolde



Videocompilatie Terborg

## COMMUNICATIE HULPMIDDELEN

- **Top-10 bespaartips:** Beschikbaar in drie folders, gericht op detailhandel, horeca en kleine kantoren.
- **Deuren-dicht bordjes:** Wordt uitgereikt aan ondernemers om op de deur te plakken, voor een uniforme uitstraling van alle ondernemers in het winkelcentrum.
- **ePK-checklist:** Wordt gebruikt als leidraad tijdens het gesprek met de bedrijfsleider. De verzamelde informatie wordt ingevoerd in het CRM-systeem.
- **Standaard sjabloon voor rapportage:** De rapportage wordt deels standaard en feitelijk opgesteld voor efficiëntie, maar is ook specifiek afgestemd op de belevingswereld van de bedrijfsleider om het gesprek te ondersteunen. Het automatisch genereren van rapportages vanuit het CRM-systeem is nog in ontwikkeling.
- **CRM-systeem:** Wordt gebruikt voor het opslaan van bedrijfsgegevens, energierelevante data, ePK-rapportages, monitoring en nazorg. De functionaliteiten voor monitoring en nazorg zijn deels nog in ontwikkeling.
- **Parallele activiteit:** Ondersteuning bij huur-verhuur vraagstukken. Dit is van belang omdat veel panden gehuurd worden. Om te voorkomen dat huurder noch vastgoedeigenaar hun verantwoordelijkheid nemen, moet de split incentive worden opgelost.



# STAPPENPLAN UITVOERING CENTRUMCAMPAGNES

**Stap 1:** Organisatie van de campagne: de campagnes worden lokaal georganiseerd, per kern of winkelcentrum. Afhankelijk van de grootte van het gebied wordt de campagne een hele of halve dag uitgevoerd.

**Stap 2:** Aanpak grote winkelcentra: bij grotere winkelcentra wordt de campagne in delen uitgevoerd om het overzichtelijk te houden en de loopafstanden voor het promotie- en energieteam te beperken.

**Stap 3:** Samenstelling van het team: Per kern (winkelcentrum) wordt een team samengesteld. Dit team bestaat uit vertegenwoordigers van lokale ondernemersorganisaties, de gemeente, de omgevingsdienst (in een adviserende rol) en het promotie- en energieteam van DOA, dat verantwoordelijk is voor communicatie, energieadvies en coördinatie. De betrokkenheid van ondernemersorganisaties en gemeenten onderstreept het niet-commerciële karakter van de campagne.

**Stap 4:** Promotieactiviteit: Op de campagnedag gaat het promotieteam de bedrijven langs om afspraken in te plannen voor het energieteam en de bedrijfsleiders.

**Stap 5:** Energieadvies en rapportage: Het energieteam handelt de gemaakte afspraken af en stelt beknopte rapporten op met besparingsopties voor de bedrijfsleiders.

**Stap 6:** Nazorg: DOA verstuurt de rapporten naar de bedrijfsleiders en verzorgt de nazorg, waaronder eventuele ondersteuning bij de uitvoering van de bespaaropties.

## Opbouw campagne

### Vooraf (1 tot 2 weken)

- Communicatie: folder persoonlijk overhandigen
- Persbericht huis-aan-huis blad



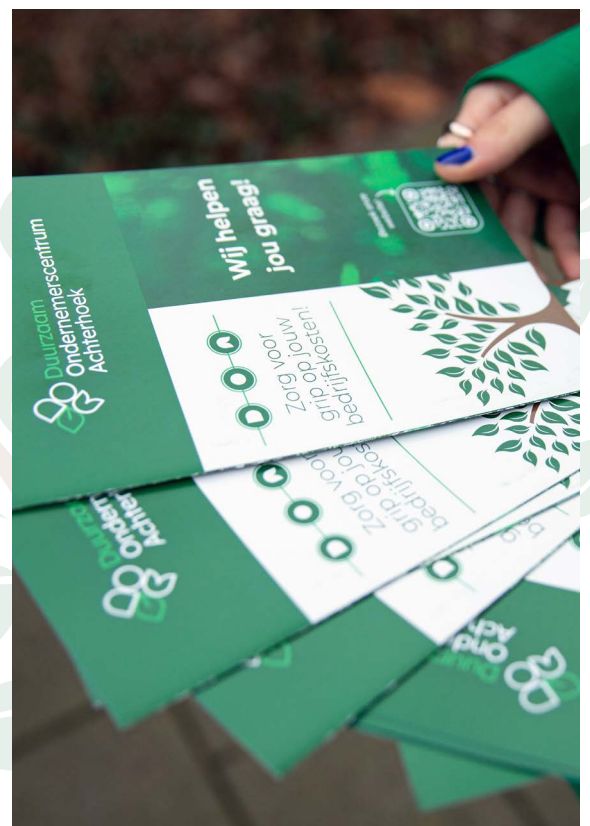
### Campagnedag

- Promotieteam; vraagt aandacht, boekt afspraken in voor e-team
- E-team: voert adviesgesprek met ondernemer (15 min. ePK, tips, adviezen)



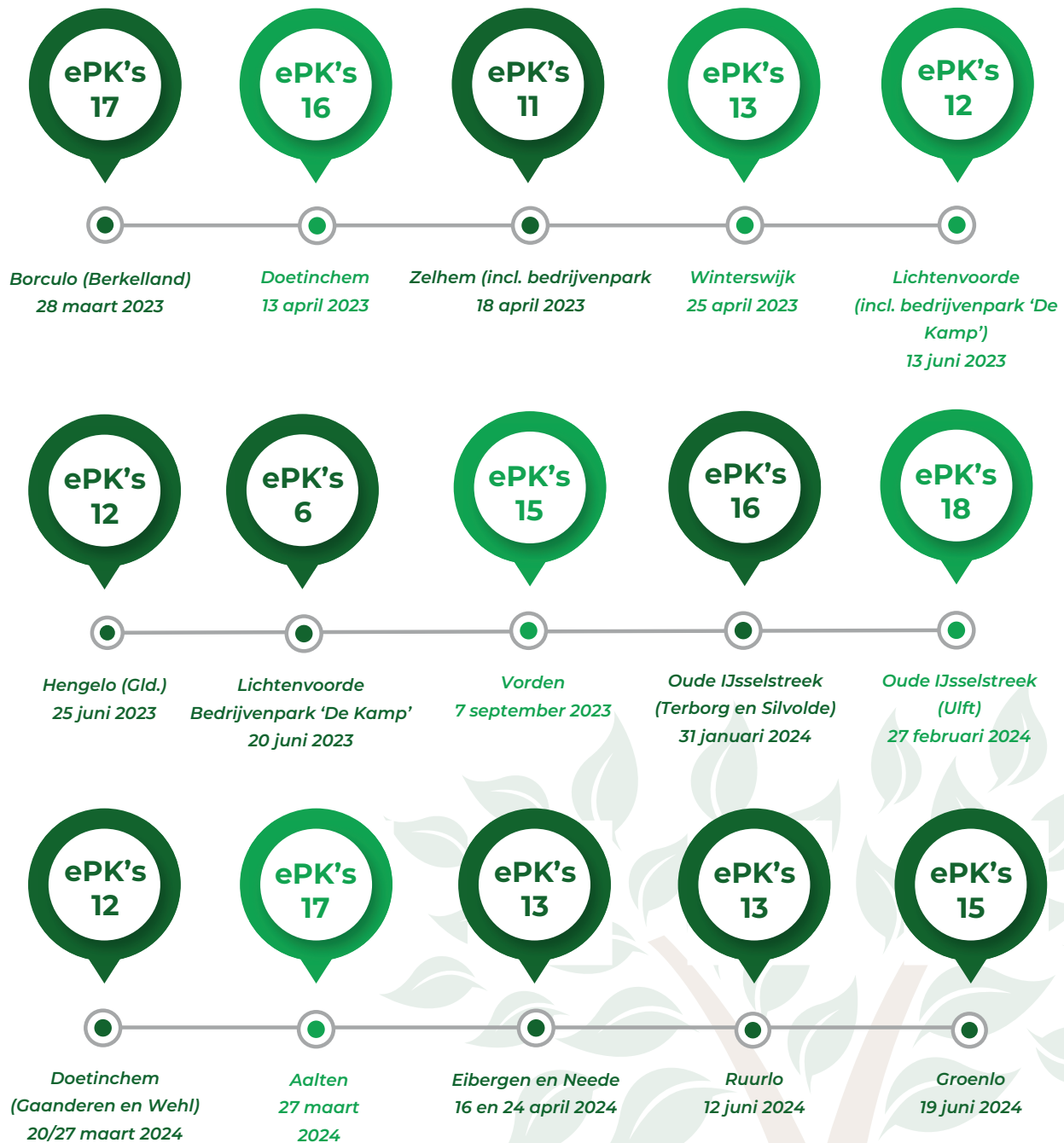
### Nazorg/ opvolging

- Verslag
- Informeren via nieuwsbrief, sociale media
- Soms nabellen



## UITGEVOERDE CAMPAGNES

Bij elke campagne in een kern, bereikt het promotieteam bijna alle bedrijven (50 tot 100 per dag). Per actie maakt het promotieteam 10 tot 15 afspraken voor het energieteam. Daarom zullen de campagnes in de verschillende kernen worden herhaald, om ook andere ondernemers van energieadvies te voorzien.






# INTAKEFORMULIER EN STAP NAAR ONEPAGE CRM

**EPK CHECKLIST - ENERGIEADVISEUR CAMPAGNEDAG**

Datum:



**Bedrijfsinformatie**  
 Naam bedrijf:  
 Contactpersoon:  
 Adres:  
 Mailadres:  
 Telefoonnummer:  
 Het pand is:  eigendom  gehuurd

**Verbruiksinformatie**  
 Elektra in kWh:  
 Gas in m<sup>3</sup>:  
 Aansluitwaarde:  Ja  Nee  
 EML van toepassing:  Ja  Nee  
 Aanvullende energiescan:  Ja  Nee

**Stand van zaken**  
**Gebouwschil**  
 Isolatie Dak:  
 Isolatie Gevel:  
 Isolatie Vloer:  
 Isolatie Ruiten:

**Installaties**  
 Verwarming:  
 Type CV-ketel:  Combi  Solo  Gas  Elektrisch  Afwezig  
 L/W Warmtepomp:  
 L/L W/P (airco):  
 Warmwaterboiler:  Gas  Elektrisch > Inhoud:  
 Vriescel koelcel:  
 Vriezer:  
 Koelvitrine:  
 Verlichting > Type: > Aantal:  
 Ventilatie: > Type: > Aantal:  
 Zonnepanelen: > Type: > Aantal:

**Ruimte voor aanvullende informatie / opmerkingen:**

**Mogelijke maatregelen**

- Plaatsen tochtstrips bij entree deur (en andere openslaande ramen/deuren)
- (na)-isolatie van het dak
- (na)-isolatie van de gevels
- (na)-isolatie van de vloer
- Vervangen enkel/dubbelglas door HR++ of beter
- Plaatsen led-verlichting (winkel, magazijn, buiten)
- Plaatsen sensoren tbv verlichting (toiletten, magazijn etc)
- Afdekken koelkasten en -vitrines
- Flappen/gordijnen op deur koel/vriesmachine
- Flappen op koeling in koel/vriescel
- Gebruiken warmte van motor koel/vriescel
- Zonwering buitenzijde pand
- Radiatorfolie achter radiator aan buitenwand
- Plaatsen systeem van zonnepanelen
- Centraal inkopen van energie met de ondernemersvereniging
- Plaatsen P1 meter bij slimme meter
- Gebruik maken van subsidies
- Gebruik van radiatorfolie. Buisisolatie.

**Nazorg**

- 1a (standaard terugkoppeling)
- 1b (maatwerk energie advies)
- 2 (n.v.t.)

**Ruimte voor aanvullende informatie / opmerkingen:**



**EPK CHECKLIST - ENERGIEADVISEUR CAMPAGNEDAG**

Datum opname

Aanpak: campagnes en ePK

Organization

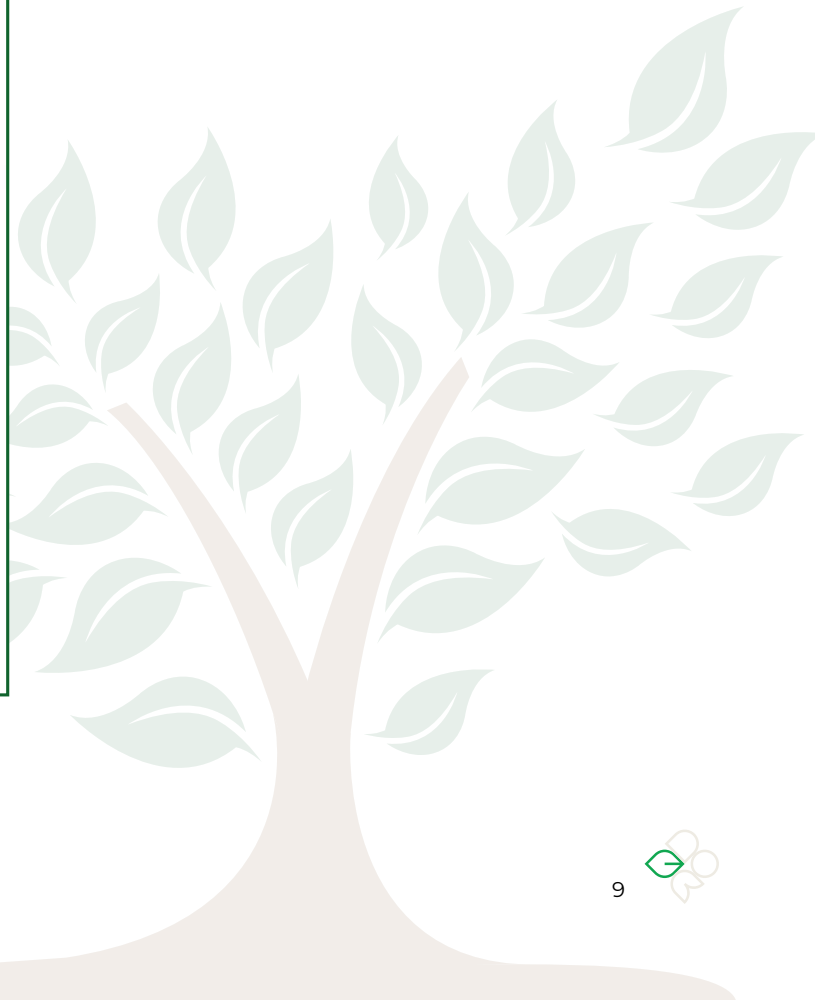
Aanhef contactpersoon

First name \*

Last name \*

Address

Email \*



# INDRUK RAPPORT (IN ONTWIKKELING)

**EPK CHECKLIST - ENERGIEADVISEUR CAMPAGNEDAG**

Datum:

**Bedrijfsinformatie**  
Naam bedrijf:  
Contactpersoon:  
Adres:  
Mailadres:  
Telefoonnummer:  
Het pand is:  eigendom  gehuurd

**Verbruiksinformatie**  
Elektra in kWh:  
Gas in m3:  
Aansluitwaarde:  
EML van toepassing:  Ja  Nee  
Aanvullende energiescan:  Ja  Nee

**Stand van zaken**  
**Gebouwschil**  
Isolatie Dak:  
Isolatie Gevel:  
Isolatie Vloer:  
Isolatie Ruiten:

**Installaties**  
Verwarming:  
Type CV-ketel:  Combi  Solo  Gas  Elektrisch  
L/W Warmtepomp:  
L/L WP (airco):  
Warmwaterboiler:  Gas  Elektrisch > Inhoud:  
Vriescel koelcel:  
Vriezer:  
Koelvitrine:  
Verlichting > Type: > Aantal:  
Ventilatie: > Type: > Aantal:  
Zonnepanelen: > Type: > Aantal:

**Ruimte voor aanvullende informatie / opmerkingen:**

## intake ePK

**Ambities op duurzaamheid en/of mogelijke verbeterpunten:**

Hieronder ziet u de mogelijke energiebesparende maatregelen die wij u adviseren, inclusief de indicatieve kosten en opbrengsten (afhankelijk van stookgedrag en kwaliteit van toepassing).

Voor uw specifieke situatie adviseren we:

- Plaatsen tochtstrips bij entree deur (en andere openslaande ramen/deuren)
- Vervangen enkel/dubbelglas door HR++ of beter

**Maatregel: Plaatsen tochtstrips bij entree deur (en andere openslaande ramen/deuren)**  
Indicatieve bedragen: 5 euro per strip  
Opbrengsten: minder tocht, meer comfort, tot 10% besparing

Wilt u meer weten over energiebesparing, wettelijke verplichtingen en dergelijke, raadpleeg dan onze [website](#).  
Roepen het bezoek of deze tips en adviezen inhoudelijke vragen op, neem dan contact op met energieadviseur Rutger Palm. Hij is bereikbaar via 06-13121953 of r.palm@do-achterhoek.nl.

**Dominick testpersoon** ☆

Tester doa at Test organisatie

06-222 Work ▼  
Telefoon Work ▼

verstoep@vno-ncwmidden.nl ▼

Eveline Z. ▼ Actief ▼ Tags ▼ ePK Scan uitgevoerd

**Background**

Dit is een test account voor Dominick

Show all

**Next Action** or Close

TODAY

Save Cancel

Actions for Eveline Z.

ASAP < EPK checklist voor [organisation] is ingevuld.

## CRM

**Energierapport**

Dominick's test organisatie (2)  
Contactpersoon: Dominick Verstoep

Test adres

Geachte heer Verstoep,

Op 15 mei 2024 zijn we bij u langs geweest voor een korte energiescan. We gelopen om de stand van zaken op te nemen en energiebesparende maatregelen. Onderstaand onze waarnemingen en adviezen.

**Verbruiksinformatie:**

- Het pand is in eigendom.
- Elektra in kWh per jaar: onbekend
- Aardgas in m3 per jaar: 30000
- Aansluitwaarde elektriciteit: aansluitwaarde onbekend
- EML van toepassing: nee
- Aanvullende energiescan: nee

Hieronder staat de stand van zaken zoals waargenomen tijdens ons bezoek. Onze tips en energiebesparende adviezen die voor u van toepassing zijn. Uw belangrijkste vraag betrof hoe het naastgelegen voormalig winkelpand kan worden met onder andere een aangepaste voorgevel. Het pand is niet...

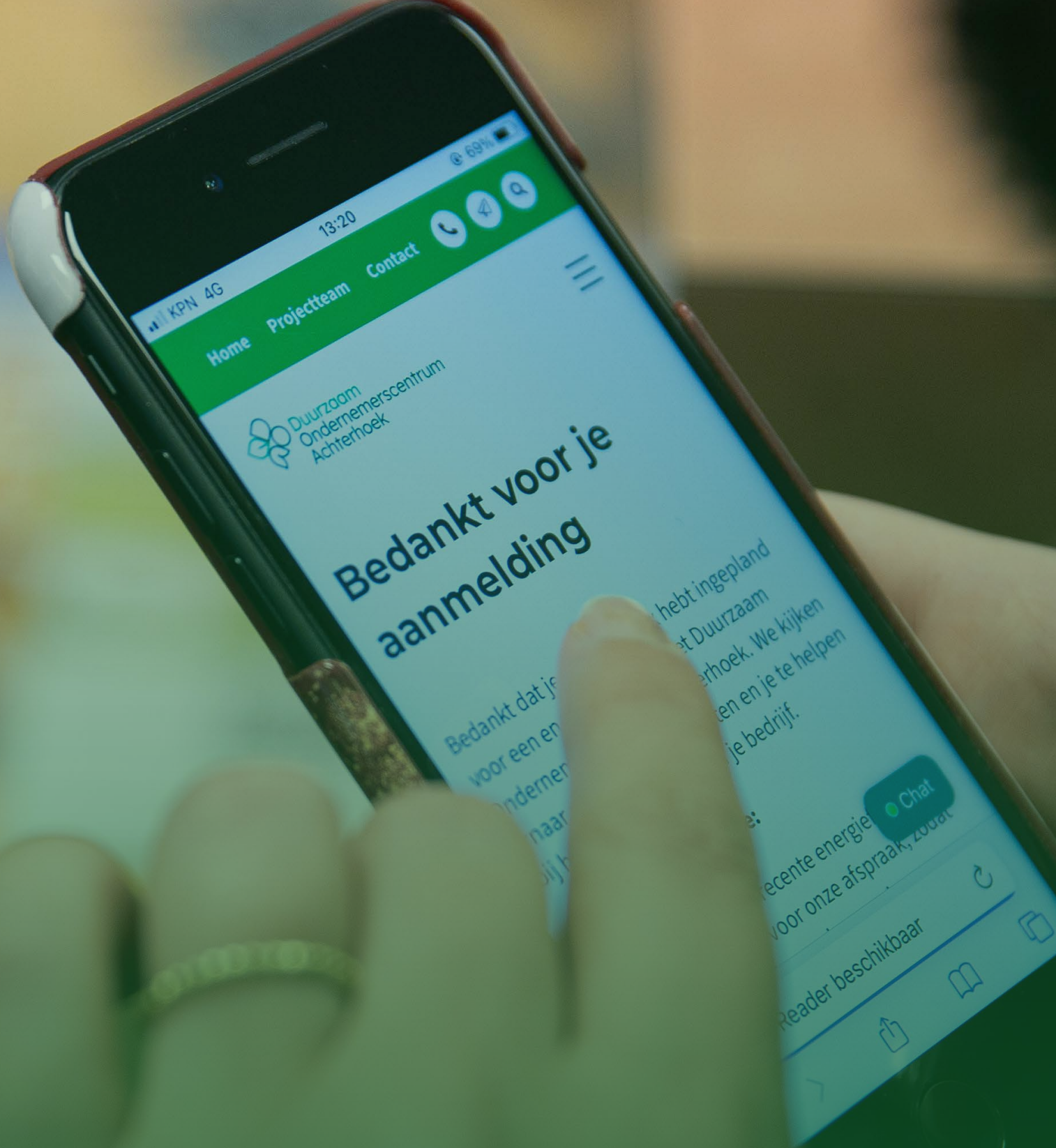
**Stand van zaken:**

- Isolatie dak: goed
- Isolatie gevel: goed
- Isolatie vloer: goed
- Isolatie ruiten: goed

**Installaties:**

## rapportage ePK





**Vragen?** Neem contact met ons op via:  
**INFO@DO-ACHTERHOEK.NL**