



BEreel!

BELGIUM RENOVATES FOR ENERGY EFFICIENT LIVING



Vlaanderen
is energie en klimaat

Richtlijnen voor adviescentra betreffende woningrenovatie: een verkenning van de One-Stop-Shop

LIFE IP CA 2016 BE-REEL!

BE REEL! Action - C5 Innovative
Business Models for renovation

Code of the deliverable: C5D2.4_3

Title of the deliverable: Guidelines for OSS

Associated Partner: VEKA



WWW.BEREEL.BE



Vlaanderen
is energie en klimaat

LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial
instrument of the European Union



Colofon

Richtlijnen voor adviescentra betreffende woningrenovatie: een verkenning van de One-Stop-Shop

Auteurs

Peter Verboven & Emma Adriaensen (Transition Stories)

Verantwoordelijke uitgever

Samir Louenchi
Administrateur-generaal
Vlaams Energie- en Klimaatagentschap (VEKA)
Koning Albert II-laan 20 bus 17
1000 Brussel
veka@vlaanderen.be
www.vlaanderen.be/veka

Depotnummer

D/2024/3241/005

Partners



Dit rapport bevat de mening van de auteur(s) en niet noodzakelijk die van de Vlaamse Overheid. Het werd opgesteld aan de hand van gegevens die met de grootste zorg werden verzameld. Het Vlaams Energie- en Klimaatagentschap en zijn aangestelden kunnen evenwel niet aansprakelijk worden gesteld door de gebruiker voor eventuele fouten, onnauwkeurigheden of onvolledigheid die tot directe of indirecte, materiële of immateriële schade aanleiding zou geven. De gebruiker neemt kennis van deze informatie 'as is' en blijft eindverantwoordelijke voor het eventuele verder gebruik ervan. Fouten, onnauwkeurigheden of onvolledigheid kunnen steeds gemeld worden via het contactformulier op: <https://apps.energiesparen.be/contact>.

Document information	
Project Title	Belgium Renovates for Energy Efficient Living
Project acronym	LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
Project Number	LIFE16 IPC/BE/000005
Action Code	C5
Action Title	Innovative Business Models for renovation
Deliverable Code	C5D2.4C
Title of Deliverable	Richtlijnen voor adviescentra betreffende woningrenovatie: een verkenning van de One-Stop-Shop
Actual date of completion	4 December 2023

Auteurs:
Peter Verboven & Emma Adriaensen (Transition Stories)

Reviewers:
Eddy Deruwe & Levi Smismans

Foto cover:
Photo by Priscilla Du Preez CA on Unsplash

This report is realised on behalf of:
VEKA - Flemish Energy and Climate Agency in the framework of:
<p>BEreel! BELGIUM RENOVATES FOR ENERGY EFFICIENT LIVING</p> <p>LIFE IP CA 2016 BE-REEL! With the contribution of the LIFE financial instrument of the European Union</p>

This report was produced by the contractor
<p>TRANSITION STORIES</p>

The specification number
VEKA - BE-REEL! LIFE IP CA 2016 BE REEL! – C5.4_2021.OSS1

Short description of delivery

This report focuses on the urgent need for deep renovation of buildings to address the challenge of climate change and emissions. In Europe, buildings account for 40% of energy consumption and 36% of emissions. However, only 1% of buildings are renovated annually, which means it would take 75 years to achieve the current level of energy efficiency. The situation in Belgium is alarming, with buildings generally older than the European average.

The core challenge is to encourage deep renovations, which require specific knowledge and investments. "One-stop-shops" (OSS) are seen as solutions, but their effectiveness is not fully understood. This report analyzes OSS initiatives in Belgium, including Guichets Énergie, Energiehuizen, and Homegrade, and compares them to international models. The goal is to provide a coherent overview of these initiatives and draw lessons from international experiences.

The report presents a four-step plan for understanding the role of OSS in renovation projects, including sector analysis, project selection, fact sheets, and assessment of business models. This includes desk research and interviews with stakeholders. Additionally, the report offers a sector analysis and identifies key trends and typologies within the OSS sector.

Chapter 3 contains a catalog of measures and best practices focused on customer support, financing, the operation of energy houses, and reporting. These recommendations are based on interviews with various OSS cases and a workshop with Energy Houses.

This report provides valuable insights and practical tools for promoting deep renovations in buildings, with an emphasis on the role of OSS initiatives in Belgium and international comparisons.

In opdracht van:



Opdrachtnemer van deze deelopdracht:



Inhoud

Colofon Error! Bookmark not defined.

Inhoud 5

1. Inleiding	6
2. Wat is One-Stop-Shop?	9
2.1	<i>Rationale: Drempels bij Renovatie</i> 9
2.2	<i>Collectieve renovatie</i> 10
2.3	<i>OSS als beleidsinstrument</i> 10
2.4	<i>Een operationele definitie</i> 11
2.5	<i>Opzetten van nieuwe OSS – business modellen</i> 13
2.6	<i>Relatie tot andere ondersteuningsmaatregelen voor renovatie</i> 13
3 Sectoranalyse	15
3.1	<i>Inleiding</i> 15
3.2	<i>De inventaris</i> 15
3.3	<i>De customer journey</i> 17
3.4	<i>TYPOLOGIEEN</i> 19
3.5	<i>Dienstverlening en de klantenreis</i> 21
3.6	<i>Dienstverlening en klantenreis</i> 26
4 Hoofstuk 2 - Verdieping van een aantal praktijkcases	29
4.1	<i>Over deelopdracht: Verdere verkenning van enkele praktijkcases</i> 29
4.2	<i>De 7 geïnterviewde cases</i> 29
4.3	<i>Conclusies interviews</i> 30
4.4	<i>De Business Model Canvassen</i> 36
5 Maatregelencatalogus	38
6 Draaiboek	46

Bijlagen 50

<i>Template Factsheet</i>	50
<i>Geselecteerde OSS-cases voor interviews</i>	52
<i>De Factsheets</i>	53
<i>De Business Model Canvassen</i>	77

1. Inleiding

Over de opdracht

De strijd tegen klimaatverandering en emissies is er één voor de diepgaande renovatie van gebouwen. In Europa staan die immers in voor 40% van het energieverbruik en 36% van alle emissies. Er is nochtans veel marge om dit naar beneden te brengen. Naar schatting driekwart van alle gebouwen zijn energie-inefficiënt. Jammer genoeg wordt er gemiddeld niet meer dan 1% ervan jaarlijks gerenoveerd; met andere woorden: tegen dit tempo duurt het nog 75 jaar vooraleer we het gebouwenbestand van vandaag op een niveau krijgen dat we momenteel aanvaardbaar achten.

De Belgische situatie is zeker niet rooskleuriger. In ons land zijn gebouwen typisch ouder dan het Europese gemiddelde. In Vlaanderen is slechts 33% van de gebouwen na 1981 opgetrokken. In Wallonië en Brussel loopt dat cijfer nog terug, tot respectievelijk 22% en 7%. Dit maakt dat noch de schil, noch de technieken ontwikkeld werden met energie-efficiëntie of duurzaamheid in het achterhoofd. We staan hier voor een enorme uitdaging. Niet alleen moeten veel meer gebouwen gerenoveerd worden dan nu het geval is; het moet ook diepgaander gebeuren. Op dit gebied hebben zowel de Gewestelijke Renovatiestrategieën als de Lokale Klimaatplannen immers grote ambities geformuleerd.

One-stop-shops als stimulans

De gemiddelde Brusselaar/Waal/Vlaming schrikt terug voor een diepgaande renovatie. Het is een ingrijpend proces dat specifieke kennis, talloze contacten en aanzienlijke investeringen vereist. De meeste eigenaren haken dan ook snel af of beperken zich tot oppervlakkige ingrepen met onvoldoende energie-efficiënte resultaten.

Het is duidelijk dat de sleutel ligt in uitgebreide ondersteuning. Renovatie is een reis met specifieke uitdagingen in elk stadium. Ideaal gezien zou er één instantie - en vooral één aanspreekpunt - moeten zijn die ondersteuning biedt en oplossingen aanreikt bij elke stap. In de afgelopen jaren is het concept van een "one-stop-shop" veelvuldig getest, met verschillende modellen en een beperkt begrip van hun effectiviteit als gevolg.

One Stop Shops (OSS) ruimer bekijken

In ons land wordt het concept van OSS momenteel sterk geassocieerd met regionale initiatieven. In Wallonië zijn dat de Guichets Énergie met provinciale en lokale vertakkingen. In Vlaanderen zijn er de Energiehuizen in elke provincie. Brusselaars kunnen terecht bij Homegrade, dat is opgezet vanuit de Renolution, de renovatiestrategie van het Brusselse Gewest. Elk van deze organisaties heeft een eigen benadering en focus voornamelijk op informatieverstrekking, wat betekent dat ze één specifiek perspectief op OSS vertegenwoordigen.

Het doel van deze studie is tweeledig. Enerzijds willen we een samenhangend beeld schetsen van de initiatieven in België en een raamwerk bieden voor onderlinge vergelijking. Anderzijds willen we de Belgische initiatieven in een breder perspectief plaatsen door modellen uit het buitenland te presenteren en daar lessen uit te trekken.

In het eerste hoofdstuk zullen we enkele voorbeeldprojecten vertalen naar vier stappen om inzicht te bieden in hoe one-stop-shops renovatieprojecten begeleiden en waarom dit interessant kan zijn voor ontwikkelaars. We beginnen met een sectoranalyse en stellen op basis daarvan een lijst op van projecten die verder onderzocht zullen worden. De derde stap omvat het opstellen van fact sheets voor de geselecteerde cases, die vervolgens worden aangevuld met een beoordeling van de bedrijfsmodellen aan de hand van business model canvases (BMC).

Deze fase zal voornamelijk bestaan uit deskresearch, waarbij achtergrondinformatie over succesvolle projecten wordt verzameld. Indien nodig zullen we gerichte vragen stellen aan betrokkenen.

Vervolgens gaan we in hoofdstuk 2 dieper in op een sectoranalyse. We inventariseren de OSS-initiatieven in België en het buitenland om de sector en de belangrijkste trends te schetsen. We kijken niet alleen naar de algemene populatie van one-stop-shops, maar presenteren ook drie typologieën om subgroepen en hun specifieke kenmerken te begrijpen.

In hoofdstuk 3 zullen we een reeks maatregelen en best practices opsommen.

Hoofdstuk 3 is verdeeld in twee delen: een catalogus van maatregelen en een draaiboek. Beide zijn praktische hulpmiddelen, gebaseerd op maatregelen en best practices. De maatregelencatalogus is thematisch geordend en biedt context. Het draaiboek ordent de verschillende maatregelen per fase van de klantreis.

De maatregelen en best practices zijn gebaseerd op interviews met diverse OSS-cases in Vlaanderen, Brussel en Europa (zie ook hoofdstuk 2), en een workshop met de Vlaamse en Brusselse Energiehuizen.

De catalogus omvat drie secties:

- Maatregelen voor klantondersteuning
- Maatregelen voor financiering en werking van energiehuizen
- Maatregelen voor rapportage en monitoring

Het draaiboek is gerangschikt volgens de fasen van de klantreis, waarin tal van best practices worden gepresenteerd die door verschillende OSS-cases worden toegepast. Deze best practices zijn afkomstig uit zowel de interviews als de workshop.

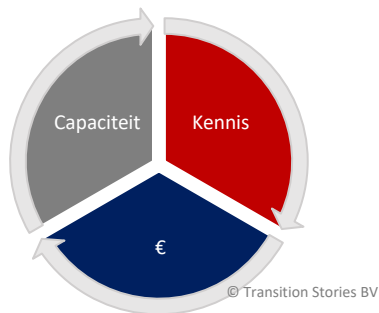
Hoofdstuk 1 – Verkenning

2. Wat is One-Stop-Shop?

2.1 Rationale: Drempels bij Renovatie

De term "one-stop-shop" (OSS) komt vaak voor in de context van renovatie. Het is echter een veelzijdig begrip dat sterk varieert afhankelijk van de context of zelfs het land. De invulling ervan kan variëren van louter een informatieloket tot een entiteit die de volledige verantwoordelijkheid draagt voor een verbouwing. Dit maakt vergelijkingen tussen verschillende OSS zelden eenduidig, en eigenlijk is een gemeenschappelijk perspectief nodig om ze te beoordelen.

Voordat we op zoek gaan naar de daadwerkelijke definitie, is het nuttig om stil te staan bij de obstakels die huishoudens, maar ook andere belanghebbenden zoals aannemers of banken, ervan weerhouden om deel te nemen aan renovatieprocessen.



Figuur 1: De drie voornaamste barrières bij woningrenovaties

Een **gebrek aan kennis en informatie** vormt een eerste factor. Dit betreft enerzijds een gebrek aan begrip van de (technische) mogelijkheden en de mogelijke impact daarvan. Anderzijds, en niet minder belangrijk, wekken de complexe wetgeving en de bijbehorende administratieve procedures angst op. Het draait dus niet alleen om het besef van wat er mogelijk is, maar ook om het begrijpen en naleven van verplichtingen. Bovendien, wanneer iemand eerder een negatieve ervaring heeft gehad met een energieadviseur of aannemer, is de bereidheid om aan een renovatieproject te beginnen nog lager.

Ten tweede spelen **economische overwegingen** een rol. De business case voor energiezuinige renovaties is vaak positief, al dan niet met behulp van subsidies. Toch leidt dit niet automatisch tot een constante stroom van projecten. De beschikbaarheid van financiële middelen vormt namelijk een beperkende factor. Hoewel het vaak draait om het vinden van geschikte financieringsbronnen, zijn er situaties waarin energiearmoede en dus een gebrek aan financiële draagkracht een rol spelen. De recente discussies over hoge energieprijzen laten zien dat dit een diepgeworteld maatschappelijk probleem is.

Wanneer vastgoed wordt verhuurd, ontstaat een extra complexiteit: de zogenaamde split-incentive tussen eigenaar en huurder. De eigenaar wil pas investeren als deze investering kan worden doorberekend in de huurprijs. De huurder heeft echter geen beslissingsbevoegdheid maar wordt liever niet geconfronteerd met een hogere huurprijs.

De derde factor heeft betrekking op de renovatie zelf. Een ingrijpende aanpassing is een intensief en vaak langdurig proces dat aanzienlijke planning, mankracht en flexibiliteit van de bewoners vereist. Zij moeten gedurende lange tijd alternatieve huisvesting vinden. Deze **combinatie van vaardigheden en mentale weerbaarheid** vormt vaak een obstakel, zelfs als het project technisch en financieel interessant is en er voldoende middelen beschikbaar zijn.

Deze drie factoren zijn niet los van elkaar te zien, maar komen op verschillende momenten in een renovatieproces naar voren. Beperkte kennis kan bijvoorbeeld het zoeken naar financiële middelen minder waarschijnlijk maken, en zonder begrip of financiering is het onmogelijk om daadwerkelijk een renovatieproject te plannen. Deze onderlinge verbanden benadrukken de noodzaak van een one-stop-shop aanpak.

Gedurende elk stadium van een renovatieproces worden bouwers in meer of mindere mate met deze factoren geconfronteerd, vooral bij complexe of ingrijpende renovaties. In dergelijke gevallen is het logisch om oplossingen zo veel mogelijk onder één dak aan te bieden.

2.2 Collectieve renovatie

De laatste jaren groeit de aandacht voor collectieve renovatie, waarbij volledige appartementsgebouwen of wijken in één keer worden vernieuwd. De theorie hierachter is dat er op die manier een veel grotere impact mogelijk is, terwijl de kosten door schaalvoordelen onder controle worden gehouden.

Aan de andere kant neemt de complexiteit van een renovatieproject aanzienlijk toe. Technisch gezien vereisen de oplossingen meer uitgebreide aanpassingen en moeten componenten op elkaar worden afgestemd. Op economisch vlak moet er een business case worden opgesteld, waarin de verdeling van kosten en baten wordt beoordeeld. Bovendien is er overeenstemming nodig tussen alle betrokken partijen/eigenaren voordat het eigenlijke werk kan beginnen. Eenmaal de werkzaamheden zijn gestart, is er aanzienlijk meer coördinatie nodig om alle uitvoeringsfasen op elkaar af te stemmen.

Dit betekent dat de eerder genoemde drempels voor renovatie nog sterker spelen in deze context. De behoefte aan en meerwaarde van een one-stopshop is dan ook aanzienlijk.

2.3 OSS als beleidsinstrument

Gebouwen en renovatie zijn pijlers van het klimaatbeleid, zowel op Europees als lokaal niveau. Zowel in het Clean Energy for all Europeans-pakket (het inmiddels bekende Winterpakket), het initiatief "Smart Finance for Smart Buildings" van de EIB en de Europese Commissie, als in de bijbehorende richtlijn, wordt expliciet melding gemaakt van een OSS (One-Stop-Shop) als instrument dat door lidstaten moet worden ingezet om meer investeringen in renovatie mogelijk te maken.

Hierbij wordt de nadruk gelegd op toegankelijke en transparante adviesverstrekking, terwijl OSS tegelijkertijd worden beschouwd als toegangspoorten tot verschillende financieringsinitiatieven. Volgens de Energy Performance of Buildings Directive (EPBD) moeten lidstaten zorgen voor passende financiële maatregelen voor kwetsbare doelgroepen en technische ondersteuning via one-stop-shops.

De focus op OSS als beleidsinstrument is begrijpelijk. Ze fungeren als interfaces tussen bouwheren, eigenaars, gezinnen aan de ene kant en alle professionele partijen die betrokken zijn bij renovatie, zoals aannemers, banken en lokale overheden, aan de andere kant. Dit biedt niet alleen mogelijkheden om projecten voor emissiereductie sneller en doeltreffender uit te voeren, maar het is ook een manier om energiarmede te bestrijden, lokale werkgelegenheid te bevorderen en zelfs bij te dragen aan wijk- of gemeenschapsopbouw. Voor overheden is dit een aantrekkelijk model, gezien de maatschappelijke meerwaarde van een OSS (naast de private voordelen voor de gebruikers ervan) aanzienlijk is en op verschillende niveaus impact heeft.

2.4 Een operationele definitie

Bovenstaande overwegingen geven aan dat de meest zinvolle benadering van de One-Stop-Shop voor huiseigenaars degene is die gebaseerd is op de mate waarin de drempels van kennis, capaciteit en financiering worden overwonnen.

2.4.1 Customer journey staat centraal

Het eerste deel van een definitie moet vastleggen wat precies de barrières zijn en in welke volgorde een eigenaar/bouwheer ermee geconfronteerd wordt. De customer journey die deze laatste doorloopt, is bepalend.

Voortbouwend op de literatuur en het werk in eerdere projecten, onderscheiden we verschillende fases in een renovatietraject. Elke fase omvat een evolutie in de houding van de bouwheer en leidt tot een sleutelmoment waarop de volgende fase begint.

- Bewustwording omvat het proces van het realiseren dat renovatie een optie is en meerwaarde kan bieden. Dit resulteert op zich nog niet in directe actie, maar het maakt dat de eigenaar openstaat voor de idee van renovatie.
- Interesse wekken bouwt voort op bewustwording en leidt tot een situatie waarin men begrip krijgt van de mogelijkheden voor en de impact van diepgaande renovatie. Ook hier is er nog geen sprake van actie ondernemen.
- In de oriëntatiefase begint er activiteit te ontstaan rond een mogelijk eigen renovatieproject. Men begint zich te informeren, documentatie door te nemen, eventueel partijen te contacteren om over opties te spreken. Dit tastgedrag vormt het kantelpunt.
- Tijdens de voorbereiding en financiering is de principiële beslissing genomen en wordt het renovatieproject op poten gezet. Er worden plannen gemaakt, financiering gezocht, mogelijke aanbieders leveren offertes en alle puzzelstukken moeten op hun plaats vallen voordat de eigenlijke werkzaamheden kunnen beginnen.

- Uitvoering en eerste gebruik zijn cruciaal voor de ervaring van de bouwheer. Dit zijn de dagen/weken/maanden waarin het wooncomfort sterk verstoord wordt door de werkzaamheden. Het resultaat meteen na oplevering moet dus aantrekkelijk genoeg zijn om de ongemakken te compenseren.
- Opvolging is een fase die lang kan duren. Deze fase dekt de periode waarin een tevreden eigenaar latent open blijft staan voor nieuwe mogelijkheden, maar er niet per se actief naar op zoek gaat.
- De herhaling luidt het begin in van een nieuwe cyclus van oriëntatie, voorbereiding en uitvoering.

In de eerste drie fases van deze customer journey is het vooral de kennisbarrière die een rol speelt. In de voorbereidingsfase komt de financiële drempel in beeld, terwijl een gebrek aan capaciteit gedurende de uitvoering en opvolging een punt is.

Alle eigenaars doorlopen deze cyclus, maar ze doorlopen elke fase op verschillende manieren. Bij velen nemen de eerste twee stappen veel tijd in beslag, maar er zijn ook situaties waarin men snel in de oriëntatiefase of zelfs de voorbereidingsfase terecht komt. Dit betekent dat een one-stop-shop geen one-size-fits-all benadering kan hebben en gedifferentieerde ondersteuning moet bieden, afhankelijk van de behoeften en achtergrond van de betrokkene.

2.4.2 Een pallet aan dienstverlening

Het tweede deel van de definitie omvat juist deze differentiatie in diensten. Afhankelijk van hoe ver een OSS gaat, onderscheiden Biere-Arenas en zijn collega's (2021) vier typen:

- De facilitator biedt informatie en vergemakkelijkt het leggen van contacten en het maken van afspraken.
- Een coördinator regelt bovendien de uitvoering van de werken en mogelijk de afstemming met financiële partijen.
- Het all-inclusive model gaat nog een stap verder, waarbij alle renovatiediensten, van advisering tot financiering en uitvoering, uit één hand worden aangeboden. Bovendien neemt de OSS verantwoordelijkheid over het proces.
- Een ESCO (energy services company) is tenslotte een all-inclusive OSS die bovendien garanties biedt voor energiebesparingen na de uitvoering van de werken. Deze besparingen vormen dan ook hun bron van inkomsten.

Samengevat beschouwen we een One-Stop-Shop dus als een instantie die ondersteunende diensten aanbiedt aan eigenaars/bouwheren in elk van de stadia van hun renovatieproces.

Dit lijkt een ruime en eenvoudige definitie, maar er zitten enkele bewuste keuzes in verborgen. Ten eerste wordt er gekeken naar eigenaars/bouwheren, wat betekent dat huurders niet de primaire doelgroep zijn. We erkennen het probleem van de split-incentive tussen verhuurders en huurders, maar beschouwen het niet als de taak van de OSS om dit op te lossen. Dit is namelijk een algemeen fenomeen dat beter wordt aangepakt via algemene maatregelen zoals premies of regelgeving.

De tweede keuze is dat er wordt gekeken naar ondersteuning gedurende de verschillende fasen.

Dienstverlening die de nadruk legt op slechts één enkele fase valt strikt genomen niet binnen wat we begrijpen als een OSS. We zullen hier later in dit rapport uitgebreider op terugkomen bij de bespreking van de typologieën.

2.5 Opzetten van nieuwe OSS – business modellen

Ondanks de aantrekkelijkheid voor het beleid en de ogenschijnlijk eenvoudige definitie is het aantal One-Stop-Shops (OSS) voor woningrenovatie niet overweldigend. Het opzetten - en succesvol laten draaien - ervan is dan ook minder vanzelfsprekend dan soms wordt voorgesteld. In de literatuur worden vijf criteria genoemd waaraan een aanbieder moet voldoen om een OSS te kunnen aanbieden:

1. Toegang tot betrouwbare partners: Een sterk en uitgebreid netwerk in verschillende sectoren is cruciaal. Dit kan niet op korte termijn worden opgebouwd.
2. Mogelijkheid om lokale schaalvoordelen te creëren: Het bereik binnen een bepaalde regio moet groot genoeg zijn om voldoende projecten in portfolio te hebben en te kunnen combineren.
3. Transactiecapaciteiten: Het vermogen om coördinatie en organisatie te faciliteren.
4. Productiecapaciteiten: Het vermogen om renovatiewerkzaamheden uit te voeren.
5. De waargenomen aantrekkelijkheid van een OSS-kans: Er moet voor de operator een meerwaarde zijn in het opzetten en laten draaien van een OSS. In sommige gevallen kan deze motivatie strategisch zijn (bijvoorbeeld voor positionering of toegang), maar in de meeste situaties zal het financieel gemotiveerd zijn.

Eerdere beoordelingen bevestigen dat veel actoren aarzelen om een OSS op te starten, zowel publieke actoren (zoals gemeentelijke energie-adviseurs of regionale overheden) als private spelers die betrokken zijn bij verschillende fases van het bouwproces, zoals aannemers of banken. Dit geeft aan dat het niet eenvoudig is om een goed businessmodel voor een OSS te vinden dat effectief functioneert en tegelijkertijd voldoende toegevoegde waarde biedt voor de oprichter.

Bij het bespreken van het businessmodel wordt in eerste instantie gekeken naar economische waarde, namelijk betalingen die voortkomen uit het vervullen van de behoeften van de klant, zoals besparingen of verbeterd comfort. Bij renovatie spelen echter ook sociale en milieukwesties een belangrijke rol. Dit betekent dat bij het opzetten van een OSS vanuit een meer holistisch perspectief kan en moet worden gedacht. We zien dat sommige publiek ingerichte OSS's tot op zekere hoogte dit bredere perspectief omarmen. Zo is er bijvoorbeeld het Zweedse model dat het economische perspectief (weergegeven in een businessmodel canvas) combineert met elementen van levenscyclusanalyse en stakeholdermanagement om zo een milieu- en sociaal canvas toe te voegen.

In de studie die voorligt, hanteren we eveneens dit bredere perspectief om een vollediger beeld van One-Stop-Shops en hun toegevoegde waarde te schetsen.

2.6 Relatie tot andere ondersteuningsmaatregelen voor renovatie

One-Stop-Shops (OSS) dekken per definitie de volledige klantenreis van een (ver)bouwer. Dit betekent echter niet dat ze de enige instrumenten zijn in een beleid dat renovatie wil bevorderen. We schetsen de positie van een OSS in dit landschap vanuit twee perspectieven: dat van de OSS als geheel versus de deelinstrumenten, en dat van de OSS als individuele maatregel versus meer collectieve benaderingen.

2.6.1 OSS en deelinstrumenten

Omdat het opzetten van een OSS een uitdaging is, wordt deze zelden vanuit het niets gecreëerd. Het is eerder een evolutie waarin verschillende ondersteuningsmaatregelen steeds meer worden gegroepeerd onder één aanbieder of aanspreekpunt.

Vaak zijn de maatregelen gericht op bewustwording en kennis, de eerste die worden ingezet. Informatieloketten, adviseurs en energiescans behoren tot deze categorie. Een randgeval is een matchmaking-aanbod, waarbij een opdrachtgever wordt doorverwezen naar de meest geschikte dienstverleners/aannemers/uitvoerders.

Een tweede ondersteuningsinstrument is hulp bij het vinden van/onderhandelen over financiering. Dit neemt vaak de vorm aan van adviesgesprekken waarin financiële plannen worden opgesteld op maat van de bouwer. In sommige gevallen ondersteunt de adviseur zijn cliënt ook bij de onderhandelingen met financiële instellingen.

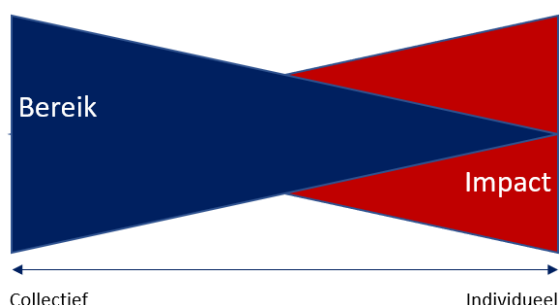
Coaching en coördinatie bij de uitvoering van de verbouwing, tot slot, is een intensieve vorm van begeleiding/dienstverlening door een gespecialiseerd professional. Vaak vormt dit het sluitstuk in de opbouw naar een OSS toe.

2.6.2 Collectieve vs. individuele instrumenten

De customer journey is niet alleen een opeenvolging van fasen, maar ook een trechter. Aan het begin zijn er een groot aantal potentiële projecten, waarvan er naarmate men vordert in de journey steeds meer afvallen. Uit het grote doelpubliek bij bewustwording zullen sommigen interesse tonen en uiteindelijk op zoek gaan naar mogelijkheden voor hun eigen renovatie. Slechts een deel van hen zal daadwerkelijk de middelen vrijmaken/zoeken en actie ondernemen.

Dit betekent dat de instrumenten aan het begin van de klantenreis eerder collectief zijn: ze zijn gericht op een veel breder doelpubliek, maar hebben over het algemeen een lagere impact.

In de latere stadia spelen individuele maatregelen de hoofdrol. Ze zijn telkens gericht op één specifiek renovatieproject, maar kunnen daarop een aanzienlijke impact hebben.



Figuur 2: Collectieve vs. Individuele Warmteoplossingen

One-Stop-Shops omvatten beide typen ondersteuning, maar uit deze studie zal blijken dat hun kracht vooral ligt in het werken met individuele projecten.

3 Sectoranalyse

3.1 Inleiding

De afgelopen 15 jaar is er heel wat kennis rond OSS opgebouwd. Zowel in België maar ook in het buitenland. De kennis is alleen versnipperd over vele projecten, rapporten en papers. Met een sectoranalyse brengen we de relevante inzichten samen.

In Vlaanderen wordt het concept van OSS vandaag sterk geassocieerd met de werking van de energiehuizen (die trouwens stelselmatig verder wordt uitgebouwd). Alle energiehuizen zijn daarom in deze studie meegenomen, maar ze zijn in een breder perspectief geplaatst samen met OSS uit de twee andere gewesten en uit het buitenland.

Het doel van deze doorlichting is om een beter begrip te krijgen van de grote trends in de sector. Die zullen later aangevuld worden met gedetailleerde case studies naar een aantal geselecteerde OSSen. Het hart van deze analyse is een inventaristabel met een steekproef van bekende en minder bekende, binnen- en buitenlandse cases. Die wordt vervolgens gebruikt om een aantal typologieën van OSS uit te werken

3.2 De inventaris

Er werd een longlist samengesteld van 68 OSS-cases uit binnen- en buitenland. Hierbij werd gekeken naar cases waarnaar wordt verwezen in bestaande literatuur over OSS, aangevuld met initiatieven bekend bij de leden van het projectteam en deskresearch.

De longlist omvat een grote diversiteit aan initiatieven in binnen- en buitenland. Een aantal zaken springen in het oog:

- OSS is een fenomeen van de afgelopen 15 jaar. De meeste initiatieven zijn zelfs een heel stuk minder oud dan dat.
- Veel OSS hebben een beperkte levensduur. Initiatieven lijken na een aantal jaar uit te doven – of worden zelfs expliciet op projectbasis gestart zonder commitment om er op langere termijn mee voort te gaan. Naast projectgebonden bestaans-termijnen, is onvoldoende financiering de voornaamste reden voor OSS om ermee te stoppen.
- Initiatieven worden in heel Europa teruggevonden en zijn zeker niet enkel beperkt tot de Scandinavische landen,

Voor elk van deze cases werden een aantal parameters nagetrokken.

- **Inrichter:** wie staat aan het ontstaan van de OSS? Gaat het om publieke, private of combinatie van beide partners? Op welk niveau bevinden de inrichters zich? EU, nationale, regionale, provinciale, intergemeentelijke, lokale overheid, bedrijf?...?
- **Missie:** vanuit welke missie biedt de OSS renovatiebegeleiding en energie-advies aan?

- **Doelgroep:** focust de OSS zich op een bepaalde of meerdere doelgroep(en) zoals eigenaars/ huurders/ VME's/ ondernemers/ nieuwbouwprojecten/ woningen in een bepaalde wijk/ kwetsbare groepen/ sociale woningen/ ...
- **Diensten:** welke diensten biedt de OSS aan? Gaat het enkel om algemene tips, een infoloket met energierenovatie advies op maat – eventueel aan huis, of ook om matching met aannemers en opvolging van werken, tot het aanbieden van energieleningen? Deze diensten worden ingepast in de verschillende fasen van de klantreis (bewustwording, interesse wekken, oriëntatie, voorbereiding en financiering, uitvoering en eerste gebruik, opvolging, herhaling)
- **Business model:** hoe wordt de werking van de OSS gefinancierd?
- **Oprichting:** Wanneer werd de OSS opgericht? Wanneer is/was de OSS actief?
- **Aantal begeleidingen:** Hoeveel begeleidingen heeft de OSS uitgevoerd en (succesvol) afgerond sinds de oprichting?
- **Streefdoel:** Werkt de OSS aan energierenovatie met Energielabel A als streefdoel, of eerder met als doel een labelsprong voor de woningen?

Basisgegevens zoals de inrichter en de missie zijn vrij vlot beschikbaar, maar veel andere informatie wordt typisch minder gemakkelijk gegeven. Zeker rond het business model en de *track record* wordt slechts spaarzaam gecommuniceerd. Op een enkele private OSS na (die de cijfers gebruikt als commercieel argument), worden hierover de lippen stijf op elkaar geklemd.

België (48)	Internationaal (19)
Vlaamse Energiehuizen (19)	ESCO Nijkerk (NL)
Woningpas	Energiedienstenorganisatie (NL)
Wijkwerf	Remarkt (NL)*
Renovatiewerf	RenoBooster (AT)*
RenoSeec (Sint-Niklaas; Oudenaarde)	Aradippou OSS (CY)*
Befutura*	Frederikshavn OSS (DK)
ICARUS	Betterhome (DK)
C-REAL	Litomerice (CZ)
Provinciale Steunpunten Duurzaam Bouwen	ProjektDoktor (HU)
Guichets énergie (16)	HolaDomus (ES)*
Homegrade	Opengala (ES)
Knauff Energie Solutions	Renovation Underwriting (UK)
RenoWatt	Ecorfub (UK)*
Durabrik	ALIEnergy (UK)
	Turnkey Retrofit (FR/IE/ES)
	SEM Ile de France énergies (FR)
	France Renov' (FR)
	Oktave (FR)*

*Deze OSS zijn niet meer actief.

Figuur 2 OSS opgenomen in de inventaris

3.3 De customer journey

Naast de basisgegevens rond elke OSS, werd de kruising gemaakt met de verschillende fases van de klantreis zoals omschreven in 2.4.1. De verwachting is immers dat een one-stop-shop in zo goed als alle stadia een aanbod heeft.

3.3.1 Hoe omvattend zijn OSS?

De Customer Journey telt zeven fases. Figuur 3 geeft aan in hoeveel van die fases een OSS een aanbod heeft. Daarbij is geen onderscheid gemaakt tussen de aard of uitgebreidheid van een bepaalde dienst – zodra er een aanbod is, wordt het meegeteld. Zo is binnen de fase bewustwording bv. het aanbieden van een folder even zwaar gewogen als het organiseren van roadshows. De figuur is dus een louter kwantitatieve optelling en geen waarde-oordeel over de aard, de diepgang of de effectiviteit van de geleverde ondersteuning.

We moeten vaststellen dat geen enkele van de onderzochte OSS in meer dan vijf stadia actief is. Het overgrote deel (38 van de 67) beperkt zich zelfs tot een aanbod in slechts drie stappen. De meeste topscores werden trouwens in het buitenland genoteerd, in Denemarken, Oostenrijk en Frankrijk. In België profileert enkel Befutura (dat momenteel in de koelkast zit) zich als een speler met een vrij volledig gamma aan ondersteuning.

Eén en ander impliceert dat de term “One-stop shop” in veel gevallen niet terecht is. Er is een tendens om elke dienstverlening rond renovatie het label te geven, zelfs als de scope eerder beperkt is. Dit doet geen afbreuk aan dit aanbod – zoals hoger aangegeven is een OSS slechts 1 vorm van ondersteuning binnen een geheel aan mogelijkheden. Het bemoeilijkt wel het publieke debat rond renovatie-ondersteuning in Europa en de rol die overheden en andere actoren daarin spelen. Het is dan ook aan te bevelen om periodiek opnieuw een inventaris van initiatieven te maken en die te beoordelen op dezelfde manier als in deze studie gebeurt. Dit vermijdt spraakverwarring en maakt dat evoluties correcter opgevolgd kunnen worden.

3.3.2 Waarop focussen OSS hun dienstverlening?

Figuur 4 toont dat de meeste OSS hun dienstverlening concentreren rond de fases van oriëntatie (62) en voorbereiding & financiering (67). In mindere mate is er aandacht voor het wekken van interesse (32) en ondersteuning bij de eigenlijke werken (31).

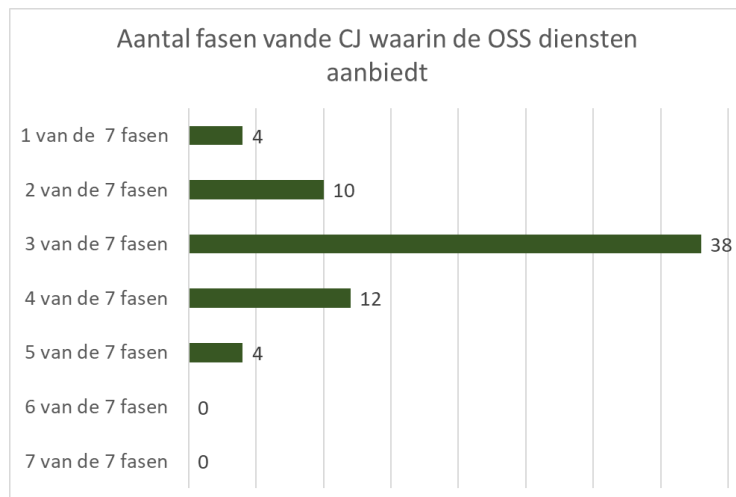
Met een boutade kunnen we stellen dat de rol die wordt opgenomen, die is van vanrails voor mensen die het juiste maar kronkelige pad naar energierenovatie al hebben gevonden.

In de meerderheid van de gevallen stopt de wegwijzer echter voor de eigenlijke werkzaamheden aangevat worden. De eerste mogelijkheid is dat dit betekent dat een renovatie niet meer geacht wordt stil te vallen eens de voorbereiding en financiering in orde zijn. Een andere lezing is cynischer en houdt het erop dat het omslachtiger is om de renovatiebegeleiding zelf te organiseren.

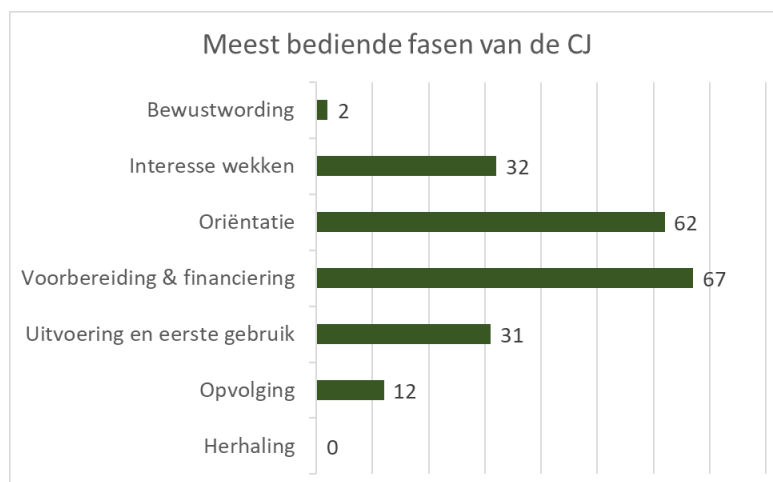
Los van deze bedenkingen, is het frappant hoe er zo goed als niet op bewustwording of herhaling wordt gewerkt.

Bewustwording is een activiteit die moeilijk ligt voor een OSS die doelstellingen moet halen qua omzet en aantal behandelde cases. Dit geeft aan dat andere, collectieve, maatregelen nodig zijn als complement van een OSS. Pas wanneer de instroom aan gesensibiliseerde bouwheren groot genoeg is, kan volwaardige werking rond trajectbegeleiding opgebouwd worden.

Herhaling kan mogelijk een deel van de dienstverlening worden, als een vorm van accountmanagement. Daarin worden mensen, na afloop van hun renovatietraject, periodiek opgevolgd om te peilen naar mogelijkheden en ambities voor volgende ingrepen. Dit is wel een vorm van dienstverlening die eerst goed doordacht moet worden om ze ook te doen aanslaan. Daarbij is ook ambassadeurschap een rol binnen de laatste fase. Klanten die een goede ervaring hebben gehad, kunnen met dit verhaal naar buiten treden in hun eigen kringen of breder ter promotie van de one-stop-shop werking.



Figuur 3: Het aantal fasen van de customer journey waarin een OSS diensten aanbiedt



Figuur 4: De fasen van de customer journey die het meeste door OSS worden afgedekt

3.4 TYPOLOGIEËN

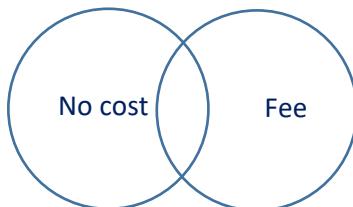
De vaststellingen uit de vorige sectie kunnen verder verfijnd worden door de OSS in te delen volgens drie typologieën, gebaseerd op drie van de parameters die hoger besproken werden:

- Volgens business model
- Volgens missie
- Volgens inrichter

3.4.1 Business model

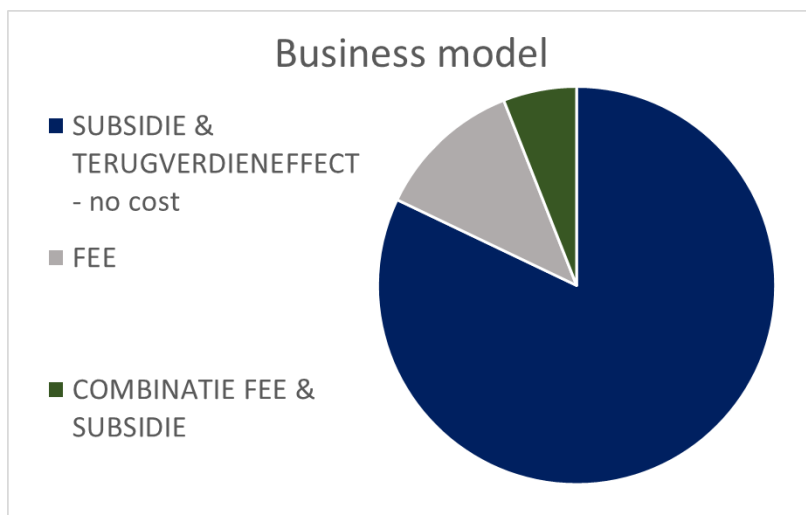
Overzicht

Er zijn drie hoofdmanieren waarop een OSS zijn werking financiert:



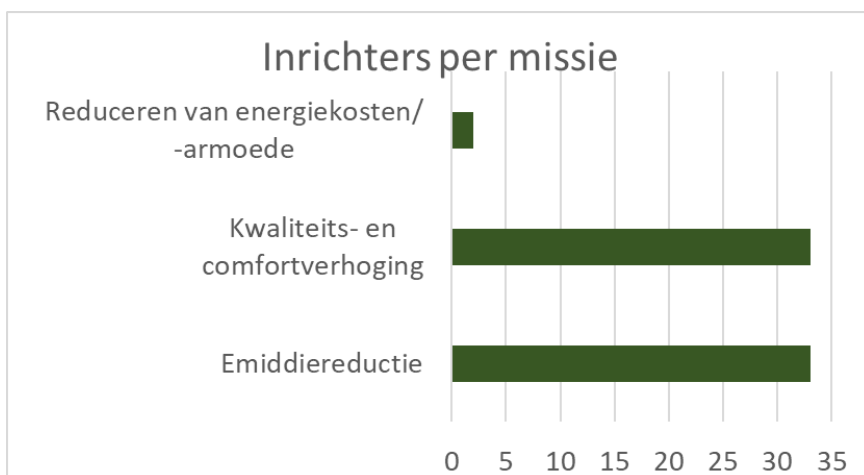
- Het no-cost model rekent geen directe bijdrage aan de klanten. De financiering komt van subsidies of indirecte inkomsten (bijvoorbeeld door de toegenomen verkoop van bouwmaterialen door de aanbieder, zoals bijvoorbeeld bij Betterhome).
- In het geval van een "fee" wordt een vergoeding betaald voor de diensten. Dit kan een directe betaling zijn door de klant/bouwer (zoals bij SEM Ile de France), maar het kan ook een bijdrage zijn van de aannemer(s) van het renovatieproject dat wordt uitgevoerd (zoals bijvoorbeeld bij Fredrikshavn).
- Het gemengde model biedt basisdiensten kosteloos aan, maar vraagt wel een vergoeding voor meer geavanceerde ondersteuning (zoals bijvoorbeeld bij Oktave).

Het meest voorkomende business model is zondermeer no fee. Meer dan tweederde van alle OSS in de steekproef hanteren dit.



Figuur 6: Typologie op basis van verdienmodel

Tegelijkertijd is er een aanzienlijke minderheid die aantoont dat het mogelijk is om een betalende dienstverlening op de markt te brengen. Het gemengde model komt slechts in vier gevallen voor, en we zullen dit model minder uitgebreid bespreken, aangezien de bevindingen grosso modo ook daarop van toepassing zijn.

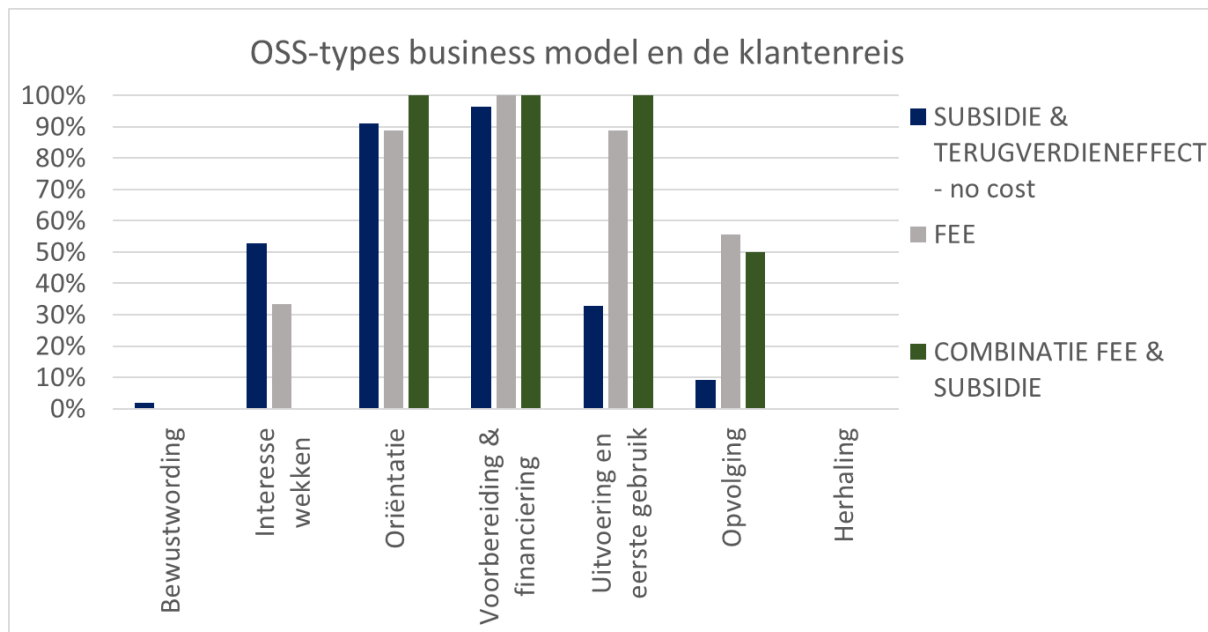


Figuur 5: Inrichters per type business model

Het lijkt erop dat de gratis en betaalde one-stop-shops van verschillende aard zijn. Een kruisanalyse met betrekking tot de aanbieders bevestigt dit vermoeden. Het no-fee model komt vooral voor bij publieke initiatieven, terwijl het voor private initiatieven veel gebruikelijker is om te werken met betalingen. We zullen hier later op terugkomen in de typologie op basis van de aanbieders.

3.5 Dienstverlening en de klantenreis

De centrale vraag is of een verschil in verdienmodel ook leidt tot een verschil in ondersteuning. Op de grafiek wordt per type OSS aangegeven welk percentage ondersteuning biedt in een bepaalde stap van de customer journey.



Figuur 6: Ondersteuning van de klantenreis volgens het type business model

We zien opnieuw de grote nadruk op de oriëntatie en de voorbereiding/financiering bij alle drie de groepen¹. Hierin zijn de no cost en de betalende business modellen even intensief vertegenwoordigd.

Deze eerste vaststelling verbergt echter een substantieel verschil. Voor de gratis OSS betekent de voorbereiding meestal het eindstadium. Zij zijn vooral sterk georiënteerd op de eerste fases, zoals het overwinnen van de informatiebarrière en het leiden van mensen naar een renovatieproject.

Wanneer er betaling wordt gevraagd, is het veel gebruikelijker dat de dienstverlening voortloopt tijdens de uitvoering en de opvolging nadien. Deze betaalde OSS profileren zich veel minder rond algemene informatie en het wekken van interesse voor renovatie. Ze zijn eerder gericht op volledige ontzorging en het oplossen van capaciteitsproblemen.

Kort door de bocht kan worden gesteld dat de twee typen OSS complementair zijn. De gratis diensten trekken een huiseigenaar het traject in, terwijl de betalende diensten er zijn om (intensiever) de uitvoering tot een goed einde te brengen en ervoor te zorgen dat er een tevreden klant achterblijft

¹ Een caveat bij de cijfers: De groep "gemengd" telt maar vier OSS. Dit maakt dat de resultaten richtinggevend zijn, maar zeker niet absoluut.

Het is interessant om na te gaan in hoeverre dit in de praktijk ook het geval is. Is er binnen één regio voldoende aanbod aan OSS om de verschillende types naast elkaar te hebben? Begint men inderdaad met een gratis OSS om later over te stappen naar de betalende dienstverlening van een andere? Verwijzen instanties effectief naar elkaar door?

Eerder hebben we al vastgesteld dat er geen aanbieders zijn die alle fases van de klantenreis dekken. Uit deze analyse volgt dat het mogelijk haalbaarder is om een driedeling voor ogen te houden:

- **Collectieve bewustwordingsmaatregelen**
Informatiecampagnes, websites, enzovoort, gericht op een breed doelpubliek.
- **Oriënterende en adviserende loketfuncties**
Meer toegespitste, individuele adviesverlening en bijstand rond de verschillende aspecten die bij een renovatie betrokken zijn.
- **Bouwcoördinatie en opvolging**
Een intensieve ontzorging tijdens de meest ingrijpende stappen van de klantenreis.

De eerste twee diensten zullen meestal gratis worden aangeboden, terwijl de derde vorm van ondersteuning typisch betalend is. Deze scheiding is uiteraard niet strikt. Sommige advisering (bijvoorbeeld het opstellen van een financieel plan) kan tegen vergoeding zijn, terwijl sommige stappen in de bouwcoördinatie (zoals matchmaking met aannemers) mogelijk gratis zijn.

De tijd zal uitwijzen of de drie modellen elk blijven bestaan, dan wel samensmelten. Dit zal afhangen van de marktomstandigheden, maar ook van de beleidskeuzes (en bijbehorende ondersteuning) die de komende jaren worden gemaakt. In elk geval is het duidelijk dat dit een werk van vele jaren wordt en een consistent, volgehouden beleid nodig is.

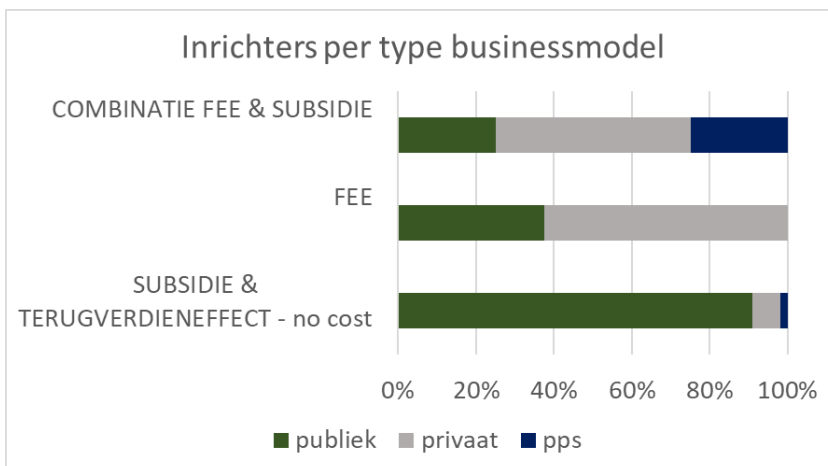
3.5.1 Missie

Overzicht

Er zijn drie mogelijke hoofddoelstellingen:

- **Emissiereductie:** Het verminderen van CO₂-uitstoot en bijdragen aan het klimaat, met een nadruk op het maatschappelijk belang.
- **Kwaliteits- en comfortverhoging:** De nadruk ligt op de tastbare verbetering van de woning, met de persoonlijke voordelen voor de eigenaar/bewoner.
- **Reductie van energiekosten/-armoede:** Het waarborgen van beschikbare energie, zelfs voor de meest kwetsbaren, met een sterke sociale drijfveer.

Elke OSS omvat elementen van alle drie de missies, maar één ervan wordt meestal benadrukt.



Figuur 9: Typologie op basis van missie

We zien dat emissiereductie en kwaliteits- en comfortverhoging ongeveer even vaak voorkomen, terwijl het verminderen van energie-armoede veel minder vaak voorkomt. Dit komt voort uit vaststellingen die de afgelopen jaren vaker zijn gedaan: aandacht voor het klimaat is voor veel mensen geen grote motivator. Daarom wordt vaak gekozen voor profilering als een dienst die het comfort van de woning verbetert, met als onbedoeld neveneffect dat de uitstoot wordt verminderd. De aanpak van energie-armoede komt zelden voor in dit overzicht; slechts twee OSS richten zich hierop. Dit is een complex maatschappelijk probleem dat de reikwijdte van een OSS ver overschrijdt. Het komt vaak voor in de context van deze initiatieven, meestal als afweging tussen investeringen in hernieuwbare energieproductie enerzijds en het helpen van mensen in sociaal kwetsbare situaties anderzijds. Het lijkt eerder te liggen aan algemene ondersteuning van deze groep, deels gefinancierd door de maatschappelijke baten van energie-investeringen.

Het is van cruciaal belang om te erkennen dat (energie-)armoede diep geworteld is en een integraal onderdeel is van de energietransitie. Een OSS is echter, net als elke andere individuele maatregel, niet het meest geschikte antwoord hierop.

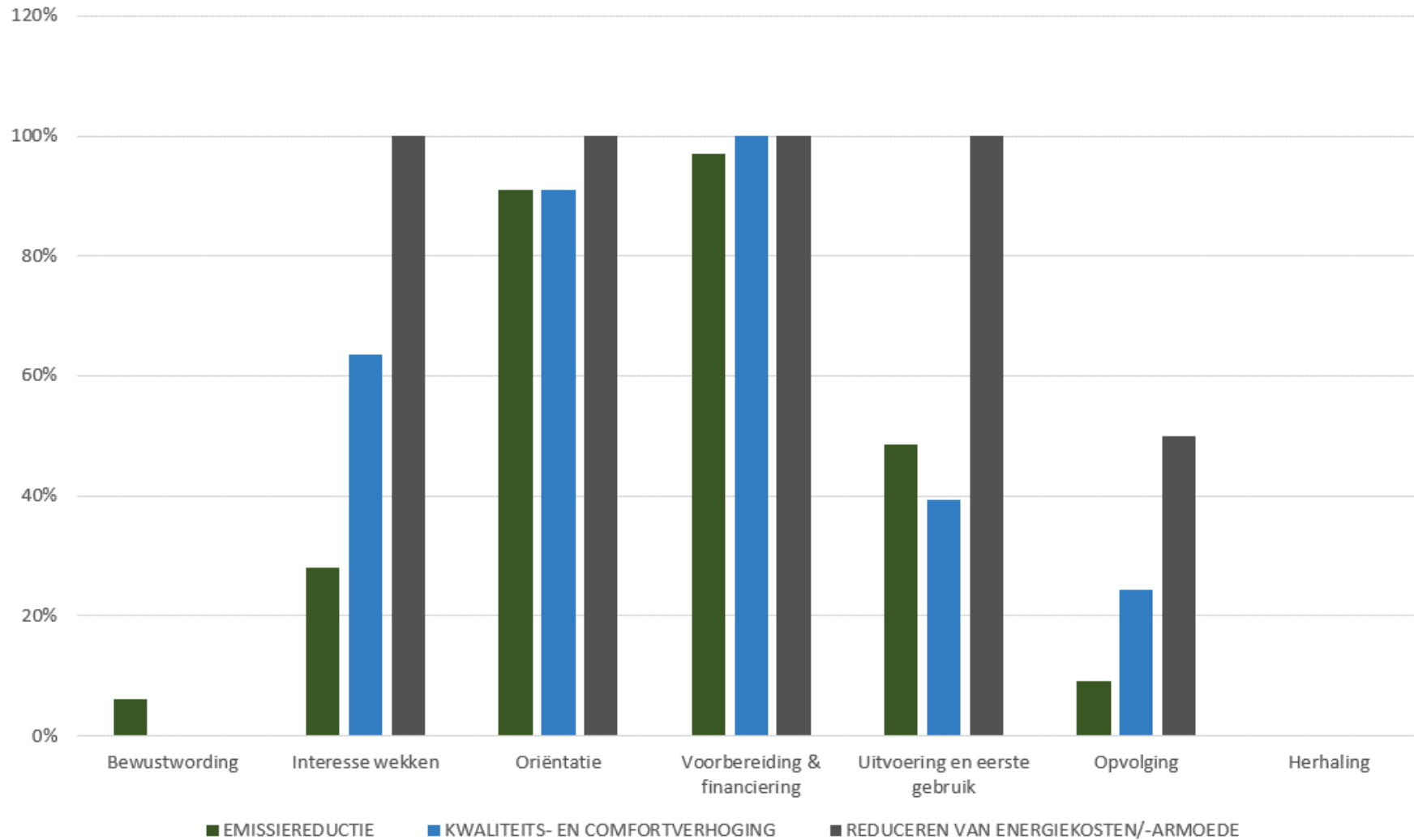
Dienstverlening en klantenreis

Figuur 10 hieronder toont hoe de klantenreis wordt ondersteund, afhankelijk van de missie.

Over het algemeen zijn de verschillen veel minder uitgesproken (de resultaten voor de twee armoedereductie-initiatieven moeten voorzichtig worden geïnterpreteerd en vertekenen dit beeld minder dan op het eerste gezicht lijkt). Missie is dus niet echt een onderscheidende factor tussen de one-stop-shops.

De - relatief beperkte - verschillen laten zien dat OSS die zich richten op emissiereductie, zich vooral richten op bewustwording. Dit komt overeen met de maatschappelijke rol die ze vervullen, hoewel dit door slechts een klein aantal instanties wordt aangeboden. Aan de andere kant van de klantenreis zien we dat een focus op energie-armoede vaker leidt tot ondersteuning bij de uitvoering en opvolging van de werkzaamheden. Dit is ook niet verwonderlijk, aangezien we weten dat ontzorging een grotere rol speelt bij deze doelgroep dan bij de algemene bevolking.

OSS-types missie en de klantenreis



Figuur 7: Ondersteuning van de klantenreis volgens het type business model

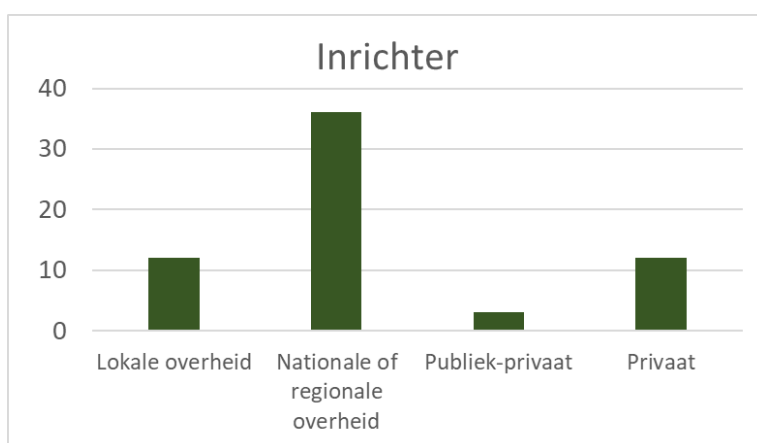
3.5.2 Inrichter

Overzicht

We onderscheiden vier groepen van organisatoren. Het gaat hierbij om de instantie die het initiatief neemt en de aansturing verzorgt. Vaak zien we vooruitgeschoven loketten of communicatiekanalen die onder een andere entiteit vallen. Deze zijn niet doorslaggevend geweest.

- **Lokale overheid**
Steden of gemeenten die voor hun eigen bewoners vaak een laagdrempelige dienstverlening opzetten.
- **Regionale of nationale overheid**
Dienstverlening voor een grotere regio. Vaak zijn er vertakkingen of loketten ingebed bij lokale overheden (bijv. Guichets Energie in Wallonië).
- **Privaat**
Private bedrijven of organisaties. Energiecoöperaties vallen hieronder, maar ook meer traditionele bedrijven die een OSS als een interessante commerciële optie zien.
- **Publiek-private samenwerkingen**
Een hybride vorm, vaak een samenwerking gericht op vernieuwende of gedurfde bedrijfsvoering. Kennisinstellingen kunnen ook betrokken zijn.

Nationale en regionale overheden zijn duidelijk de meest voorkomende organisatoren. Lokale overheden en de private sector dragen het grootste deel van de rest bij. Samen vertegenwoordigen ze bijna evenveel initiatieven als de nationale/regionale overheden. Dit geeft niet alleen aan dat de publieke sector een cruciale rol speelt in de oprichting van OSS, maar ook dat het concept aantrekkelijk genoeg is voor private partijen om te proberen. Verdere studie naar de levensduur en het succes van de initiatieven zal duidelijk maken of deze aantrekkelijkheid blijft bestaan.



Figuur 8 Typologie volgens inrichter

3.6 Dienstverlening en klantenreis

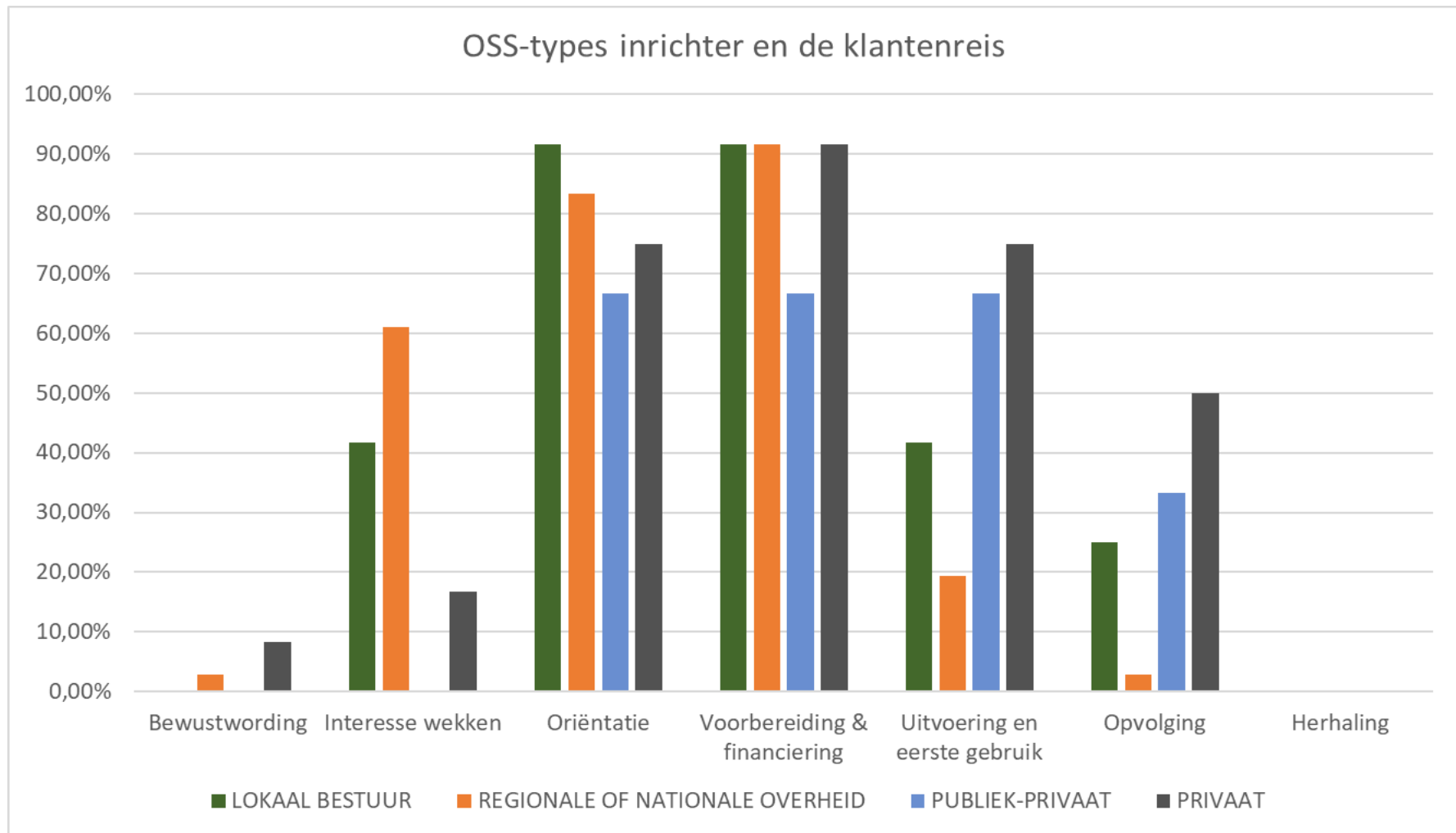
Figuur 12 hieronder toont de dienstverlening vanuit de verschillende soorten OSS.

De belangrijkste bevinding, zoals eerder besproken in de typologie op basis van het bedrijfsmodel, is dat door de overheid opgerichte OSS meer uitgesproken dienstverlening bieden tijdens de oriëntatie- en voorbereidingsfase. Bij lokale overheden zien we nog enige ondersteuning tijdens de uitvoeringsfase, maar regionale overheden bieden dit grotendeels niet aan.

Aan de andere kant zijn private initiatieven veel minder actief in de vroege fasen, maar ontwikkelen ze hun diensten eerder vanaf de oriëntatiefase en bieden ze ondersteuning tijdens de uitvoering. Het valt ook op dat er veel meer aandacht is voor de opvolging na voltooiing van de werkzaamheden.

Een pessimistische kijk zou suggereren dat publieke OSS de voorbereidende werkzaamheden verrichten, maar beperkt zijn in hun impact, terwijl private initiatieven met de oogsten gaan lopen. Een positievere interpretatie ziet echter een mooie complementariteit tussen de rol van de overheden en die van de private sector. De overheden sensibiliseren en stimuleren; de private sector stapt dan in de gecreëerde markt.

Het is hoe dan ook aan het beleid om een kader te creëren en te handhaven waarin verschillende OSS naast elkaar kunnen bestaan en elkaar kunnen versterken. Meer dan alleen maar goed presterende organisaties is er immers behoefte aan een goed presterend renovatielandschap.



Figuur 9: Ondersteuning van de klantenreis volgens inrichter

4 Hoofstuk 2 - Verdieping van een aantal praktijkcases

4.1 Over deelopdracht: Verdere verkenning van enkele praktijkcases

Het tweede hoofdstuk zoomt verder in op een aantal interessante cases die tijdens de sectoranalyse in positieve zin naar voren kwamen, of een specifieke invalshoek voorstellen. Aan de hand van interviews wordt dieper doorgegraven naar een aantal aspecten van hun werking. Dit kan draaien om het dienstenaanbod, de beoogde doelen of de specifieke geografische dekking.

Aanvankelijk werden 10 cases geselecteerd en gecontacteerd: 4 internationale, 2 Vlaamse, 2 Brusselse en 2 Waalse initiatieven. Daarvan gaven 3 aan te weinig tijd of interesse te hebben om een interview af te nemen. Uiteindelijk vonden er 7 interviews plaats van telkens ongeveer 60 minuten. Daarvoor werd een interviewgide opgesteld die diende als leidraad doorheen het gesprek. Die verliepen half-open. Dat wil zeggen dat niet in elk interview even diep werd doorgedaan op alle vragen uit de leidraad. Eén case, Renobooster, beantwoordde de vragen van de leidraad schriftelijk. Met hen werd dus geen rechtstreeks (telefoon)gesprek gevoerd.

De resultaten uit die interviews werden per case in een factsheet en later ook in een Business Model Canvas gegoten. Zo is er per *best practice* een gestandaardiseerd overzicht beschikbaar.

4.2 De 7 geïnterviewde cases

- **De Energiecentrale Gent** scoort hoog in de klantreis en is representatief voor Vlaamse energiehuizen op stedelijk niveau.
- **Stebo van Energiehuis Limburg** scoort hoog in de klantreis en is representatief voor Vlaamse energiehuizen op provinciaal/streekniveau.
- **Homegrade Brussel** is representatief voor Brussel.
- **Réseau Habitat/Netwerk Wonen Brussel** is representatief voor Brussel en werkt samen met 10 verschillende sociale organisaties.
- **Energycity Frederikshavn Denemarken** scoort hoog in de klantreis en hanteert een betalend businessmodel.
- **Agence Parisienne du Climat van France Renov'** begeleidt alleen appartementsgebouwen. France Renov' is een nieuwe, centrale aanpak in Frankrijk.
- **Renobooster Oostenrijk** scoort hoog in de klantreis.

In dit hoofdstuk worden beknopt de belangrijkste conclusies uit de interviews besproken. De ingevulde factsheets en BMC's zijn te raadplegen in Bijlage 5.3 en Bijlage 5.4.

4.3 Conclusies interviews

De bespreking van de conclusies is zo opgebouwd dat het grotendeels de structuur van de factsheets aanhoudt.

4.3.1 Missie/ strategie

De missie van de geïnterviewde OSS worden heel verschillend geformuleerd. In figuur 13 hieronder een overzicht:

Categorie	OSS	Missie
Besparing → Brede toegankelijkheid	France Renov’/ Energiecentrale Gent	1 plaats voor alle adviezen
	Energiehuis Limburg	Aanspreekpunt voor alle Limburgers rond energie
	Homegrade	Voor iedereen die wil renoveren. Informatie, begeleiding, partners.
	Frederikshavn	“Energie-efficiëntie nastreven”
	Homegrade	Informatie, begeleiding, partners
Klimaat → Beleidsambitie	Energiecentrale Gent	“Vanuit Klimaatambitie Stad”
	Renobooster	“Klimaatvriendelijke, holistische renovaties”
	Homegrade	Aangename woonstad in alle aspecten
Energie-armoede → Sociale insteek	Frederikshavn	Werkgelegenheid creëren
	Reseau Habitat	Suborganisaties voor kwetsbare inwoners

Figuur 10: Missie/ Strategie van de geïnterviewde OSS cases

4.3.2 Wie zijn de klanten?

De geïnterviewde OSS cases bieden hun diensten vooral aan aan een of meerdere types gebouwen (**welke**) of types bewoners (**wie**), of op een bepaald grondgebied (**waar**).

Het onderscheid tussen de drie indelingen is voornamelijk gebaseerd op formulering. Uiteraard zitten de OSS met een insteek rond energie-armoede in de categorie die het type bewoners als basis neemt. Réseau Habitat is hier een mooi voorbeeld van.

Wanneer het gebouwtype belangrijk is, komt dit vaak voort uit typische kenmerken van het gebouwbestand in een stad. De hoge dichtheid van zulke omgevingen maakt immers dat bepaalde kenmerken historisch overgenomen zijn geweest (of uit noodzaak toegepast werden). Zo legt APC zich toe op appartementsgebouwen (en dan nog specifiek uit het Interbellum) waar het gros van de Parijzenaars in woont. Renobooster mikt in Wenen dan weer op de particuliere gebouwen (woningen/bedrijven), die daar veel dominanter aanwezig zijn.

Het belangrijkste criterium om het doelpubliek af te bakenen, blijkt duidelijk de regio te zijn. Een OSS definieert zich graag in functie van een gebied. Dit hangt in de meeste gevallen samen met de bevoegdheid van de inrichtende overheid. Zo staat de Energiecentrale klaar voor alle Gentenaars; richten Stebo en Energiehuis Limburg zich op alle bewoners van de provincie en bedient Fredrikshavn de hele stad.

4.3.3 Welke diensten bieden de cases?

Energierenovatie-adviezen zijn voor de meeste cases de hoofdactiviteit. Daarbij ondersteunen de meesten in het zoeken naar aannemers en opvragen/ vergelijken van offertes. Daarin zijn ze vooral daar om klanten door te verwijzen naar de juiste partners.

Alle OSS cases die werden bevroegd in deze fase ondersteunen hun klanten in zoektocht naar financiering van de werken: dit gaat van hulp bij het zoeken of aanvragen van premies en subsidies, tot het aanbieden van een renteloze energierenovatielening. Zo is sociale kredietgever Onesto bijvoorbeeld een deelorganisatie van Energiehuis Limburg.

Energiehuis Limburg is de enige case die begeleiding tijdens/na de renovatiewerken opneemt. Dat doet hun deelorganisatie Stebo. Enkele andere cases zijn wel nog bereikbaar voor vragen tijdens werken, maar komen niet meer langs of hebben geen aansprakelijkheid meer.

Daarnaast streven ook alle cases naar 1) het samenbrengen van professionelen rond energierenovatie (interactie/ kwaliteitslabel) en hen eventueel ondersteunen of opleidingen aanbieden, en 2) het meenemen van vragen andere dan energierenovaties in hun werking, zoals stedenbouwkundige vragen, comfortverhoging en design van de woning, etc.

De meeste cases vervullen een loketfunctie, al dan niet digitaal in combinatie met een fysiek loket (vaak in de gebouwen van een lokaal bestuur).

Ze bereiken hun klanten en blijven in contact met hen vooral via:

- Loketwerking
- Infosessies
- Gebruik lokale mediakanalen voor bekendheid aanbod
- Gebruik lokale mediakanalen om te informeren rond energie-renovaties
- Huisbezoeken

4.3.4 Hoeveel begeleidingen voeren de cases gemiddeld uit?

Figuur 14 toont enkele cijfers met betrekking tot het aantal begeleidingen dat de cases uitvoeren of hebben uitgevoerd. We willen hierbij drie opmerkingen maken:

Ten eerste zijn deze cijfers gebaseerd op zowel nauwkeurige jaarrapporten als schattingen van de respondenten tijdens de interviews, evenals schattingen/berekeningen op basis van vergelijkbare cases.

Niet alle cases beschikken over cijfers. De Vlaamse Energiehuizen verwijzen naar hun jaarrapporten die aan het VEKA worden verstrekt voor gegevens. Niet alle verslagen en rapporten die worden opgesteld, zijn echter openbaar toegankelijk.

Ten tweede is het begrip 'begeleiding' niet strikt gedefinieerd. Voor sommige cases wordt in de cijfers geen onderscheid gemaakt tussen klantcontacten/gestelde vragen en begeleiding bij daadwerkelijke renovatiewerkzaamheden. Anderen beschikken over uitgebreide databases. Tot slot, op basis van ervaringen uit andere begeleidingstrajecten rond renovaties, schatten we dat 15 begeleidingen per jaar per medewerker realistisch zouden zijn. In dit geval omvat een 'begeleiding' het volledige traject van de klantreis zoals beschreven in hoofdstuk 3.3.

	FREDERIKSHAVN (2019)	STEBO (2021)	ENERGIECENTRALE GENT 2021	APC (FRANCE RENOV' PARIJS)	HOMEGRA DE	RESEAU HABITAT	RENOBOOSTER (2020-half2021)
<i>#begeleidingen</i>	423	1823 ²	750	901 ³	1000	1250	2562
<i>#personeel</i>	7	16	23	32	25	29	5 ⁴
<i>#begeleidingen/VTE</i>	60,42857143	113,9375	32,60869565	28,15625	40 ⁵	43,10344828	512,4

Figuur 11: Cijfers rond aantal begeleidingen

² Energiescans

³ Energiescans

⁴ Onderschatting

⁵ Gemiddelde van Energiecentrale Gent, APC, en Réseau Habitat

4.3.5 Op welke manier zijn de cases georganiseerd?

APC, Energiecentrale Gent, Energycity Frederikshavn, en Renobooster, zijn ingericht door een lokaal bestuur. Homegrade en Energiehuis Limburg zijn (mede) ingericht door een provincie of regionaal bestuur. Réseau Habitat wordt ingericht door middenveldorganisaties.

De medewerkers van de OSS cases zijn dus vooral via overheidsorganisaties aangesteld. Dit soms aangevuld met freelancers, zoals bij de Energiecentrale Gent. Bij andere cases zoals Energiehuis Limburg en Réseau Habitat zijn de medewerkers aangesteld via de verschillende suborganisaties. Aantal medewerkers, niet opgesplitst naar functie, met indien beschikbaar de verhouding met het aantal renovatiebegeleidingen (zie [4.2.5](#)):

- **Frederikshavn:** 7 medewerkers, dwz ongeveer 60 begeleidingen per medewerker
- **Stebo:** 16 medewerkers
- **Energiecentrale Gent:** 23 medewerkers, dwz ongeveer 32 begeleidingen per medewerker
- **APC:** 32 medewerkers, dwz ongeveer 140 gebouwen per medewerker in coach co pro
- **Homegrade:** 25 medewerkers
- **Réseau Habitat:** 29 medewerkers verspreid over 10 organisaties, dwz ongeveer 350 contacten per medewerker en dus gemiddeld 2 contacten per gebouw
- **Renobooster:** geen cijfer van aantal medewerkers

4.3.6 Welke sleutelmomenten ervaren de cases?

Algemeen genomen wordt hun werking gesterkt door positieve evaluaties van klanten. Maar de verschillende sleutelmomenten voor de verschillende cases zijn uiteenlopend.

Projectsubsidies betekenen vaak een keerpunt voor de organisaties. Met meer middelen is er ruimte voor groei in hun aanbod en/of expertise.

Voor zowel APC met France Renov, Energiehuis Limburg en de Energiecentrale Gent betekende de **opstart van een uniek toegangspunt** dat inwoners vlotter hun weg vinden naar het energiehuis. Bij verschillende cases werd ook de **coronacrisis** aangehaald als sleutelmoment, samen met huidige **energiecrisis**. Afstandsregels duwde de hele maatschappij naar meer digitalisering. En een combinatie van meer tijd en stijgende energieprijzen zorgen voor meer renovatieplannen onder gebouweigenaars.

Met het Lokaal Energie- en Klimaatpact 2.0 worden vanuit Vlaanderen meer en **meer verantwoordelijkheden rond energie bij de lokale besturen** gelegd. Die laatste komen steeds vaker ten rade bij de energiehuizen. Ook dit zien de Vlaamse cases als een sleutelmoment binnen hun werking.

4.3.7 Met wie werken de cases zoal samen?

Alle cases werken nauw samen met verschillende **lokale en regionale overheidsdiensten** (Klimaat, Wonen, ...) voor onder andere financiering, uitzetten van beleidskader, en praktische ondersteuning zoals communicatie. Daarbij is ook voor de Vlaamse cases het Vlaamse overheidsniveau een belangrijke partner, vooral voor financiering van hun werking, maar ook voor beleidskaders. Voor Frederikshavn zijn de **lokale banken** eveneens een belangrijke partner in hun werking. Voornamelijk voor financiering van renovatiewerken van klanten.

4.3.8 Voor welke uitdagingen staan de cases?

Verschillende Vlaamse en Brusselse cases werken over gemeentegrenzen heen. Die gemeenten werken allemaal met een bepaalde eigenheid, en dat brengt uitdagingen met zich mee. Een vraag die bij vele cases opkomt omwille van de renovatiedoelstellingen: **hoe krijgen we iedereen mee in de renovatiegolf die er aan zit te komen: gebouweigenaars, aannemers, mede-eigendommen, ...?**

Zo stellen de OSS cases zich vragen bij de bereidheid tot renoveren, die op dit moment wel wordt gesterkt door de stijgende energieprijzen, maar waarvan niet duidelijk is wie het **bewustzijn** en de **bereidheid** bij burgers omhoog moet krijgen. Ook de **betaalbaarheid** van de energierenovaties is een belangrijk vraagstuk.

Een terugkerende uitdaging is **gebrek aan personeel** bij de cases en betrokken organisaties. Er komen vele vragen op de energiehuizen en andere OSS cases af, teveel om in een aanvaardbare periode te behandelen. Lange wachttijden zouden er misschien voor zorgen gebouweigenaars afhaken en niet renoveren.

Afstemming tussen diensten binnen een lokaal bestuur en met de OSS cases zijnde energiehuizen of andere organisaties rond renoveren is nodig. Energierenovaties zijn niet enkel een verhaal van dienst wonen of klimaat, maar ook duurzaamheid, ruimtelijke ordening en sociaal beleid.

Verder geven de cases ook volgende uitdagingen aan:

- Niet alle aannemers zijn mee met duurzame technologieën
- Bij gebouwen in mede-eigendom beslist de meerderheid van de bewoners over renovatiewerken.
- Stijgende grondstofprijzen

4.3.9 Drie aanbevelingen vanuit het (Vlaamse) veld

- 1) Eén toegangspunt voor Vlaanderen en één CRM. Dit maakt opvolging en statistieken makkelijk en vergelijkbaar.
Noot: achterliggend aan de gezamenlijke CRM moet voldoende diversificatie zitten om de dienstverlening zo optimaal en gericht mogelijk te laten verlopen.
- 2) Opsporen en toeleiden van kansengroepen door apart team. Als deze doelgroep niet actief wordt benaderd met ontzorgend aanbod, zitten zij niet bij in de renovatiegolf.
- 3) Herijking van doelstelling, opstelling, en middelen van/voor de Vlaamse energiehuizen.

4.4 De Business Model Canvassen

Op basis van de factsheets zijn de resultaten van de interviews in Business Model Canvassen gegoten, die de vergelijking tussen de verschillende cases visualiseren.
BMC's zijn gemaakt met diagrams.net.

De ingevulde BMC's zijn te vinden in de bijlage.



BEreel!

BELGIUM RENOVATES FOR ENERGY EFFICIENT LIVING

Hoofdstuk 3 –

Maatregelencatalogus en draaiboek

5 Maatregelencatalogus

5.1 Inleiding

De maatregelen en best practices vormen een verzameling van aanbevelingen en inzichten die we hebben afgeleid uit interviews met diverse OSS-cases in Vlaanderen, Brussel en Europa (zie ook Hoofdstuk 2), evenals uit een workshop met de Vlaamse en Brusselse Energiehuizen. Ze omvatten zowel maatregelen gericht op de werking van de energiehuizen als maatregelen gericht op burgers.

5.2 Overzichtsfiguur maatregelen

Maatregelen en best practices rond		
dienstverlening van energiehuizen en ontzorging van klanten	financiering en werking van energiehuizen	rapportering en opvolging
Energiescan meerdere keren mogelijk maken per gezin	Focus op investeringsbudgetten, meer dan op begeleidingstrajecten	Eengemaakt toegangspunt
Doelgroepgericht communiceren	Data van de Vlaamse Overheid koppelen aan aanvraag energielening	Inbouwen automatische rapportering
Woon- en energieloketten professionaliseren	Administratie energieleningen vereenvoudigen	CRM-systeem opzetten
Link met woningkwaliteit		
Samenwerking met OCMW en woonwijzer		
Administratie energieleningen vereenvoudigen		
Data van de Vlaamse Overheid koppelen aan aanvraag energielening		

5.3 Maatregelen & best practices rond de dienstverlening van energiehuizen en ontzorging

Hieronder verzamelen we een aantal maatregelen rond de dienstverlening van energiehuizen en de ontzorging die zij aanbieden aan hun klanten. Sommige maatregelen zijn best practices die vandaag al bestaan bij sommige energiehuizen. Andere zijn aanbevelingen voor het beleid of voor de organisatie van de energiehuizen. De maatregelen toetsen vooral hoe ver verschillende energiehuizen kunnen gaan in ontzorging, afhankelijk van regelgeving.

5.3.1 Energiescan

Een adviseur van het energiehuis maakt een 'scan' (een snelle doorlichting) van het energieverbruik en energie-efficiëntie van een woning.

Aanbeveling *Energiescan meerdere keren mogelijk maken per gezin*

- In principe is een energiescan een opleidingsinstrument. Mensen leren bij over energieverbruik in hun woning. **Herhaling zorgt voor internalisering van die kennis.**
- Huurders zijn een grote doelgroep van de energiescan. Wanneer mensen **verhuizen** komt het grootste deel van de energiescan te vervallen, maar kunnen zij voor hun nieuwe woning geen nieuwe energiescan aanvragen. Vandaag gaat veel tijd verloren aan een scan die na een aantal maanden niet meer wordt gebruikt.

5.3.2 Doelgroepen

Verschillende delen van het ondersteuningsaanbod zijn gericht op bepaalde doelgroepen. Daarbij is het niet evident om een aantal doelgroepen uit de maatschappij te bereiken, zijnde voornamelijk de lagere inkomensgroep.

Verschillende Vlaamse energiehuizen geven aan dat het niet makkelijk is om deze groepen te bereiken en te motiveren om energierenovaties te doen. Dit is afhankelijk van de noden die potentiële klanten ervaren, en de investeringsmiddelen die voorhanden zijn.

Maatregel *Doelgroepgericht communiceren*

- Eenheid moet er zijn in de begeleiding die wordt aangeboden. Eventueel een differentiatie naar noden van de klant. De ene heeft wat meer begeleiding nodig dan de andere. Maar de differentiatie moet er wel duidelijk zijn in de communicatiestrategie.
- **Verhuurders bereik je niet met dezelfde boodschappen als eigenaars-bewoners.** Hoewel de begeleiding van beide doelgroepen wel zo goed als gelijk is.
- *Voorbeeld:* verhuurders eerder aanspreken vanuit regelgeving rond huurwoningen of rendement op verhuurd vastgoed. Eigenaars-bewoners eerder aanspreken vanuit comfort en toekomstbestendig wonen. Ook binnen grote groep eigenaars-bewoners nog veel differentiatie, zoals empty-nest en jonge koppels in een energieverslindende woning.

Maatregel *Woon- en energieloketten professionaliseren*

- Medewerkers die woon-en energieloketten bemannen, inleiden rond woningrenovaties en energierenovaties om de nodige vragen kort te kunnen beantwoorden, en vooral correct door te kunnen verwijzen.

Maatregel *Link met woningkwaliteit*

- Zorgen van bepaalde doelgroepen liggen niet bij energiewinsten, of bij energiefactuur in de toekomst, maar bij facturen van deze maand.
- **Focus leggen op de noden die klanten op dat moment ervaren.** Van daaruit mee verder denken voor zover klanten daarvoor open staan.
- *Voorbeeld:* Wanneer een klant met vraag komt rond lek in dak, dan verder helpen en meteen ook dak isoleren etc.

Maatregel *Samenwerking met OCMW en woonorganisaties*

Afstemming tussen energiehuizen en OCMW en eventueel woonconsulenten in verband met doorverwijzing van klanten en samenwerking rond:

- Woningkwaliteit
- Financiën – bestrijding van energiearmoede is een belangrijk doel van de energiehuizen ism OCMW
- Energieschulden

5.3.3 Energielening

Vandaag liggen bij veel Vlaamse energiehuizen vooral de energieleningen op de stapel, meer dan adviserend werk.

Aanbeveling *Administratie energieleningen vereenvoudigen*

- Bij de aanvraag voor energieleningen worden veel gegevens opgevraagd die de overheid al bezit. *Bijvoorbeeld* gegevens uit het kadaster, inkomen van aanvrager (MyMinFin), ...
- De administratie rond de aanvraag van een energielening is vandaag erg zwaar. Indien de aanvraag eenvoudiger zou zijn, kunnen burgers dit zonder hulp vanuit het energiehuis.

Maatregel *Data van de Vlaamse Overheid koppelen aan aanvraag energielening*

- Efficiëntiewinst door dataplatformen aan elkaar te koppelen.
- *Bijvoorbeeld* gegevens uit het kadaster, inkomen van aanvrager (MyMinFin), ...
- Vaak worden gegevens gevraagd die Vlaamse Overheid al heeft, maar niet kunnen worden gekoppeld (nood aan efficiëntie en automatisering)

Best Practices Dienstverlening

- Sterkte van het merk van je energiehuis benutten in communicatie

5.4 Maatregelen/ best practices rond de financiering en werking van energiehuisen

Energiehuizen zijn vaak afhankelijk van extra middelen vanuit onder andere lokale besturen en subsidieprojecten. De meeste financiering vandaag gaat naar energieleningen. Veel bijkomende financiering gaat naar begeleiding van doelgroepen.

Daarbij gaat er veel efficiëntie in de werking van energiehuisen verloren door zware administratieve processen die gekoppeld zijn aan het aanvragen van premies en leningen binnen begeleidingstrajecten.

Maatregel *Focus op investeringsbudgetten, meer dan op begeleidingstrajecten*

- Vooral meer nood aan investeringsbudgetten (minder aan begeleiding en kennis)
- We geven premies aan mensen die budget genoeg hebben maar misschien meer begeleiding kunnen gebruiken, en we geven begeleiding aan mensen die onvoldoende investeringsbudget hebben.
- Middenklasse waar al redelijk wat kennis en bereidheid, maar ook middelen zijn à lening van 60000 ook nodig als katalysator om huis volledig aan te pakken

Maatregel *Data van de Vlaamse Overheid koppelen aan aanvraag energielening*

Aanbeveling *Administratie energieleningen vereenvoudigen*

- Vereenvoudigde processen à efficiënter gebruik van middelen/ personeel bij energiehuisen
- *Bijvoorbeeld* gegevens uit het kadaster, inkomen van aanvrager (MyMinFin), ...
- Zou basisfinanciering meer toereikend kunnen maken voor alle opdrachten ook effectief goed te kunnen uitvoeren

Maatregel *Proberen kader stabiel te houden en eventuele wijzigingen tijdig communiceren.*

- Wetgeving rond werking en werking van energiehuizen, maar ook steunmaatregelen ten behoeve van burger zo stabiel mogelijk houden.
- Bij wijzigingen energiehuizen tijdig op te hoogte brengen en begeleiden in eventuele veranderingen in hun werking.

Best Practices Financiering/ werking

- Energiecentrale Gent
 - Energielening voor niet-doelgroep Energielening met kapitaal van Stad Gent
 - Afspraak met Stad: personeelskosten terugbetalen met alle inkomsten uit projecten, middelen van VEKA en Fluvius, terugbetaling stad tot plafond loonkost. Als niet lukt om terug te betalen wordt dit beschouwd als dotatie van stad aan vzw rond energiehuis.
- Renobooster (AT)
 - Combinatie centraal informatiecentrum ter ondersteuning van woningeigenaren (deel van Stad) en kwaliteitsplatform als onafhankelijke vereniging van ondernemingen met aanbod rond renovatie

5.5 Maatregelen/ best practices rond rapportering en opvolging

5.5.1 CRM-systeem

Maatregel *Eengemaakt toegangspunt*

- Voorzie één portaal voor alle inwoners/Vlamingen. Van daaruit worden ze (achter de schermen) naar het juiste Energiehuis geleid.

Maatregel *Inbouwen automatische rapportering*

- Gegevens die VEKA nodig heeft inbouwen in CRM
- Systemen genereren automatisch rapporten en geven ook VEKA hier toegang toe.
- Efficiëntiewinst is er als klantregistratie wordt gecombineerd met opvolging begeleiding in zelfde systeem

Maatregel CRM-systeem opzetten

- Terugvallen op bestaande systemen drukt kosten maar zijn logge systemen die niet aanpasbaar zijn aan specifieke noden
- Zelf CRM systeem bouwen (zie ook Gent, Energiehuis Kempen, ...) is duur maar zorgt voor eigen accenten en voorkeuren ingebouwd

Best Practices CRM-systeem

- France Renov':
 - Eengemaakt toegangspunt voor heel Frankrijk met achterliggende differentiatie per regio/ grondgebied van elk energiehuis à inwoners vinden sneller weg naar energiehuis door nationale marketing
 - Rapportering vanuit CRM publiek gemaakt in webpagina
 - Rapportering ook in kaartmateriaal
- Energiehuis Limburg: Stebo ontvangt eerste vraag en doet doorverwijzing naar juiste deelorganisatie
- Energiecentrale Gent:
 - Koppeling tussen verschillende platformen
 - Klantregistratie, opvolging en rapportering in custom-built CRM
 - Iedereen toegang tot alle gegevens: scanner, begeleider, dossierbeheer lening, ... resulteert in 1 verhaal voor klant
- Energiehuis Kempen (BENO+ platform)
- Renobooster (AT)
 - Centraal informatiecentrum voor ondersteuning woningeigenaar gedurende volledig renovatietraject
 - Systemen geven gefaseerde informatie in functie van waar aanvrager zich bevindt in customer journey en welke informatienoden hij ervaart

5.5.2 ICT-toepassingen

Maatregel Koppeling met andere systemen van lokaal bestuur en andere diensten

- Verschillende diensten hebben verschillende wensen en noden, dus gebruik van dezelfde systemen werkt niet overal.
- Koppeling tussen verschillende systemen is moeilijk maar mogelijk.
- Koppelingen met meerdere systemen, portalen en aanvraagformulieren zoals MijnVerbouwBegeleiding waar vaak gegevens worden gevraagd die al beschikbaar zijn
- Koppeling met data lokale besturen, bevolkingsregister. Gericht op renovatiestrategie: lokale besturen hebben enkel data op straatniveau

Maatregel***Koppeling met bestaande databanken***

- Niet van 0 beginnen met CRM te bouwen als er al zoveel data bestaat
- Privacyregelgeving is een struikelblok
- Moeilijk voor energiehuizen die geen CRM-platform hebben of met Office programma's werken (zoals Excel).
- *Bijvoorbeeld* gegevens uit het kadaster, inkomen van aanvrager (MyMinFin), ... Koppeling met data lokale besturen, bevolkingsregister. Gericht op renovatiestrategie: lokale besturen hebben enkel data op straatniveau.
- Interactie met VEKA
 - MijnVerbouwPakket à koppeling komt er wel, duurt nog even, maar vooral kijken dat geen ervaringen en bestaande systemen verloren gaan
 - Mogelijke rol voor burgerprofiel Vlaamse Overheid

6 Draaiboek

6.1 Hoe het draaiboek lezen?

Het draaiboek wordt opgebouwd aan de hand van de verschillende fasen die de klant doorloopt tijdens energierenovaties. In een vorig hoofdstuk, getiteld 'One-Stop-Shops voor woningrenovatie: een verkenning,' hebben we beschreven dat een OSS is gebaseerd op het overwinnen van drempels met betrekking tot kennis, capaciteit en financiering in alle verschillende fasen van de klantreis. Een OSS is actief in elke fase van deze reis. Hieronder vindt u een aantal best practices voor elke fase van de klantreis, gebaseerd op interviews met verschillende OSS-cases uit Vlaanderen, Brussel en Europa (zie ook hoofdstuk 2), evenals input uit een workshop met de Vlaamse en Brusselse Energiehuizen. Het draaiboek is geen stapsgewijze handleiding voor het begeleiden van energierenovaties. De genoemde best practices kunnen worden gebruikt om bestaande procedures binnen de eigen werking van energiehuizen en de aanpak van energierenovaties op lokaal niveau te optimaliseren. Het is belangrijk op te merken dat deze lijst met best practices niet exhaustief is.

Achteraan in dit hoofdstuk worden de best practices voor OSS per fase van de klantreis samengevat in een overzichtsfiguur.

6.2 Best practices bij bewustwording

- Doelgroepenstrategie in communicatie: verschillende doelgroepen benaderen vanuit hun noden én kanalen.
- Inschakelen buurtwerking en verenigingen, maar ook sociale media, kanalen van lokaal bestuur, ... om Energiehuis en werking op de kaart te zetten. Maar vooral om bewustzijn rond energierenovaties te vergroten.

6.3 Best practices bij interesse wekken

- Plaats niet alleen de focus op energie, maar ook op comfort en het ontwerp van de woning. Neem elke actie die nieuwe investeringen in eigendommen of energie-efficiëntie kan betekenen, nu of in de toekomst, op in het traject.
- Gebruik financiële voordelen als motivatie om meerdere werken in één keer aan te pakken (bijvoorbeeld totaalrenovaties).
- Maak gebruik van diverse communicatiemiddelen zoals kranten, websites, lokale gazetten, sociale media, enzovoort om mensen bewust te maken van de One-Stop-Shop.
- Benader actief woningeigenaars met een aanbod.
- Maak gebruik van duurzame buurtcontacten.

6.4 Best practices bij oriëntatie

- Zoveel mogelijk contact met klant per telefoon of videocall is kosten- en tijdbesparend. Zo ook de bespreking van het adviesrapport.
- Adviesrapport opmaken als langetermijn gericht met stappenplan voor toekomstige noden en middelen: hoe in kleine stappen energierenovaties doorvoeren, in welke volgorde, en hoe daaraan beginnen na afronding van huidig begeleidingstraject.
- Focus op noden van vandaag bij klanten: woonkwaliteit, geluidsisolatie, ... allemaal meenemen met oog op latere/ bijkomende energierenovatiewerken.
- Afstemmen met diensten lokale besturen rond vergunningen etc. zodat iedereen klantvragen juist kan doorverwijzen naar juiste diensten.

6.5 Best practices bij voorbereiding en financiering

- Stappenplan voor klanten om zelf offertes te controleren en vergelijken bijvoegen bij advies.
- Banken meenemen in werking en trajecten. (vb. *Frederikshavn* bank beslist in hoeverre adviesrapport kan/ mag worden uitgevoerd op basis van financiering → afspraken in samenwerking rond lagere interesten)

6.6 Best practices bij uitvoering en eerste gebruik

- Kwaliteitslabel voor aannemers à aannemerspoule van redelijke omvang behouden.
- Richtlijnen meegeven hoe klanten zelf controle kunnen uitvoeren op werken (stappenplan bijvoegen bij advies of bij contact in verband met offertes).
- Aannemers ondersteunen bij administratie. (vb. facturen voor aangevraagde premies correct opmaken)

6.7 Best practices bij opvolging

- Gedurende twee jaar periodieke check-in met elke klant voorzien, geautomatiseerd met behulp van CRM. Dit mag slechts weinig tijd van de klant vragen.

6.8 Best practices bij herhaling

Op deze fase wordt vandaag door geen enkel huis op ingezet. Er zijn dus in de betrokken cases nog geen best practices die we meenemen uit de werking van energiehuizen vandaag.

6.9 Best practices die individuele fases overstijgen

- Eén coach/ adviseur voor een gebouw (SPOC) voor meerdere jaren begeleiding te blijven doen.
- Energiehuis bestaande uit verschillende partnerorganisaties die elks eigen specialisatie hebben à iedereen staat in contact met elkaar en gegevens worden uitgewisseld zodat dit als één verhaal naar klant toestroomt. Ook hier is voor klant één persoon als (digitaal) contactpunt voor hele begeleiding.
- Bij uitval bevragen waarom mensen afhaken uit trajecten draagt bij aan evaluatie werking energiehuis.
- Banken en aannemers opleiden in customer journey van energierenovaties.
- Infosessies en opleidingen organiseren rond duurzame gebouwen (voor iedereen: betrokken medewerkers energiehuis, betrokkenen lokale besturen, aannemers, eigenaars,...).
- Permanent kwaliteitsbeheer en partnerschappen zal basis moeten vormen voor geïntegreerd ontwikkelingsproces van instellingen, diensten en wetgeving.
- Meer verantwoordelijkheid rond energie en renovatie bij lokale besturen à zij komen meer en meer ten rade bij de energiehuizen.

BEST PRACTICES VOOR OSS Per fase van de Customer Journey

1. Bewustwording

Klant realiseert zich dat renovatie een optie is en meerwaarde kan betekenen

- Doelgroepenstrategie in communicatie: verschillende doelgroepen benaderen vanuit hun noden én kanalen.
- Inschakelen buurtwerking en verenigingen, maar ook sociale media, kanalen van lokaal bestuur, ... om Energiehuis en werking op de kaart te zetten. Maar vooral om bewustzijn rond energierenovaties te vergroten.

2. Interesse wekken

Klant krijgt begrip van mogelijkheden voor en de impact van (diepgaande) renovatie

- Niet enkel focus op energie maar ook comfort/ design woning → elke actie die nieuwe investeringen in eigendommen/ energie -efficiëntie kan betekenen nu of in toekomst meenemen in traject
- Financiële voordelen gebruiken als motivatie om meerdere werken in een keer aan te pakken (totaalrenovaties)
- Gebruik gemaakt van kranten, website, lokale gazetjes, sociale media, etc opdat mensen OSS zouden kennen
- Actief woning-eigenaars benaderen met aanbod
- Gebruiken van duurzame buurtcontacten

4. Voorbereiding en financiering

Renovatieproject op poten zetten plannen, financiering zoeken, offertes opvragen en bevestigen.

- Stappenplan voor klanten om zelf offertes te controleren en vergelijken bijvoegen bij advies.
- Banken meenemen in werking en trajecten. (vb. Frederikshavn bank beslist in hoeverre adviesrapport kan/ mag worden uitgevoerd op basis van financiering → afspraken in samenwerking rond lagere interesten)

3. Oriëntatie

Activiteiten rond mogelijk eigen renovatieproject: informeren, documentatie & advies.

- Zoveel mogelijk contact met klant per telefoon of videocall is kosten- en tijdbesparend. Zo ook de bespreking van het adviesrapport
- Adviesrapport opmaken als langetermijn gericht met stappenplan voor toekomstige noden en middelen hoe in kleine stappen energierenovaties doorvoeren in welke volgorde, en hoe daaraan beginnen na afronding van huidig begeleidingstraject
- Focus op noden van vandaag bij klanten wonkw aliteit, geluidsisolatie, ... allemaal meenemen met oog op later bijkomende energierenovatie werken
- Afstemmen met diensten lokale besturen rond vergunningen etc. zodat iedereen klantvragen juist kan doorverwijzen naar juiste diensten

5. Uitvoering en eerste gebruik

Wooncomfort wordt verstoord door werkzaamheden. Resultaat moet aantrekkelijk zijn om ongemakken te compenseren.

- Kw aliteitslabel voor aannemers → aannemerspoule van redelijke omvang behouden.
- Richtlijnen meegeven hoe klanten zelf controle kunnen uitvoeren op werken (stappenplan bijvoegen bij advies of bij contact in verband met offertes).
- Aannemers ondersteunen bij administratie. (vb. facturen voor aangevraagde premies correct opmaken)

6. Opvolging

Tevreden eigenaar blijft latent openstaan voor nieuwe mogelijkheden.

- Gedurende twee jaar periodieke check-in met elke klant voorzien, geautomatiseerd met behulp van CRM. Dit mag slechts weinig tijd van de klant vragen.

7. Herhaling

Begin van een nieuwe cyclus van oriëntatie, voorbereiding en uitvoering.

Op deze fase wordt vandaag door geen enkel huis op ingezet. Er zijn dus in de betrokken cases nog geen best practices die we meenemen uit de werking van energiehuizen vandaag.



LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial instrument of the European Union





LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial instrument of the European Union



OSS fact sheet <NAAM OSS>	
<FOTO/LOGO>	
IDENTIFICATIE Naam: Land: Inrichter: Oprichtingsdatum:	MISSIE/STRATEGIE
DOELGROEP EN AANGEBODEN DIENSTEN <Overzicht van en duiding bij elk van de diensten, gegroepeerd per segment van de CI> <Bereik binnen de doelgroep, individuele of collectieve renovaties>	
AANTAL AFGERONDE BEGELEIDINGEN <Overzicht van het aantal (succesvol) afgeronde renovatietrajecten.>	
SLEUTELMOMENTEN – SUCCESSEN EN KEERPUNTEN <Belangrijkste realisaties of keerpunten die de OSS vorm gegeven hebben, geleerde lessen.>	
INTERNE ORGANISATIE <Publiek, privaat, PPS. Teamgrootte en -samenstelling, afdelingen, ondersteunende functies. Omzet, Kostenstructuur en financieel model.>	
PARTNERSCHAPPEN <Met welke actoren werkt de OSS samen? Structurele samenwerkingen?>	



LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial
instrument of the European Union



<p>UITDAGINGEN EN TOEKOMSTPLANNEN</p> <p><i><Welke grote uitdagingen ziet de OSS voor de volgende twee tot vijf jaar? Hoe willen ze die aangaan? Welk toekomstperspectief ziet de OSS voor zichzelf op lange termijn (10+ jaar)? ></i></p>
<p>OPMERKINGEN/VARIA</p>

<BMC als laatste pagina bij de fact sheet>

7 Geselecteerde OSS-cases voor interviews

Internationaal	Frederikshaven (DK)	Hoge score CJ (5); betalend business model
	Alienergy (UK)	Hoge score CJ (4); focus energie-armoede
	France Renov' (FR)	Nieuwe & centrale aanpak Frankrijk
	Renobooster (AT)	Hoge score CJ (5)
Vlaanderen	Energiehuis Limburg	
	Energiecentrale Gent	
Brussel	Homegrade	Representatief voor Brussel
	Réseau Habitat	Representatief voor Brussel
Wallonië	1 x Guichet Énergie Plateformes de rénovations	Beste leerlingen van de klas

Energiecentrale Gent



LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial instrument of the European Union



OSS fact sheet ENERGIECENTRALE GENT	
<p>IDENTIFICATIE</p> <p>Naam: David Cis – coördinator Energiecentrale Gent</p> <p>Land: Gent, Belgium</p> <p>Inrichter: Stad Gent/ EVA vzw Regent</p> <p>Oprichtingsdatum: 2008 (merknaam Energiecentrale sinds 2016)</p>	<p>MISSIE/STRATEGIE</p> <p>Eén plaats waar alle Gentenaars terecht kunnen met al hun vragen rond energiezuinig wonen, bouwen, renover</p> <p>Oprichtingsdatum: 2008 (merknaam Energiecentrale sinds 2016)</p> <p>Alle adviezen en begeleiding moet gratis en onafhankelijk zijn</p> <p>Werken vanuit de klimaatambities van Stad Gent.</p>
<p>DOELGROEP EN AANGEBODEN DIENSTEN</p> <p><Overzicht van en duiding bij elk van de diensten, gegroepeerd per segment van de CJ></p> <ul style="list-style-type: none"> • Oriëntatie <ul style="list-style-type: none"> ○ Huisbezoek ○ Renovatieadvies • Voorbereiding en financiering <ul style="list-style-type: none"> ○ Aannemers zoeken (lijst aannemers ovv kwaliteitsbewaking) ○ Offertes vergelijken en optimaliseren ○ Financiering zoeken • Uitvoering en eerste gebruik <ul style="list-style-type: none"> ○ Niet formele bouwcoördinatie 	

- Eventuele werfcontrole + richtlijnen voor klant hoe zelf toezicht
- Geen aansprakelijkheid

<Bereik binnen de doelgroep, individuele of collectieve renovaties>

- ALLE Gentenaars met vragen over energie

AANTAL AFGERONDE BEGELEIDINGEN

<Overzicht van het aantal (succesvol) afgeronde renovatietrajecten.>

- Doel is meer dan 1200 begeleidingen per jaar
- 2020 – 600-tal renovaties, 2021 – 750 renovaties, 2022 zou 750 moeten zijn, 2023 zelfs 800 of 900 om tegen 2024 bij 1200 te geraken
- Niet alle begeleidingen even intensief (afhankelijk van zelfredzaamheid klant)
 - Vroeger was 1 op 3 adviezen die effectief begeleiding renovatie werden
 - Nu bijna 1 op 2 die in begeleidingstraject gaan

SLEUTELMOMENTEN – SUCCESSEN EN KEERPUNTEN

<Belangrijkste realisaties of keerpunten die de OSS vorm gegeven hebben, geleerde lessen.>

- Samenvoeging van vzw Regent en Milieuadvieswinkel
- Integratie volledig aanbod → shift Energiecentrale en gratis renovatieadvies aan huis
- Wegvallen energielening voor niet-doelgroep (2018) → zelf lening uitgegeven met kapitaal van Stad Gent. Binnenkort terug "Mijnverbouwlening"

INTERNE ORGANISATIE

<Publiek, privaat, PPS. Teamgrootte en -samenstelling, afdelingen, ondersteunende functies. Omzet, Kostenstructuur en financieel model.>

- Publieke organisatie (vanuit EVA Stad Gent).
- Interne renovatiecoaches (9)
- Freelancers (12) – via overheidsopdracht
- Sociale medewerkers (2)
- Sterke inzet op middelen efficiëntie voor zowel personeel als investeringen en werking

- Afspraak met Stad: personeelskosten terugbetalen met alle inkomsten uit projecten, middelen van VEKA en Fluvius, terugbetaling stad tot plafond loonkost.
- Als niet lukt om terug te betalen wordt dit beschouwd als dotatie van stad aan Regent vzw
- Freelancers per uur betalen maar alle geïnde premies zijn voor Energiecentrale
- Investeringsmiddelen vanuit SUPRA
- Projectoproepen van o.a. VEKA om vb. extra personeelslid aan te werven
- Adviezen worden gefinancierd vanuit Veka (doelgroepen), Burenpremie, etc.
- Energielening+ aangevuld met Gentse energielening
- Alle advies en begeleiding moet gratis en onafhankelijk zijn

Energiecentrale heeft mix van interne en externe werknemers die alle instrumenten uitvoeren → zorgt voor efficiëntie in organisatie want zo heeft iedereen toegang tot alle gegevens.

Interactie tussen scanner, begeleider, dossierbeheer van leningen = vlot, efficiënt en resulteert in effectief 1 verhaal voor de klant.

PARTNERSCHAPPEN

<Met welke actoren werkt de OSS samen? Structurele samenwerkingen?>

- OCMW
- Woonwijzer (woonwinkels)
- Samenlevingsopbouw
- Freelance coaches van Energent, Gents Milieufrent en Domus Mondii
- Middenveld heeft eigen platformen en draagvlak dus extra verbinding met maatschappij
- Project 'Traffic'

UITDAGINGEN EN TOEKOMSTPLANNEN

<Welke grote uitdagingen ziet de OSS voor de volgende twee tot vijf jaar? Hoe willen ze die aangaan?>

Welk toekomstperspectief ziet de OSS voor zichzelf op lange termijn (10+ jaar)? >

- Grondstofprijzen
- Gebrek aan personeel

- Bezorgdheid dat bouwsector niet mee is, niet kan volgen in 'nieuwe' duurzame technologieën (warmtepompen, pv, etc.)
- Verwevenheid technologieën met premies in beleid maar technologie verandert en evolueert veel sneller dan beleid/ regelgeving
- Wissel van beleidsmakers als uitdaging (opgebouwde beleidsinstrumenten worden afgeschaft en andersom)
- Energiecentrale en Stad Gent: expertise delen. Voor kleinere energiehuizen kan dat wel een valkuil zijn als alles met beperkte middelen moeten opnemen.
- Energie en klimaat vs. Wonen en woningkwaliteit → verbonden maar niet hetzelfde
- Afstemming tussen diensten is nodig, kan wel op stadsniveau







OPMERKINGEN/VARIA

<BMC als laatste pagina bij de fact sheet>



LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial
instrument of the European Union



OSS fact sheet	
ENERGIEHUIS LIMBURG - Stebo	
     	
<p>IDENTIFICATIE</p> <p>Naam: Ina Metalidis – coördinatie Stebo</p> <p>Land: België</p> <p>Inrichter: Provincie Limburg – Stebo – DuboLimburg – Onesto</p> <p>Oprichtingsdatum: werkingen sinds 2009 – Energiehuis Limburg sinds 2018</p>	<p>MISSIE/STRATEGIE</p> <p>Aanspreekpunt zijn voor alle Limburgers voor alle vragen rond energie.</p>
<p>DOELGROEP EN AANGEBODEN DIENSTEN</p> <p><i><Overzicht van en duiding bij elk van de diensten, gegroepeerd per segment van de CJ></i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Informeren • Campagne voeren • Doorverwijzen naar juiste partners • Renovatiebegeleiding • Renovatieadvies • Ondersteuning financieel luik • Stebo: advies + begeleiding bij zowel aanvraag offertes als contact aannemers, opvolging werken, als soms controlebezoeken werf • Voorbereiding om toekomstige werken zelf aan te pakken (stappenplan om offertes op te vragen en te vergelijken) • Nabellen rond adviesrapporten waarmee geen begeleiding wordt opgestart <p><i><Bereik binnen de doelgroep, individuele of collectieve renovaties></i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Loket/ contactformulier Energiehuis Limburg → Stebo doet doorverwijzing naar juiste instantie (Stebo – Dubo – Onesto) 	

<ul style="list-style-type: none"> • Huur- en isolatiepremies voor kwetsbare huurders
<p>AANTAL AFGERONDE BEGELEIDINGEN</p> <p><i><Overzicht van het aantal (succesvol) afgeronde renovatietrajecten.></i></p> <p>Zie jaarrapport 2021:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1823 Energiescans, • 89 waterscans, • 58 ScanXL, • 585 Energieleningen, • 15 wijkrenovatietrajecten
<p>SLEUTELMOMENTEN – SUCCESSEN EN KEERPUNTEN</p> <p><i><Belangrijkste realisaties of keerpunten die de OSS vorm gegeven hebben, geleerde lessen.></i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Corona 2020 sterk inzetten op digitaliseren • Limburgse renovatielening naast vlaamse lening: ondanks vele stimuli bekijken wie toch nog uit de boot valt • Meer verantwoordelijkheden bij lokale besturen rond energie – weten energiehuis steeds vaker te vinden • Piloten die zaageld bezorgen – uitkijken hoe permanent kunnen aanbieden
<p>INTERNE ORGANISATIE</p> <p><i><Publiek, privaat, PPS. Teamgrootte en -samenstelling, afdelingen, ondersteunende functies. Omzet, Kostenstructuur en financieel model.></i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Taken en budgetten vanuit VEKA → deel budget over gemeenten verdeeld waarmee zij mensdagen kunnen inkopen naargelang zij die willen invullen: infosessies, opleidingen voor personeel, etc. Is een sterkte maar ook een zwakte: keuze geven aan gemeenten maar betekent ook geen/ weinig extra cofinanciering activiteiten. • Tweedelijnsaanbod (leningdossiers, collectieve renovatie) heeft financiering vanuit provincie en apart vanuit vlaanderen (niet via werking Energiehuizen Veka) vb. burenpremie • 1 persoon digitaal contactpunt Energiehuis Limburg: doorverwijzing naar juiste partner • Energiehuis totaal overkoepelend ongeveer 35 medewerkers <ul style="list-style-type: none"> ○ Stebo afdeling energie = 15 + 1 coördinator verdeeld over verschillende ploegen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Energiescanners ▪ Technisch adviseurs ▪ Opvolging leningdossiers ▪ Projectwerk ○ Onesto zijn ongeveer 10 medewerkers

- Dubo Limburg 8 technische adviseurs en 4 freelancers

PARTNERSCHAPPEN

<Met welke actoren werkt de OSS samen? Structurele samenwerkingen?>

- Energiehuis Limburg is partnerschap tussen
 - Stebo: Coördinatie Energiehuis Limburg en omkadering woon- en energieloketten. Renovatieadvies en renovatiebegeleiding, advies bij leningsdossiers, huisbezoeken, etc
 - Onesto: kredietverschaffer (leningaanvraag administratief opstarten)
 - Dubolimburg: begeleiden in renovatie, voornamelijk met adviezen en geen renovatiebegeleiding, beperkt ook begeleiding leningdossiers, 'huisdokter'
- Renocoach Genk
- Provincie Limburg (wijkrenovatieprojecten)
- Samenwerkingsovereenkomst met alle limburgse gemeenten

UITDAGINGEN EN TOEKOMSTPLANNEN

<Welke grote uitdagingen ziet de OSS voor de volgende twee tot vijf jaar? Hoe willen ze die aangaan?>

Welk toekomstperspectief ziet de OSS voor zichzelf op lange termijn (10+ jaar)? >

- Adviesrapport opmaken als langetermijngericht met stappenplan voor toekomstige noden en middelen: hoe in kleine stappen energierenovatie doen.
- Bevragen waarom mensen afhaken uit de wijkrenovatieprojecten is belangrijk – redenen zijn belangrijk voor hele dienstverlening Energiehuis.
- Vandaag nog onduidelijk: platform Energiehuis Limburg zorgt voor basisdienstverlening. Twee rechtstreeks opdrachten voor Energiehuis vanuit Vlaanderen
 - Renovatiebegeleiding gedeeltelijk in opdracht van energiehuis (met energieconsulenten)
 - Scans – begeleiding bij ramen, dak en ketel
 - Alle overige aanbod is vanuit Stebo/ Dubo
- Wirwar aan organisaties vereenvoudigen naar 1 aanbod – wel interne differentiatie van vragen naar woonplaats en/of benodigde expertise
- Ook mensen die niet digitaal sterk zijn bereiken
- Indruk corona leidt tot meer renoveren: meer tijd om na te denken hierover en te informeren (niet noodzakelijk meer budget) → laatste jaren sowieso meer aandacht aan renovatiebeleid
- Verder inzetten op integratie thema's wonen en energie
- Professionaliseren van woon-en energieloketten
- Trigger door idee mijnverbouwbegeleiding van Vlaanderen → proberen om dit aanbod in Limburg uit te bouwen (een type begeleiding waar als gemeente op kunnen intekenen)

OPMERKINGEN/VARIA

- **Energiehuis met grootste grondgebied in Vlaanderen (42 gemeenten)**
- **Advies aan VEKA vanuit veld:**
 - Niet te generalistisch werken – structuur en bredere doelgroep is positief, maar vaak vallen meest kwetsbaren uit de boot dus differentiatie is nodig
 - Energiescans apart laten bestaan want superbelangrijk
 - Doorverwijzing vandaag op basis van statuut – netwerk dat nu is opgebouwd zorgen dat dit niet uit elkaar valt en dat we diegenen die ons het hardst nodig hebben nog kunnen lokaliseren. Dit is een groep die we zelf rechtstreeks moeten benaderen want komen niet vanzelf tot bij ons.
 - Sterkte van merk 'Energiehuis' behouden

<BMC als laatste pagina bij de fact sheet>



LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial instrument of the European Union



<p>OSS fact sheet</p> <p><NAAM OSS></p>	
 	
<p>IDENTIFICATIE</p> <p>Naam: Frédéric Delhommeau</p> <p>Land: Frankrijk</p> <p>Inrichter: Agence Parisienne du Climat – Agence National de l’Habitat</p> <p>Oprichtingsdatum: ong 2010</p>	<p>MISSIE/STRATEGIE</p>
<p>DOELGROEP EN AANGEBODEN DIENSTEN</p> <p><Overzicht van en duiding bij elk van de diensten, gegroepeerd per segment van de CJ></p> <ul style="list-style-type: none"> • Adviseren en informeren ivm energierenovaties <ul style="list-style-type: none"> ○ Burgers, verenigingen, etc ○ Ook zij die nog niet weten wat ze nodig hebben in hun gebouw/woning • Begeleiden <ul style="list-style-type: none"> ○ Zoeken aannemers, architecten, etc ○ Ondersteuning om duidelijke vragen te stellen aan de architecten en aannemers ○ Bereikbaar voor vragen tijdens uitvoering werken ○ Na werken ook verifiëren of werken gelukt zijn en of aan alle verplichtingen voldaan – bezoek aan gebouw • Sensibiliseren • 3 fasen <ul style="list-style-type: none"> ○ Start: diagnose, studie, advies, beslissen wat kunnen en willen uitvoeren ○ Scenario voor werken voorbereiden ○ Werken uitvoeren ○ →na elke fase een stemming in de VME nodig 	

- 20% tot einde startfase – daarvan 1/3 gaat door naar volgende stap(pen)

<Bereik binnen de doelgroep, individuele of collectieve renovaties>

- Focus op collectieve gebouwen (appartementen, rijhuizen) binnen stad Parijs én intercommunale (groot-Parijs), en de regio Île-de-France
- Loketfunctie, conferenties, infomarkten, etc
 - In eerste instantie per telefoon of videocall advies geven voor zover mogelijk
- 1 coach voor een gebouw – SPOC – die verschillende jaren begeleiding doet (15% van de appartementsgebouwen staat in contact met APC; zit dus in begeleidingstraject. 20% daarvan voert werken ook effectief uit)
- Zeer veel huurders
 - Vooral in noordelijk Parijs sociale huurwoningen → minder middelen om te renoveren

AANTAL AFGERONDE BEGELEIDINGEN

<Overzicht van het aantal (succesvol) afgeronde renovatietrajecten.>

- Zie slide met gebeurde begeleidingen + kaartje → zie website coachcopro voor cijfers
- 14965 appartementsgebouwen aangesloten bij CoachCoPro Frankrijk waarvan 4481 in Groot-Parijs liggen:
- 901 gebouwen energiescan
- 219 bouwmeester aangesteld
- 278 werken in uitvoering/ uitgevoerd"
-

SLEUTELMOMENTEN – SUCCESSEN EN KEERPUNTEN

<Belangrijkste realisaties of keerpunten die de OSS vorm gegeven hebben, geleerde lessen.>

- Sinds 10j in Parijs gekend als ambassadeur ook voor aannemers
- France-Renov' als uniek toegangspunt: inwoners vinden hun weg naar France Renov dus ook automatisch naar APC

INTERNE ORGANISATIE

<Publiek, privaat, PPS. Teamgrootte en -samenstelling, afdelingen, ondersteunende functies. Omzet, Kostenstructuur en financieel model.>

- 40 tal vestigingen in Frankrijk
- Werking is mede dankzij EU-projecten
- APC = 35 medewerkers waarvan:
 - 20 renovatie thema
 - 12 coaches die 200-300 mede-eigendommen begeleiden

- Laatste jaren meer middelen voor APC werking
- <https://paris.coachcopro.com/pages/les-chiffres-cles-en-France>

PARTNERSCHAPPEN

<Met welke actoren werkt de OSS samen? Structurele samenwerkingen?>

- Sanic
- Groene politieke partij
- Coach CoPro (co-propriétés): begeleiden, informeren, sensibiliseren van mede-eigenaars + begeleiden en faciliteren van, en netwerken met/voor aannemers en professionelen en hen overtuigen te werken rond meergezinswoningen/ appartementen
- France-Renov' brengt aannemers in contact met (nieuw) clientele

UITDAGINGEN EN TOEKOMSTPLANNEN

<Welke grote uitdagingen ziet de OSS voor de volgende twee tot vijf jaar? Hoe willen ze die aangaan? Welk toekomstperspectief ziet de OSS voor zichzelf op lange termijn (10+ jaar)? >

- Private appartementen zijn mede-eigendommen waarin meerderheid beslist – bezorgdheid voor APC is hoe alle appartementsgebouwen meekrijgen in renovatiegolf?
- Parijs heeft veel naoorlogse gebouwen die niet aan energie-eisen voldoen

OPMERKINGEN/VARIA



OSS fact sheet	
FREDERIKSHAVN ENERGYCITY	
IDENTIFICATIE Naam: Bahram Dehghan Land: Denemarken Inrichter: Frederikshavn Municipality Oprichtingsdatum:	MISSIE/STRATEGIE <ul style="list-style-type: none"> - Investerings in eigendommen - Energie-efficiëntie - Jobs en werkgelegenheid creëren -
DOELGROEP EN AANGEBODEN DIENSTEN <Overzicht van en duiding bij elk van de diensten, gegroepeerd per segment van de CJ> <ul style="list-style-type: none"> • Flexibel aanbod: niet enkel focus op energie maar ook het comfort en design van de woning, elke actie aannemen die nieuwe investeringen in eigendommen en/of energie-efficiëntie kan betekenen nu of in toekomst • Met financiële voordelen (lagere interesten bij meerdere werken) inspireren/ overtuigen om alles in een keer aan te pakken (totaalrenovatie) • Lokale energieadviseurs – aannemers – woningeigenaars samenbrengen • Focus ligt op het wegnemen van obstakels, benadrukken van voordelen, en toegankelijk maken van diensten zodat makkelijk voor woningeigenaars → ontzorging <Bereik binnen de doelgroep, individuele of collectieve renovaties> <ul style="list-style-type: none"> • Private woningeigenaars • Gebruik gemaakt van kranten, website, lokale gazetjes, sociale media, etc opdat mensen OSS zouden kennen • Actief woningeigenaars benaderen met aanbod • 	
AANTAL AFGERONDE BEGELEIDINGEN <Overzicht van het aantal (succesvol) afgeronde renovatietrajecten.> <ul style="list-style-type: none"> • 423 begeleidingen in 2019 	

SLEUTELMOMENTEN – SUCCESSEN EN KEERPUNTEN

<Belangrijkste realisaties of keerpunten die de OSS vorm gegeven hebben, geleerde lessen.>

- Lokale gemeenschap positief verrast door activiteiten van publieke organisatie betreffende woningrenovaties
- Energierenovatie rapporten voor elk renovatieproject → bank beslist in hoeverre adviesrapport kan/ mag worden uitgevoerd adhv financiering

INTERNE ORGANISATIE

<Publiek, privaat, PPS. Teamgrootte en -samenstelling, afdelingen, ondersteunende functies. Omzet, Kostenstructuur en financieel model.>

- Publiek (vanuit gemeentebestuur)
- Energieadviseurs, aannemers, interieurarchitecten, architecten, leveranciers toestellen en infrastructuur (warmtepompen, zonnepanelen etc) = team OSS organisatie, maar niet elke stakeholder is in elk renovatieproces betrokken.
- Financiering projecten via banken: training over Energieadviezen over private woningen en hoe die werken te financieren → bank beslist in hoeverre werken financieren, interest moet hierbij lager liggen dan markt. (2018)
- 4 medewerkers die hiermee bezig zijn, ook 2 studenten die stage doen op deze dienst, 1 communicatiemedewerker
- Ook diensten van externen aanspreken (analyses, interviews met burgers, etc allemaal uitbesteden)
-

PARTNERSCHAPPEN

<Met welke actoren werkt de OSS samen? Structurele samenwerkingen?>

UITDAGINGEN EN TOEKOMSTPLANNEN

<Welke grote uitdagingen ziet de OSS voor de volgende twee tot vijf jaar? Hoe willen ze die aangaan?>

Welk toekomstperspectief ziet de OSS voor zichzelf op lange termijn (10+ jaar)? >

- Bereidheid om te renoveren is grootste barrière
- Interessante doelgroep in klimaatverhaal: 33% tot zelfs 40% van alle energieverbruik in Denemarken is door gebouwen dus het is erg belangrijk om energieverbruik in gebouwen te optimaliseren
- Wanneer als publieke instantie naar buiten komen met belofte om burgers te ondersteunen dan moet het goed zijn en goed gaan, dan moet er vertrouwen zijn dat mag niet geschaad worden



LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial
instrument of the European Union



<ul style="list-style-type: none">• Projectgedreven werk stopt als project afloopt
OPMERKINGEN/VARIA

<BMC als laatste pagina bij de fact sheet>



LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial
instrument of the European Union



OSS fact sheet HOMEGRADE (BRUSSEL)	
<p>IDENTIFICATIE</p> <p>Naam: Caroline Vanhauw – Sophie Holemans Land: België Inrichter: Leefmilieu Brussel - BHG Oprichtingsdatum: '90 Stadswinkel – 2015 Homegrade</p>	<p>MISSIE/STRATEGIE</p> <p>Iedereen in Brussel die wil renoveren op 1 adviespunt ontvangen waar ze terecht kunnen met al hun vragen. Doel blijft mensen beter te informeren, energierenovaties beter te organiseren en mensen te begeleiden tot aan de start van renovatiewerken. Neutraal en gratis. We willen meewerken om van Brussel een aangename en duurzame woonstad te maken in alle aspecten. Drie grote pijlers Homegrade: informatie, begeleiding, partners, met als basis expertise op het terrein.</p>
<p>DOELGROEP EN AANGEBODEN DIENSTEN</p> <p><Overzicht van en duiding bij elk van de diensten, gegroepeerd per segment van de CJ></p> <ul style="list-style-type: none"> • Alle vragen en adviezen rond <ul style="list-style-type: none"> ○ Renovatie ○ Energie: bouwschil, hernieuwbare energie, etc. ○ Akoestiek en geluidsisolatie ○ Mede-eigendommen ○ Stedenbouwkundig: vergunningen met/zonder architect • Grootste deel zijn adviezen rond energie: prioritaire werken aanduiden en premies opvragen, ook veel stedenbouwkundige vragen en vragen mbt VME's • Informeren en doorverwijzen naar juiste partners • Poule aannemers – opmaak soort prijslijst met veel details per aannemer (oa gebruikte materialen) • Ondersteuning voor aannemers bij problemen administratie renovatiewerken via Homegrade (vb. facturen en aangevraagde premies) 	

- Opleidingen rond duurzame gebouwen (contact met professionelen)

<Bereik binnen de doelgroep, individuele of collectieve renovaties>

- Loketfunctie als basisdienstverlening: afspraak op kantoor, videocall, telefoon, email, loket
- Lezingen en tentoonstellingen
- Opleidingen voor professionelen – interessant voor inhouse expertise Homegrade
- Enkel voor renovatiewerken waarvoor (nog) geen architect is aangesteld
- Digitaal of huisbezoek als nodig/ nuttig (Homegrade bepaalt wanneer huisbezoek)
- Iedereen kan gratis terecht, maar focus wordt toch gelegd op gebouwen waar meeste werk is, lager EPB peil, hoog factuur/ hoog verbruik
-

AANTAL AFGERONDE BEGELEIDINGEN

<Overzicht van het aantal (succesvol) afgeronde renovatietrajecten.>

SLEUTELMOMENTEN – SUCCESSEN EN KEERPUNTEN

<Belangrijkste realisaties of keerpunten die de OSS vorm gegeven hebben, geleerde lessen.>

- In tijd van Stadswinkel was meer tijd om dieper in te gaan op bepaalde studies (vb. energiekwestie bij glas in lood ramen; akoestiek; etc.)
- Fusie van Brusselse energiehuizen tot Homegrade (2015) – focus op corebusiness als OSS – op dit moment herbekijken wat precies in aanbod en hoe precies aanpakken
-

INTERNE ORGANISATIE

<Publiek, privaat, PPS. Teamgrootte en -samenstelling, afdelingen, ondersteunende functies. Omzet, Kostenstructuur en financieel model.>

- Ongeveer 25 medewerkers (gegroeid van 5 naar 25 – vooral voor 2010 fel gegroeid)
- Vooral architecten maar ook stedenbouwkundigen, ruimtelijke planners, specialisten erfgoed, etc. Ook ongeveer 3 ingenieurs en een aantal mensen met een technisch profiel
 - Ook binnen die functies heeft ieder z'n eigen interesse en eigen specialisatie
 - Ieders competenties in soort van zuilen verdeeld, die zuilen staan allemaal op een gelijke basis van algemenere kennis
-

PARTNERSCHAPPEN

<Met welke actoren werkt de OSS samen? Structurele samenwerkingen?>

- Leefmilieu Brussel

- URBAN Brussel
- Dienst Wonen stad Brussel
- EU-projecten
- INNOVATE
- Confederatie Bouw

UITDAGINGEN EN TOEKOMSTPLANNEN


<Welke grote uitdagingen ziet de OSS voor de volgende twee tot vijf jaar? Hoe willen ze die aangaan? Welk toekomstperspectief ziet de OSS voor zichzelf op lange termijn (10+ jaar)? >

- Alle inwoners van alle 19 Brusselse gemeenten (elks eigen politiek, eigen beleid) komen met hun vragen en hun cases bij Homegrade
- Erfgoed, akoestiek, mede-eigendommen
- Betaalbaarheid energierenovaties? Hoe iedereen (bewoners en bouwsector) meekrijgen?
- Hoe een stad als Brussel op een duurzame manier energie efficiënt maken? Leefbare stad?

OPMERKINGEN/VARIA

<BMC als laatste pagina bij de fact sheet>



OSS fact sheet	
RÉSEAU HABITAT – NETWERK WONEN (BRUSSEL)	
 RÉSEAU HABITAT NETWERK WONEN	
IDENTIFICATIE Naam: Marilène De Mol – Netwerk Wonen Brussel Land: België Inrichter: Oprichtingsdatum: '80-'90	MISSIE/STRATEGIE Netwerk van 9 sociale organisaties om kwetsbare inwoners van Brussel te ondersteunen, gaande van energierenovatie en advies daarrond, tot geïntegreerde plaatselijke ontwikkeling. De focus ligt voornamelijk op uitwisselen van informatie tussen de overheid en het veld.
DOELGROEP EN AANGEBODEN DIENSTEN <i><Overzicht van en duiding bij elk van de diensten, gegroepeerd per segment van de CJ></i> <ul style="list-style-type: none"> • Werking van alle 9 organisaties is anders. • Alle renovatiehulpmiddelen • <i><Bereik binnen de doelgroep, individuele of collectieve renovaties></i> <ul style="list-style-type: none"> • Voornamelijk precair publiek – in stedelijke revitaliseringsgebieden (aangeduid door overheid) • Lokale dienstverlening per buurt/ wijk <ul style="list-style-type: none"> ○ duurzame buurtcontracten met oproep financiering voor werking van Netwerk Wonen en haar organisaties • Jaarlijks 10.141 contacten maar doelgroep is minder begaan met ICT – is eveneens barrière om subsidies aan te vragen 	

AANTAL AFGERONDE BEGELEIDINGEN

<Overzicht van het aantal (succesvol) afgeronde renovatietrajecten.>

- Jaarlijks een 5.000 tal gebouwen
- 10.141 contacten per jaar

SLEUTELMOMENTEN – SUCCESSEN EN KEERPUNTEN

<Belangrijkste realisaties of keerpunten die de OSS vorm gegeven hebben, geleerde lessen.>

- Eerste subsidie
- Ongerichte verenigingen
- Positieve audit
- Extra energiesubsidie
- 2012: oprichting Energiehuizen (6 in Brussel)
 - Ook in werkingsgebied Netwerk Wonen
 - 2015 Energiehuizen gegroepeerd in Homegrade
 - Nu betere relaties tussen Homegrade en Netwerk Wonen
- 2013: Oprichting van de coördinatie van het netwerk
- 2018 : BHPE-project
 - Gebouwen met hoge energieprestaties
 - Ondersteuning bij problemen bij gebruik van deze gebouwen
-

INTERNE ORGANISATIE

<Publiek, privaat, PPS. Teamgrootte en -samenstelling, afdelingen, ondersteunende functies. Omzet, Kostenstructuur en financieel model.>

- 10 organisaties
- 29 VTE (gefinancierd door het Netwerk Wonen)
- Subsidies Brussels Gewest voor verenigingen
 - Subsidies nemen af terwijl kosten stijgen
 - Onlogische ontwikkeling de organisaties binnen Netwerk Wonen actief zijn binnen Renolution
 - Verdrievoudiging renovatietempo in Brussel

PARTNERSCHAPPEN

<Met welke actoren werkt de OSS samen? Structurele samenwerkingen?>

- Renolution (algemene politieke context) – strategie rond energierenovatie Brussel
-



LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial
instrument of the European Union




UITDAGINGEN EN TOEKOMSTPLANNEN

*<Welke grote uitdagingen ziet de OSS voor de volgende twee tot vijf jaar? Hoe willen ze die aangaan?
Welk toekomstperspectief ziet de OSS voor zichzelf op lange termijn (10+ jaar)? >*

OPMERKINGEN/VARIA

<BMC als laatste pagina bij de fact sheet>

OSS fact sheet	
RENOBOOSTER (OOSTENRIJK)	
 <div style="display: inline-block; vertical-align: middle; text-align: center;"> <h2 style="margin: 0;">RenoBooster</h2> <h3 style="margin: 0;">The Smart Renovation Hub Vienna</h3> </div>	
<p>IDENTIFICATIE</p> <p>Naam:</p> <p>Land: Oostenrijk</p> <p>Inrichter: Stad Wenen</p> <p>Oprichtingsdatum: mei 2019 tem oktober 2022 projectmatig – reguliere opstart Hauskunft 2021 en Kwaliteitsplatform 2022</p>	<p>MISSIE/STRATEGIE</p> <p>renovatie specifiek in de particuliere woningsector, aangezien de sociale sector al zeer goed wordt bediend door instellingen</p> <p>speciale focus ligt op klimaatvriendelijke holistische renovatie en op de vraag hoe belanghebbenden kunnen worden bereikt</p>
<p>DOELGROEP EN AANGEBODEN DIENSTEN</p> <p><Overzicht van en duiding bij elk van de diensten, gegroepeerd per segment van de CJ></p> <ul style="list-style-type: none"> • Onafhankelijk advies en renovatiediensten van hoge kwaliteit door particuliere ondernemingen verzekeren • Hauskunft (onderdeel van Renobooster) als centraal informatiecentrum voor ondersteuning huiseigenaren in hele renovatietraject → vier hoofddiensten <ul style="list-style-type: none"> ○ Oriëntatie: eerste en algemene maar nuttige info ○ Toekomstcheck eengezinswoningen: op maat situatieanalyse met voorstel renovatietraject (incl huisbezoek) ○ Toekomstcheck meergezinswoningen of huurwoningen: communicatie via beheerders ○ Advies over geïntegreerde renovatieconcept • Kwaliteitsplatform Renovatiepartners (onderdeel Renobooster) als onafhankelijke vereniging van ondernemingen met aanbod ivm renovatie <ul style="list-style-type: none"> ○ Kwaliteitshandvest ○ Voorbeelden van best practices ○ Netwerken voor toekomstige samenwerkingen 	

<Bereik binnen de doelgroep, individuele of collectieve renovaties>

- Telefonisch loket/ hulplijn
- Neutraliteit info en ondersteuning
- Doelgroepen met specifieke behoeften
 - Verhuurders van appartementen
 - Flatgebouwen met beheerders
 - Particuliere eigenaren van gebouwen met max twee woningen
 - Planologen ook zien als structurele stakeholder
-

AANTAL AFGERONDE BEGELEIDINGEN

<Overzicht van het aantal (succesvol) afgeronde renovatietrajecten.>

- Hauskunft bij start ongeveer 100 adviezen per maand – met oorlog in Oekraïne enorm lucht in geschoten: van oktober 2020 tot eind juni 2022 heeft de Hauskunft 2 562 adviezen verzorgd.
 - 5 van de 10 adviezen hadden betrekking op individuele huiseigenaars.
 - 15% van de adviezen had betrekking op huurgebouwen met meerdere appartementen.
 - 30% van de adviezen had betrekking op appartementencomplexen.
 - 70% van de geïnteresseerden waren huiseigenaars, 13% mede-eigenaars, 6% beheerders, 5% planners en 6% anderen.
 - Binnen de 2.562 adviezen werden 8.632 onderwerpen behandeld, wat een indicator is voor de intensiteit van de consultancies.
 - Meest gevraagde onderwerpen: verwarming, subsidies, algemene renovatie, isolatie en hernieuwbare energieën.

SLEUTELMOMENTEN – SUCCESSEN EN KEERPUNTEN

<Belangrijkste realisaties of keerpunten die de OSS vorm gegeven hebben, geleerde lessen.>

- Hele vooronderzoek was bepalend voor verloop project
- Renovatietempo is indicator voor succes van beleidsaanpak stad Wenen. Hoewel nieuwe instellingen en structuren hun tijd nodig hebben om echt effect te hebben.

INTERNE ORGANISATIE

<Publiek, privaat, PPS. Teamgrootte en -samenstelling, afdelingen, ondersteunende functies. Omzet, Kostenstructuur en financieel model.>

- Dubbele institutionele aanpak
 - Adviesbureau (binnen stad) "Hauskunft": onafhankelijk advies gedurende hele renovatietraject

<ul style="list-style-type: none"> ○ Particuliere vereniging "Kwaliteitsplatform Renovatiepartners Wenen): gekwalificeerde aanbieders renovatiediensten samen naar voor schuiven en ook onderling best practices uitwisselen en aanbieders samenbrengen • gemeenteraad heeft, na een intensieve analyse van de marktbehoeften, een wijziging van de Vernieuwingsverordening van 2008 goedgekeurd, waarmee een specifieke financieringsregeling wordt gecreëerd voor de uitwerking van een holistisch, geïntegreerd renovatieconcept • een specifiek webplatform groepeerde alle beschikbare informatie over mogelijke financieringsregelingen voor woningrenovatie • Partnerschapsbijdragen voor RenoBooster <ul style="list-style-type: none"> ○ Hauskunft: 5 raadsleden (groeijende) en extra personeelsmiddelen vanuit DIE UMWELTBERATUNG die oa het telefoonloket bemant • Wohnfonds_Wien (vanuit Stad Wenen) voor Hauskunft • Kwaliteitsplatform is particuliere vereniging • EU middelen
<p>PARTNERSCHAPPEN</p> <p><i><Met welke actoren werkt de OSS samen? Structurele samenwerkingen?></i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Communicatie eenheid van departement huisvesting • Stad Wenen • UIV, stedelijke innovatie Wenen • wfw, wohnfonds_wien, Fonds für wohnbau und Stadterneuerung • ÖVI, Österreichischer Verband der Immobilienwirtschaft • DIE UMWELTBERATUNG • E7, Energiemarkt Analyse • 17&4, Organisationsberatung GmbH • SORA, Ogris & Hofinger GmbH • Vienna Business Agency •
<p>UITDAGINGEN EN TOEKOMSTPLANNEN</p> <p><i><Welke grote uitdagingen ziet de OSS voor de volgende twee tot vijf jaar? Hoe willen ze die aangaan? Welk toekomstperspectief ziet de OSS voor zichzelf op lange termijn (10+ jaar)? ></i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Oorlog Oekraïne doet vraag naar renovatie toenemen • Hauskunft moet zoeken naar grotere locatie met meer personeel

- Kloof tussen vraag en mogelijkheden markt wat betreft renovatie (gebrek materialen, nieuwe installaties, personeel)
- Juiste wettelijk kader mbt klimaatcrisis en oorlog Oekraïne in ontwikkeling en veranderend wat dus onzekerheid betekent voor huiseigenaren
- Permanent kwaliteitsbeheer en partnerschap met stakeholders zal basis moeten vormen voor geïntegreerd ontwikkelingsproces van instellingen, diensten en wettelijk kader
- Goed geïntegreerd in weense Smart Climate City strategie en beleid inzake stadsvernieuwing
-

OPMERKINGEN/VARIA

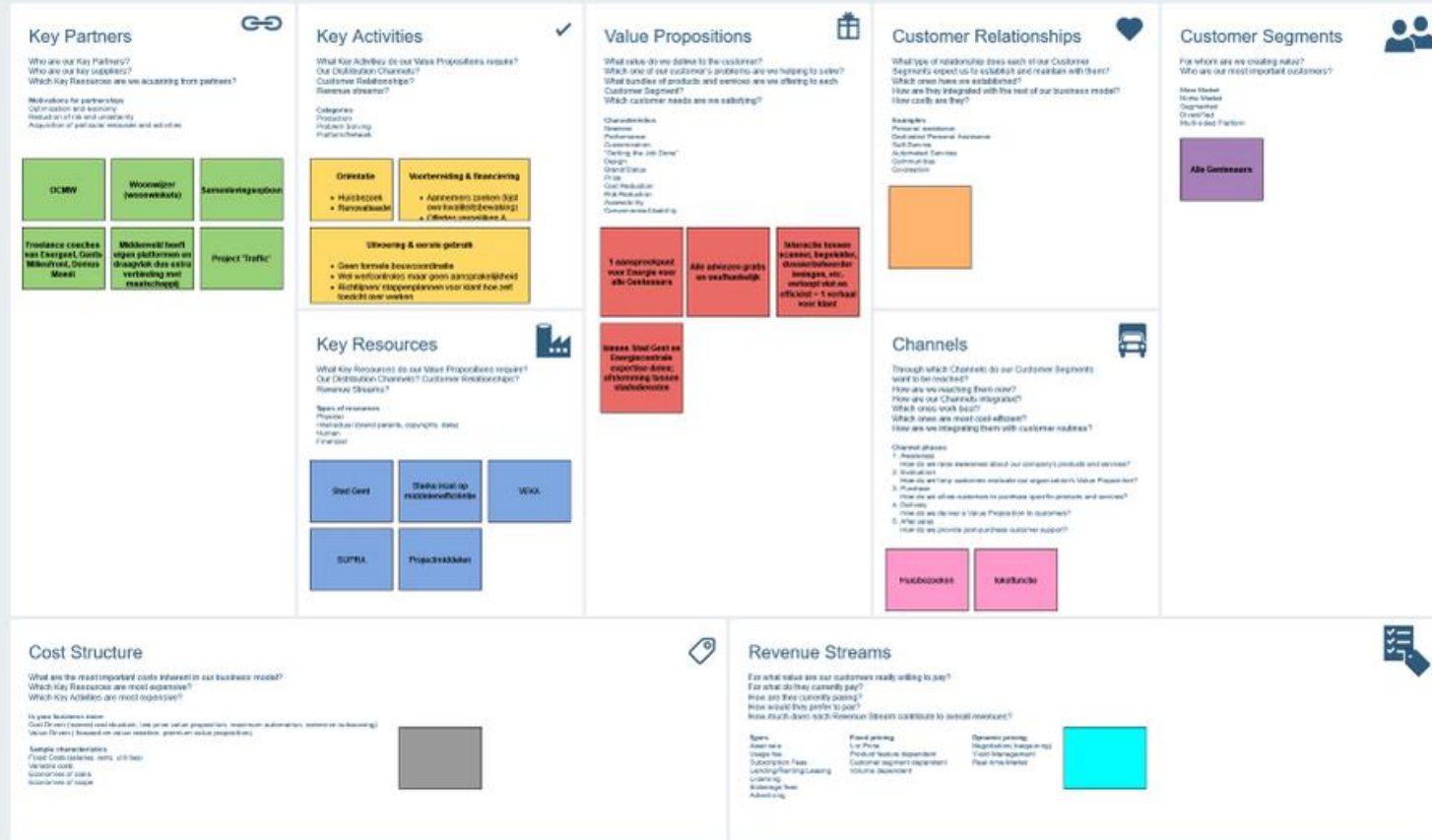
-

<BMC als laatste pagina bij de fact sheet>

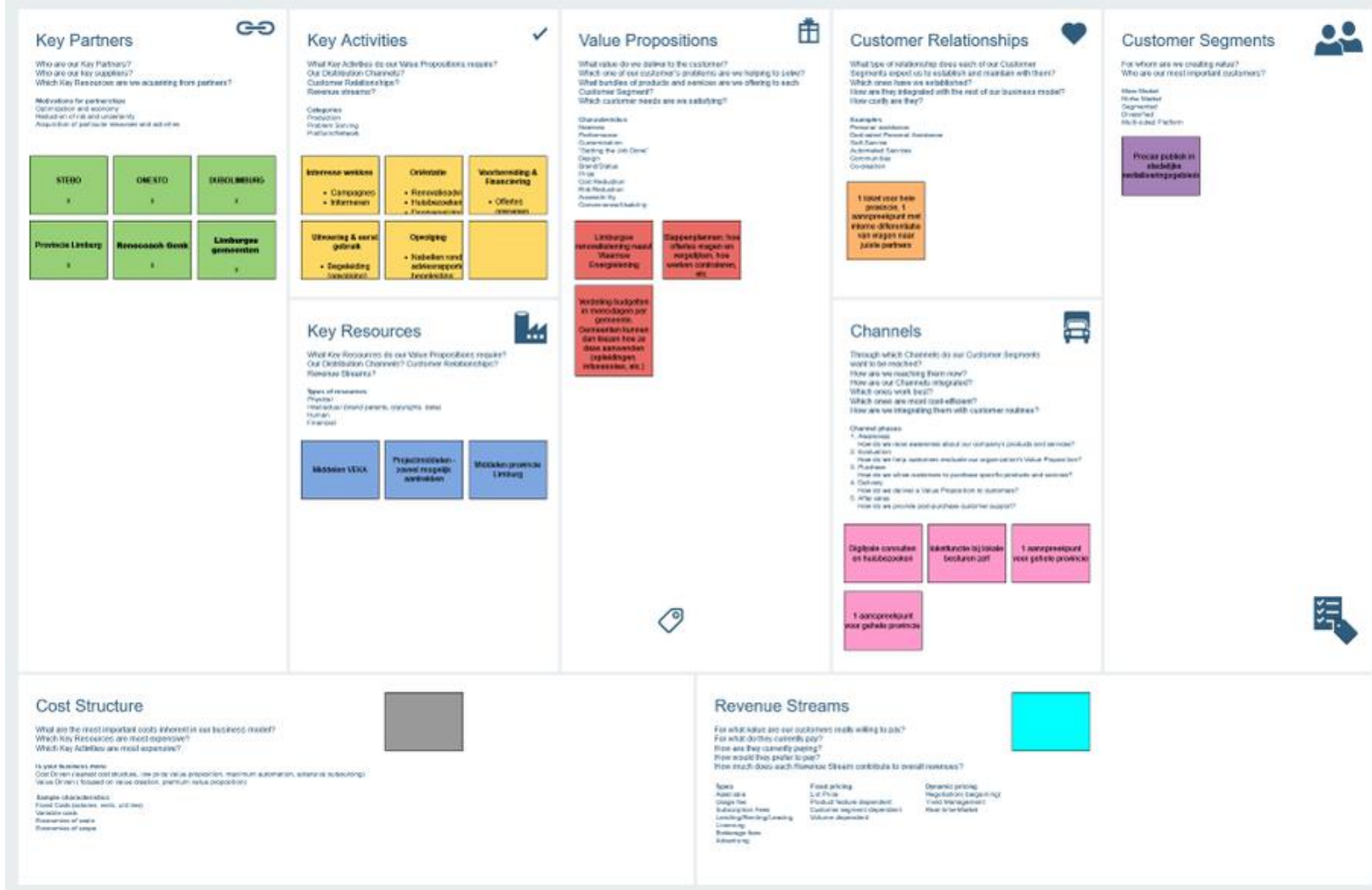
De Business Model Cnavassen

Energiecentrale Gent

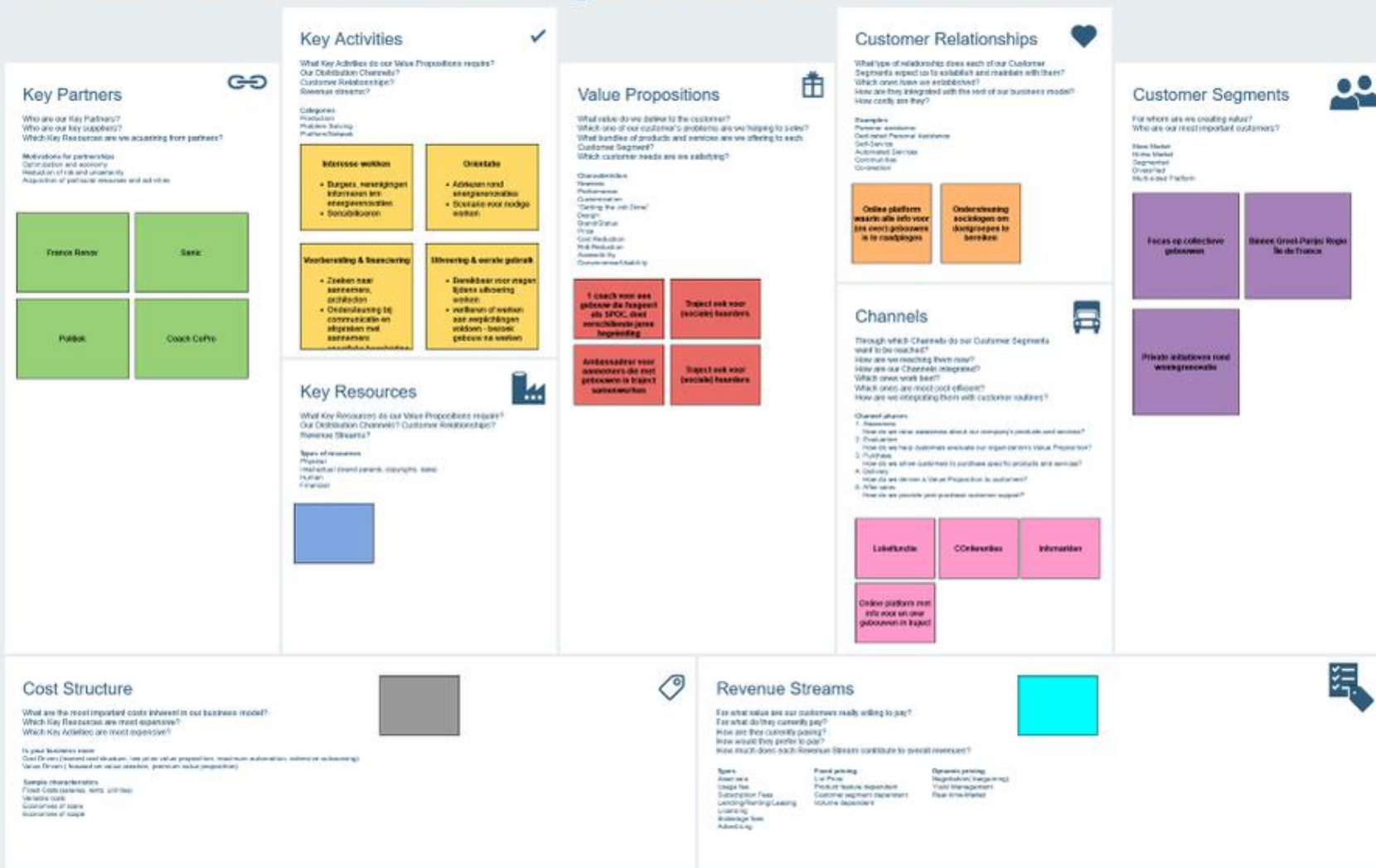
The Business Model Canvas: Energiecentrale Gent



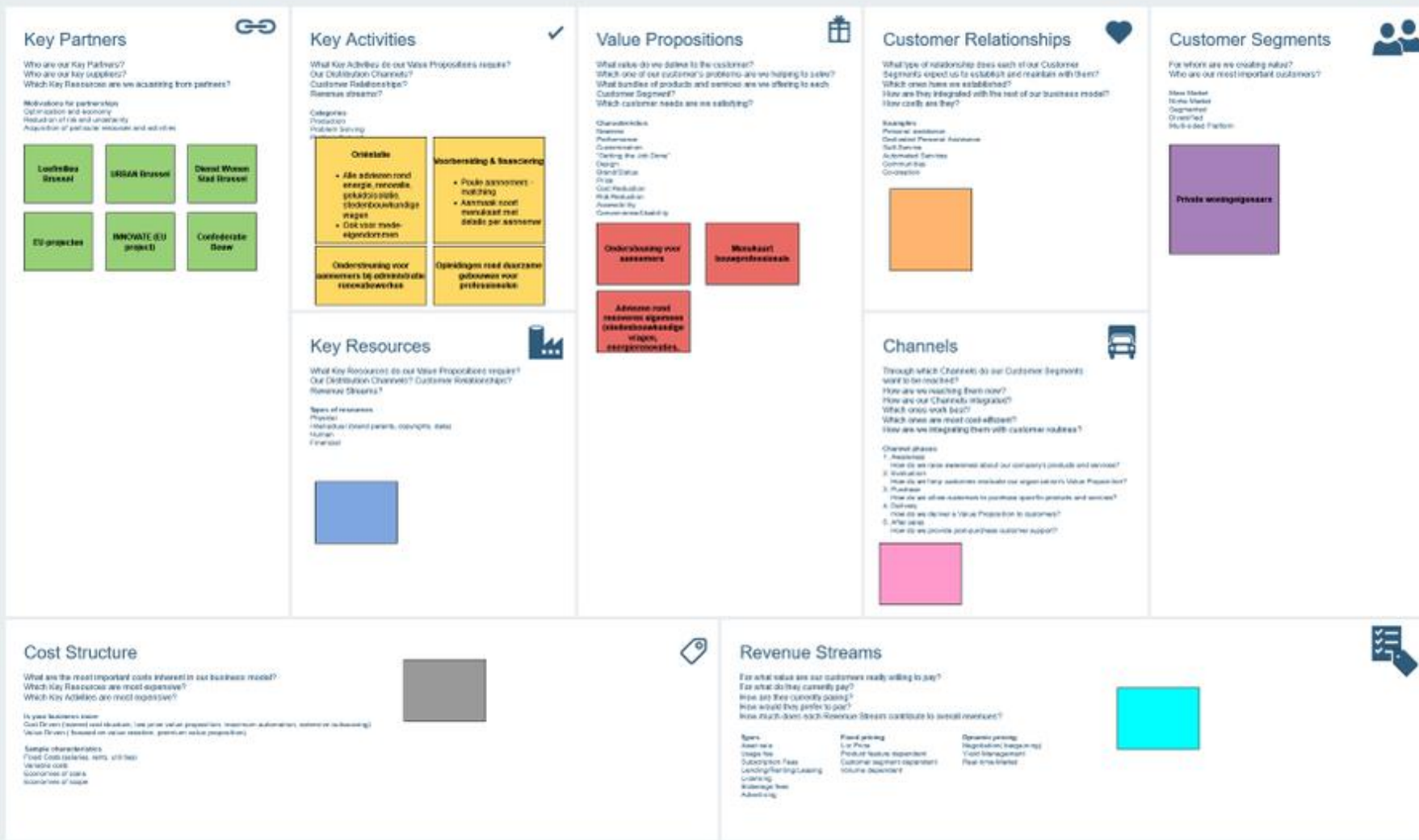
The Business Model Canvas - ENERGIEHUIS LIMBURG



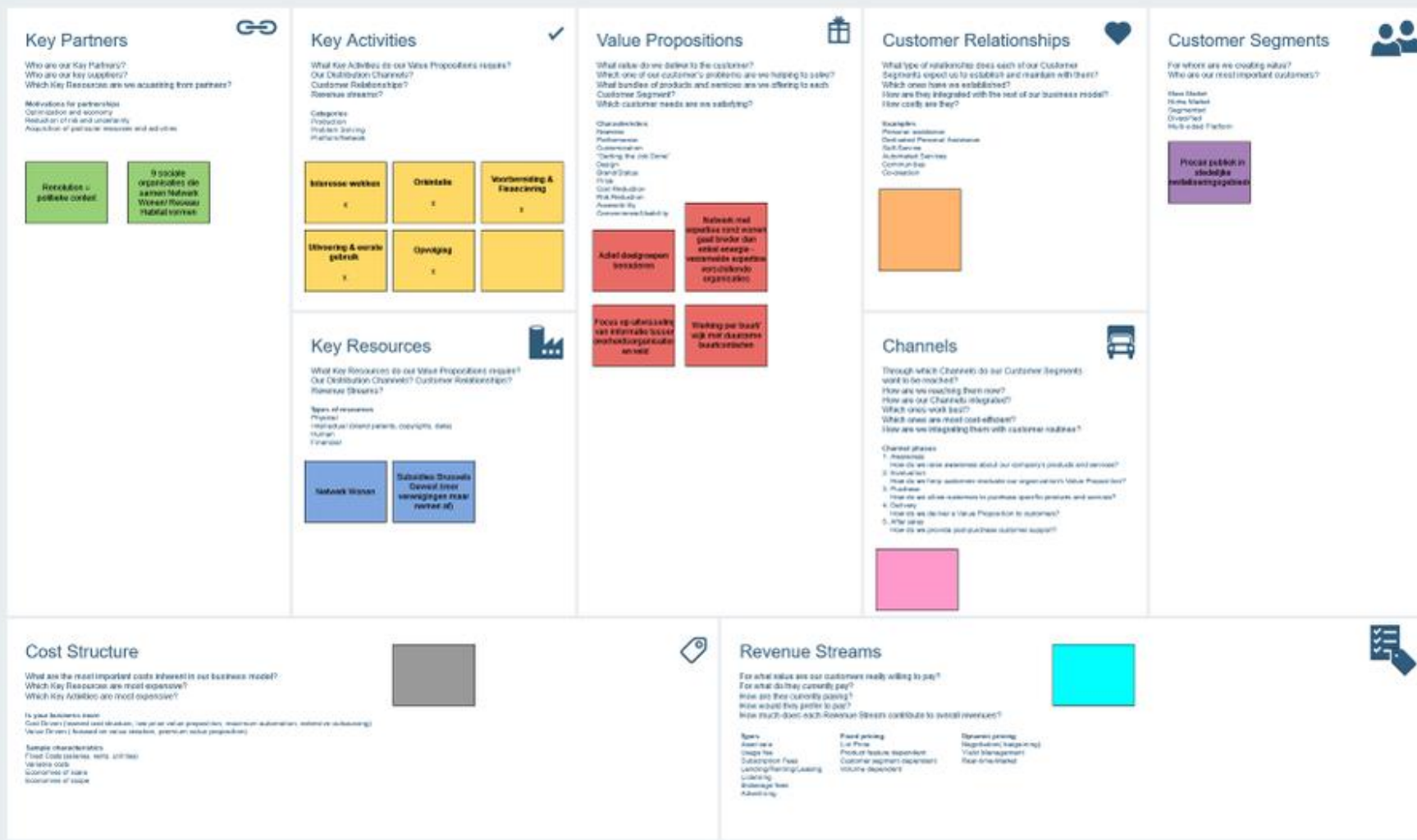
The Business Model Canvas - Agence Parisienne du Climat



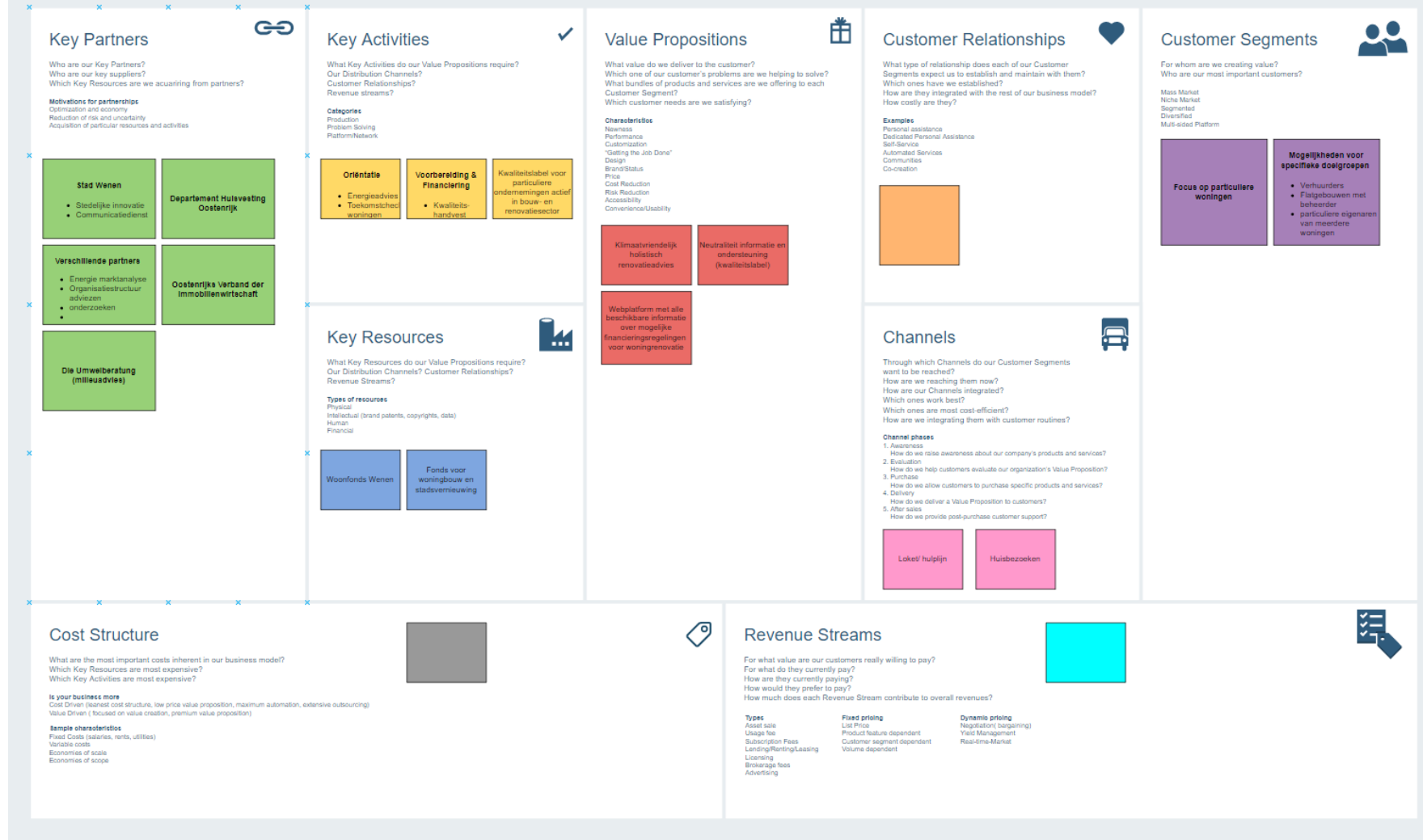
The Business Model Canvas



The Business Model Canvas - RESEAU HABITAT (Bxl)



The Business Model Canvas - RENOBOOSTER (A)





BE

**BELGIUM
RENOVATES
FOR ENERGY
EFFICIENT
LIVING**

reel!

LIFE IP CA 2016 BE-REEL

Associated Partner: VEKA

Name: Eddy Deruwe, Project Coordinator BE REEL!

Contact: eddy.deruwe@vlaanderen.be

Date: 3 December 2023

WWW.BEREEL.BE



LIFE IP CA 2016 BE-REEL!
With the contribution of the LIFE financial
instrument of the European Union

