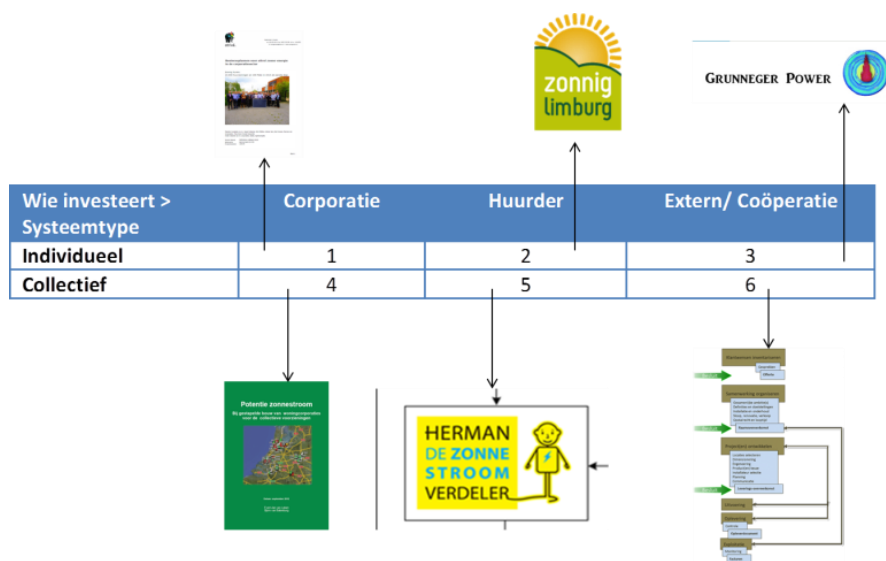


W/E rapport

Evaluatie zon PV-projecten bij woningcorporaties

Agentschap NL



Evaluatie zon PV-projecten bij woningcorporaties

Agentschap NL

Opdrachtgever

NL Energie en Klimaat
Agentschap NL
Postbus 93144
2509 AC Den Haag

Bezoekadres: Bezuidenhoutseweg 73, Den Haag
Contactpersoon: Mw. C.A. (Cynthia) Mors
T 070 379 68 53
E C.A.Mors@minez.nl

Opdrachtnemer

W/E adviseurs
Postbus 227
3500 AE Utrecht
Bezoekadres: Mariaplaats 21^E, Utrecht

Contactpersoon: Dhr. M.J.H. (Thijs) Kurstjens
T 030 - 677 8764
M 06-53237832
E kurstjens@w-e.nl

Projectnummer

W/E 8461

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
2	Samenvatting	4
3	Doel en aanpak van de evaluatie	7
3.1	Doel	7
3.2	Aanpak	7
3.2.1	Vorbereiding	8
3.2.2	Uitvoering	8
3.2.3	Rapportage	8
4	Beschrijving van de selectie	9
4.1	De Alliantie	9
4.2	Portaal	10
4.3	Zonnig Limburg	11
4.4	Stadlander	12
4.5	Woonmensen	13
4.6	Woon Friesland	14
4.7	Woningstichting Den Helder	15
4.8	Patrimonium	16
5	Resultaten	17
5.1	Het speelveld	17
5.2	De rol van corporaties	19
5.3	Conclusies	22
5.4	Aanbevelingen	23

1 Inleiding

En ineens was het zover: ‘zonnepanelen rendabel’! Consumenten enthousiast, landelijke campagnes op touw gezet, honderden buurtinitiatieven, leveranciers schieten als paddenstoelen uit de grond, landelijke subsidie voor particulieren, overheden zien kans ambities te verwezenlijken....en ook de corporatiesector zat niet stil: Een bundeling van krachten in het initiatief Zonnig Huren zorgde voor een sterke impuls richting corporaties. Niet gek dat juist daar de interesse zo groot is; de kerntaken rondom het zorgen voor een betaalbare, sociale woningvoorraad gaan immers hand in hand met verduurzaming bij de toepassing van zonnepanelen. Zonnig Huren laat zien dat de ‘business case’ haalbaar en uitvoerbaar is en het moment nu daar is voor verdere uitrol. Gedachte obstakels zijn gedeuid, dan wel ontkracht, schaalvoordelen bij kennisdeling en samenwerking zijn daarentegen juist te verwachten. Concreet gesteld doel is het realiseren van zonnepanelen op 10.000 woningen en 200 flats in 2013. Circa 30 corporaties hebben zich gebundeld onder de noemer en buigen zich over de uitvoering. Dat Zonnig Huren inspireert laten de vele andere (veelal lokale) initiatieven van corporaties in den lande zien, waaronder Zonnig Limburg, Het zonnige Noorden, De Lokale Energie Federatie (LEF) in Noord Holland en ga zo maar door!

Agentschap NL werkt nauw samen met branches en marktpartijen aan de implementatie van duurzame energie in Nederland. Voorbeeld hiervan is het introduceren van een kwaliteitssysteem voor installateurs van duurzame energie.^a Dit draagt tevens bij aan de Europese en nationale doelstelling van realisatie van meer projecten met duurzame energie. Vanuit deze rol en met Zonnig Huren als aanleiding is AgentschapNL op zoek gegaan naar inzicht in de ervaringen met zonnepanelen in de corporatiesector. Met knelpunten, faal- en succesfactoren uit de praktijk kan vervolgens een gerichte communicatie van ‘leerpunten’ in de corporatiesector worden uitgezet. Voor de uitvoering van het verkrijgen van inzicht heeft Agentschap NL W/E adviseurs opdracht gegeven, waarvan deze rapportage het eindresultaat is.

^a Zie: <http://www.qbisl.nl>; Kwaliteitsregister bouw en installatiesector Nederland

2 Samenvatting

Evaluatie zon PV-projecten bij woningcorporaties

Corporaties spelen een belangrijke rol in het speelveld van de implementatie van zonnepanelen in Nederland. In opdracht van Agentschap NL is W/E adviseurs op zoek gegaan naar de faal- en succesfactoren rondom de toepassing van zonnepanelen in de sector. Leerpunten uit deze evaluatie vormen de basis voor gerichte communicatie en ontwikkeling van (een) handreiking(en) voor corporaties. In het voorjaar van 2013 zijn betrokkenen bij acht representatieve initiatieven in Nederland geïnterviewd door W/E adviseurs. Vanuit de interviews, een klankbordgroep^b en een bijeenkomst op 4 juli 2013 in het Corporatiehuis van KWH met deskundigen zijn faal- en succesfactoren scherp gesteld, in deze rapportage bijeengebracht en omgezet in aanbevelingen voor nader uit te werken hulpmiddelen voor corporaties.

Het speelveld

Nauwe samenwerking met de kennis en kunde uit de markt en betrokkenheid van en afstemming van communicatie op huurders blijken in praktijk belangrijke voorwaarden voor succes. Met verdere uitlijning van kwaliteitsborging, transparantie van verdienmodellen en bewustwordingscampagnes lijkt nog erg veel te bereiken in 'het speelveld'. De onduidelijke, onvoorspelbare en complexe wet- en regelgeving vanuit de overheid remt op diverse niveaus nog de doorontwikkeling. Welke rol spelen de corporaties?

Motivaties, faal- en succesfactoren bij corporaties

Een breed spectrum aan motivaties beweegt corporaties aan de slag te gaan met zonnepanelen. Met name de woonlastenbeheersing - als onderdeel van de kerntaken - geeft duurzame energie een functie in beleid en doelstellingen. Ondanks de haalbare 'business case' van zonnepanelen leidt deze niet zonder meer tot grootschalige uitrol van zonnepanelen op korte termijn. In de context maakt met name de hoogfrequente dynamiek van de markt en de complexe regelgeving het aanhaken voor corporaties lastig. Ondanks aantrekkelijk aanbod van de markt met externe financiering en ontzorging van uitvoering en beheer, wordt soms (onterecht?) de benauwde financiële positie of kerntaakdiscussie genoemd als reden niet met zonnepanelen aan de slag te gaan. In de eigen organisatie blijkt de bredere inbedding van duurzaamheid in beleid en uitvoering de grootste uitdaging. De belangrijkste faalfactoren hierbij zijn:

- De soms onduidelijke en complexe wet- en regelgeving (bijvoorbeeld in relatie tot het verrekenen in de huur);
- De onvoorspelbaarheid van energieprijzen, subsidies en politieke ontwikkelingen rondom zonnepanelen;
- Duurzame energie is een vreemde eend in de bijt van de primaire processen van corporaties en vraagt om nieuw en separaat beleid; organisaties zijn vaak nog niet hierop ingericht;
- De huurder is wel bereid, maar vaak niet op de hoogte en niet zonder meer enthousiast of initiatiefnemer. Soms heerst er wantrouwen vanuit verleden; verleiding is nodig;
- Hoe groter de complexiteit van het aanbod met zonnepanelen, hoe lastiger het verhaal te verkopen is aan huurders;
- Het in eigen beheer nemen kan problemen opleveren als het teveel afwijkt van de gangbare werkzaamheden (bewonerscommunicatie over PV, communicatie met subsidieinstanties, complexiteit wet- en regelgeving).

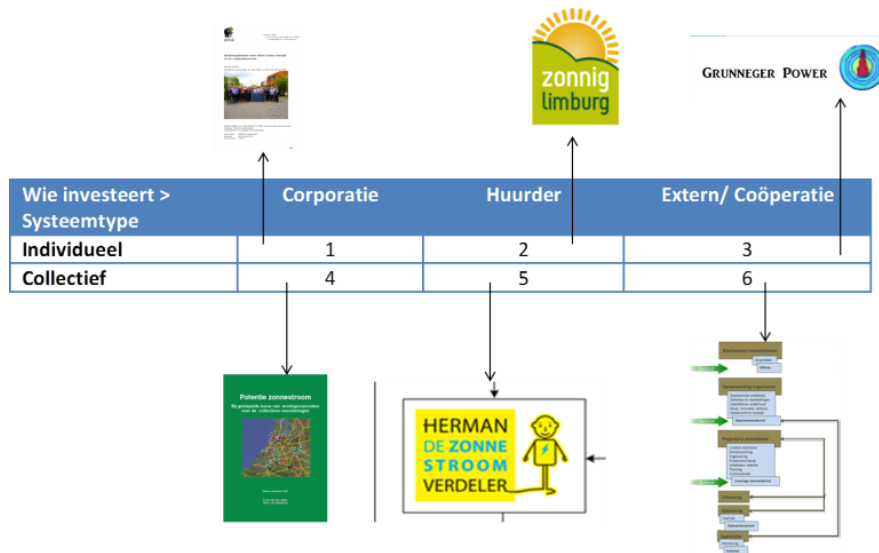
^b Bestaande uit vertegenwoordigers van AgentschapNL en Aedes

De belangrijkste succesfactoren zijn:

- Agendering, kennisdeling en regionale samenwerking met collega-corporaties
- Inbedding van duurzaamheid in organisatie, beleid en uitvoering;
- Bedrijfseconomisch onderbouwde keuze maken voor te bewandelen spoor, het prijsniveau van zonnepanelen is (nu) gunstig
- Benutting van kennis en kunde uit de markt (waarbij de markt transparant is in het gehanteerde verdienmodel en kwaliteit garandeert bijvoorbeeld via kwaliteitsregister Qbisnl.nl)
- Afbakenen van systeemtypen (individueel, collectief) en financieringsconstructie (corporatie, huurder, extern, coöperatie) maakt gerichte keuze gemakkelijker;
- Beleid uitwerken in fasedocumenten (ZAV, nieuwbouw, bestaande bouw, renovaties, onderhoud), communicatierichtlijnen, bundeling van initiatieven, uitgangspunten voor huurverhoging en energiebesparing;
- Eenvoudige, eerlijke en transparante communicatie richting huurders;
- Bij een voordelig en betrouwbaar aanbod voor huurders ontstaat mond-op-mond reclame. Het er vervolgens 'bij willen horen' (jaloezie-effect) en ambassadeurs kunnen de rest doen.
- Laat met monitoren van voorbeelden zien dat 't werkt'!

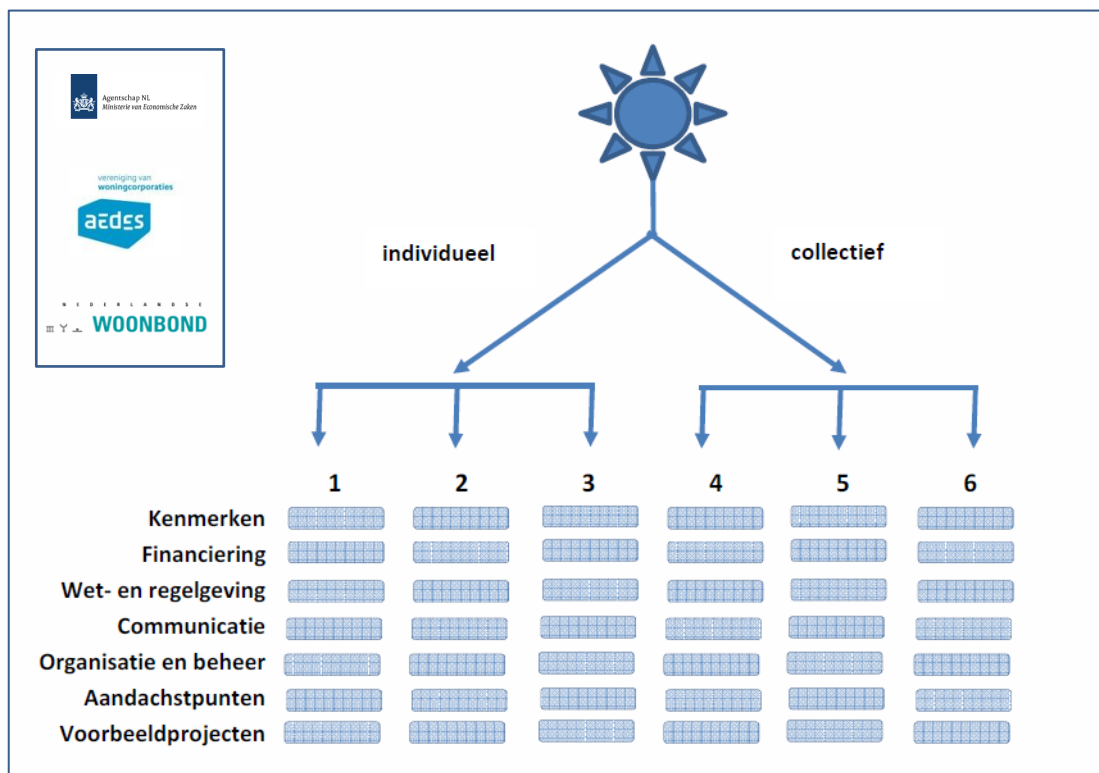
Aanbevelingen

Vanuit faal- en succesfactoren volgt de aanbeveling corporaties te ondersteunen bij hun (complexe) rol in het speelveld in samenhang met de markt en huurders. Inzicht geven over de mogelijkheden, ook als er geen eigen financieringsruimte is en daarmee de keuze vergemakkelijken. Meer duidelijkheid geven over wet- en regelgeving, via een betrouwbare zender op internet met helpdesk. Het continueren van de samenwerking tussen AgentschapNL, Aedes en de Woonbond rondom zonnepanelen is in dit licht zeer aan te bevelen. Er is daarnaast behoefte aan hulpmiddelen voor beleid en uitwerking, zoals een leidraad zonnepanelen (en/of duurzame energie) specifiek voor corporaties. Zonnepanelen zijn niet één toepassing...binnen de corporatiesector vertakken ze zich over zes sporen. Dat maakt ervoor kiezen en de organisatie erop inrichten complex. Onderscheid in nieuwbouw en bestaande bouw is daarbij van belang. Afhankelijk van systeemtype en investeerder is een andere aanpak benodigd; per 'spoor' helpt een leidraad met aandachtspunten in het maken van de keuze, de voorbereiding en uitwerking. Aanbeveling is een handreiking vanuit een betrouwbare zender – als applicatie op internet - te ontwikkelen die hierin voorziet. Zie onderstaand conceptmodel van 'De Zonnewijzer':



Tabel 1: Conceptmodel van 'De Zonnewijzer': zes sporen voor zonnepanelen

De Zonnewijzer ondersteunt corporaties bij het maken van keuzes, het inrichten van de organisatie, het kennismaken met de markt (koppeling aan kwaliteitsregister, advertenties?) en communicatie met de huurder. Het stimuleert het plukken van 'het laaghangend fruit' (zoals bij spoor 4 en 6), geeft promotie aan landelijke succesvolle voorbeelden en laat de concrete resultaten en opbrengsten zien. Door de zes sporen op te bouwen uit toelichtingen per relevant thema is filteren en/of het leggen van dwarsverbanden mogelijk. Het zenden vanuit de samenwerking AgentschapNL, Aedes en Woonbond geeft de geboden informatie de gewenste betrouwbaarheid. Zie ook onderstaand stroomschema:



Figuur 1: Stroomschema van sporen met toelichting per thema

3 Doel en aanpak van de evaluatie

3.1 Doel

Doel van deze evaluatie is tweeledig:

1. Inzicht verkrijgen in knelpunten én succesfactoren die woningcorporaties tegenkomen bij de implementatie van zonnepanelen;
2. Communiceren van de leerpunten (samen met Aedes) richting woningcorporaties om zo kennis en ervaringen rond implementatie van zonnepanelen te delen.

De output van deze evaluatie vormt bovendien de basis voor gerichte communicatie en ontwikkeling van producten voor woningcorporaties.

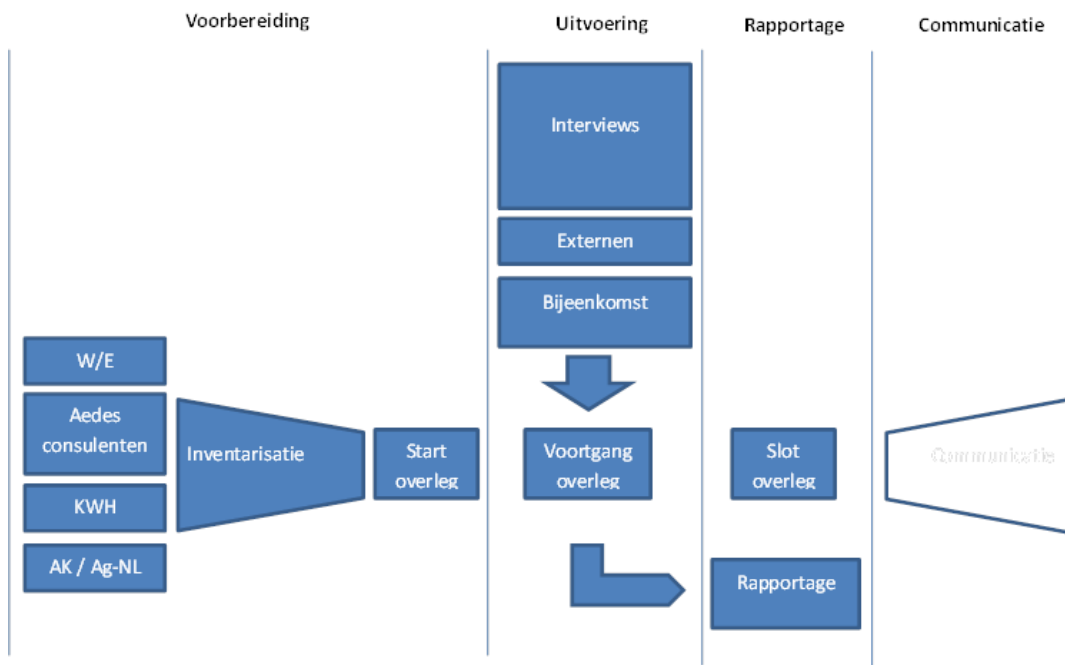
3.2 Aanpak

W/E adviseurs voerde de evaluatie uit in de periode mei-juni 2013 in opdracht van Agentschap NL, in overleg met een klankbordgroep, bestaande uit vertegenwoordigers van Agentschap NL én Aedes . De aanpak is gericht op het verzamelen van informatie vanuit de betrokken corporaties, maar ook op externen, zoals leveranciers, overheden en huurders.

De aanpak van de evaluatie is gefaseerd in drie fasen, toegelicht in de volgende paragrafen:

1. Voorbereiding
2. Uitvoering
3. Rapportage

Zie ook onderstaande figuur:



Figuur 2: schema en fasering werkzaamheden

3.2.1 Voorbereiding

In de fase voorbereiding verzamelde W/E lopende en al dan niet gerealiseerde PV-initiatieven bij woningcorporaties in een groslijst. Hierbij zijn de bij Agentschap NL bekende projecten benut, maar ook die van Aedes energieconsulenten, KWH^c, AK consultancy en W/E adviseurs. Resultaat hiervan is een groslijst met landelijke dekking en tientallen geschikte projecten/initiatieven. Vanuit de groslijst en op verzoek van de opdrachtgever zijn acht projecten geselecteerd voor nadere evaluatie door middel van interviews. Bij de selectie is gelet op de voorbeeldwaarde, de samenwerkingsvorm^d, de initiatiefnemer, het systeemtype, etc. De selectie wordt nader beschreven in hoofdstuk 4. Vanuit eerdere door W/E uitgevoerde onderzoeken is een kapstok vastgesteld voor de interviews, met als 'haken':

- kenmerken van vastgoed en PV-systeem
- financiële, juridische aspecten
- organisatie, beheer
- proces en planning
- leerpunten en succesfactoren
- behoefte aan ondersteuning.

Per 'haak' kunnen knelpunten en oplossingen worden gedestilleerd en gestructureerd.

In een startoverleg d.d. 13 april 2013 is de klankbordgroep bijeen gekomen om de groslijst, de selectie en de projectaanpak te bespreken.

3.2.2 Uitvoering

Basis voor de uitvoering zijn individuele interviews van de direct betrokkenen van de acht geselecteerde projecten. Parallel is de 'externe omgeving' van projecten verder in kaart gebracht; wat hebben de leveranciers, de gemeente en betrokken bewoners te vertellen? Het helder krijgen van knelpunten, faal- en succesfactoren, geschikt voor bredere communicatie in de sector, stond centraal in deze fase. In overleg met de klankbordgroep is een flyer voor de Aedes corporatiedag op 30 mei 2013 gemaakt, waarop corporatiemedewerkers worden uitgenodigd aan te sluiten bij de community 'Zonnig Huren' van Aedes en de mee te denken over deze evaluatie in het Corporatiehuis van KWH te Rotterdam.

In een voortgangsoverleg met de klankbordgroep d.d. 4 juni 2013 is de voortgang besproken en zijn nadere afspraken gemaakt.

3.2.3 Rapportage

Resultaten van de evaluatie zijn verzameld door W/E in deze eindrapportage. Met oog op de zich aftekenende resultaten hebben we bereidwillige corporatiemedewerkers en –deskundigen bij elkaar gebracht in een collectieve bijeenkomst in het KWH Corporatiehuis^e te Rotterdam om de cruciale knelpunten en succesfactoren verder scherp te stellen. Na afloop zijn in een slotoverleg met de klankbordgroep eventuele opmerkingen, wijzigingen en aanvullingen voor de definitieve eindrapportage geduid. W/E verwerkte eventuele opmerkingen in de definitieve eindrapportage. Aan de hand van de populaire (geanonimiseerde) samenvatting kan terugkoppeling van de resultaten aan de sector plaatsvinden. Hierbij stellen we voor ook de eerder gehanteerde kanalen via het digitale bereik, Aedes energieconsulenten en KWH nogmaals te benutten.

^c Zie: <http://www.kwh.nl> Kwaliteitscentrum Woningcorporaties Huursector

^d Spectrum van als corporatie zelf investeren en beheren tot en met geheel laten ont-zorgen en uitbesteden

^e Het Corporatiehuis is een ontmoetingsplatform waar samen met corporaties wordt gewerkt aan kwaliteitsverbetering

4 Beschrijving van de selectie

4.1 De Alliantie

Projectnaam	Raamovereenkomst De Alliantie – Kieszon – Do the bright thing
Corporatie	
Typering	Eerste grote raamovereenkomst van deze vorm met een woningcorporatie in Nederland
Investeringsmethode	Externe partij investeert
Type vastgoed	Gestapelde woningen
Omvang	1 MW
Uitvoering	Zomer 2013
Contactpersoon 1	Esther Engelen Senior Vastgoedadviseur Energie en Duurzaamheid De Alliantie E eengelen@de-alliantie.nl M 06-50539827
Contactpersoon 2	Bram Peperzak KiesZon E bram.peperzak@kieszon.nl M 06-21576071
Websites	www.de-alliantie.nl www.kieszon.nl www.dothebrightthing.nl
Algemene beschrijving	In april 2013 hebben woningcorporatie de Alliantie en KiesZon® een raamovereenkomst gesloten voor het realiseren van 1 MW zonnestroom. Het is het eerste zonnestroomproject van deze omvang dat zonder subsidies tot stand komt bij een corporatie. KiesZon® ontzorgt de Alliantie volledig. Zij nemen alle financiële en technische risico's van de zonnestroomprojecten voor hun rekening. Na de looptijd van 15 jaar worden de zonnestroom-installaties 'om niet' eigendom van de Alliantie. De woningcorporatie hoeft niets te investeren en heeft er gedurende de exploitatieperiode geen omkijken naar. Ondertussen zijn de gebouwen verduurzaamd, wordt groene zonnestroom opgewekt en zijn risico's voor prijsstijgingen van de elektriciteitsprijs uitgesloten.

4.2 Portaal

Projectnaam	Pilots Portaal
Corporatie	
Plaats	Utrecht
Typering	Pilotprojecten met zonnepanelen
Investeringsmethode	Corporatie investeert
Type vastgoed	Gestapelde woningen
Omvang	9 gebouwen
Uitvoering	2011 - 2013
Contactpersoon 1	Diana Paarlberg Adviseur Strategie Portaal Eemland E diana.paarlberg@portaal.nl M 06-51156406
Contactpersoon 2	Frank Seller Senior Projectleider Portaal Utrecht E frank.seller@portaal.nl M 06-10986448
Websites	www.portaal.nl
Algemene beschrijving	<p>Portaal begon eind 2011 met het plaatsen van zonnepanelen op bestaande gebouwen . Een van de woongebouwen staat in Hoograven, een andere in Overvecht, in 2013 volgen nog eens 7 gebouwen in Utrecht. Met deze zonnepanelen wordt energie duurzaam opgewekt. Portaal had nog niet eerder zonnepanelen op bestaande gebouwen geplaatst. De gekozen woongebouwen zijn zeer geschikt voor het plaatsen van zonnepanelen. De gebouwen hebben een groot plat dak dat goed in de zon ligt en dat goed bereikbaar is. Dat laatste is zowel praktisch voor de aanleg als het onderhoud van de zonnepanelen. De zonnepanelen van de woongebouwen leveren elektriciteit voor o.a. de verlichting in de gemeenschappelijke ruimten. Als er meer energie wordt opgewekt dan er wordt verbruikt, levert Portaal de opgewekte elektriciteit terug aan het elektriciteitsnet. De opbrengsten hiervan worden gebruikt om de investeringskosten van de zonnepanelen terug te verdienen.</p>

4.3 Zonnig Limburg

Projectnaam	Zonnig Limburg	
Corporaties	Antares, Wst. St. Joseph, Woonwenz, Wonen Limburg, Wst. Urmond, WBG, Wst. Kessel, Wst. Domus, Woonpunt, Wst. Wittem, Maasvallei, Woningver. Nederweert, Servatius, Wst. Simpelveld, WoonGoed, Deston, HeemWonen, Wonen Zuid.	
Plaats	Provincie Limburg	
Typering	Unieke samenwerking tussen 20 woningcorporaties, met de provincie als partner.	
Investeringsmethode	Huurder investeert	
Type vastgoed	Grondgebonden woningen	
Omvang	750+ woningen	
Uitvoering	2013	
Contactpersoon 1	Peter Hopmans (projectleider) GIPE BV E info@gipe.nl M 06-52311888	
Contactpersoon 2	Regine Adriaanse Beleidsmedewerker Duurzame Energie Provincie Limburg E ra.adriaanse@prvlimburg.nl T 043-3898983	
Contactpersoon 3	Geert-Jan Persoon Adviseur woonkwaliteit Woonbond E gpersoon@wka-centrum.nl M 06-46286880	
Websites	www.zonnig-limburg.nl www.limburg.nl www.bespaareenergiemetdewoonbond.nl	
Algemene beschrijving	De samenwerking staat voor 120.000 verhuurbare eenheden, ongeveer 77% van de totale voorraad in Limburg. De doelgroep bestaat uit huurders van grondgebonden woningen die zelf eigenaar willen worden van zonnepanelen. Om het aantrekkelijk te maken worden subsidies, laagrentende leningen en ontzorging (garanties, regelingen) aangeboden. Uiteindelijk is het financiële plaatje voor de verhuurder neutraal; bij mutatie wordt de energielabelverbetering geharmoniseerd in de huur, mits de zonnepanelen blijven liggen.	

4.4 Stadlander

Projectnaam	Zonnepanelen voor iedereen
Corporatie	
Plaats	Bergen op Zoom
Typering	Eerste corporatie die grootschalig zonnepanelen heeft aangeboden op vraaggestuurde wijze aan haar huurders.
Investeringsmethode	Corporatie investeert
Type vastgoed	Grondgebonden woningen
Omvang	Richting 1000 woningen
Uitvoering	2012 - heden
Contactpersoon 1	Wim van den Bergh Manager vastgoed Stadlander E wim.vd.bergh@stadlander.nl T 088 562 6386
Websites	www.stadlander.nl www.zonnighuren.nl
Algemene beschrijving	Stadlander opereert in een krimpgebied en werkt aan meer vraagsturing. Met een relatief energiezuinige voorraad kwamen zonnepanelen als een zinvolle maatregel voor het verbeteren van het vastgoed in beeld. De combinatie heeft geleid tot een aantrekkelijk en eenvoudig te begrijpen aanbod voor huurders. De corporatie doet een minimum aan werving en koopt slim in. Een succesvol voorbeeldproject.


4.5 Woonmensen

Projectnaam	Staatsliedenbuurt
Corporatie	 de Woonmensen
Plaats	Apeldoorn
Typering	Corporatie met eerdere ervaring past zonnepanelen toe als onderdeel van hoog-niveau-renovatie.
Investeringsmethode	Corporatie investeert
Type vastgoed	Grondgebonden woningen
Omvang	113 woningen
Uitvoering	2012
Contactpersoon 1	Gerard Brugman De Woonmensen E g.brugman@woonmensen.nl T 055 - 548 48 48
Websites	www.woonmensen.nl
Algemene beschrijving	 <p>Overzicht woonlasten (euro's per maand)</p>  <p>Voorbeeld overzicht verlaagde woonlasten per maand.</p>

4.6 Woon Friesland

Projectnaam	Energiecoöperatie
Corporatie	
Plaats	Friesland
Typering	Corporatie zoekt de (lokale) samenwerking en richt een coöperatie op
Investeringsmethode	Externe partij investeert
Type vastgoed	Grondgebonden woningen
Omvang	100 woningen
Uitvoering	2013 >
Contactpersoon 1	Bindert Kloosterman WoonFriesland E bindert.kloosterman@woonfriesland.nl T 056-6629162
Websites	www.woonfriesland.nl
Algemene beschrijving	WoonFriesland heeft veel ervaring opgedaan met zonnepanelen. In 2013 gaat WoonFriesland samen met Elkien en de gemeente Leeuwarden een pilot met een energiecoöperatie beginnen. De bedoeling is om investeerders zonnepanelen op corporatiewoningen te laten leggen. De energiecoöperatie, die nu in oprichting is, gaat binnen de pilot de investeringen doen.
Foto/Motto	

4.7 Woningstichting Den Helder

Projectnaam	LEF! Lokale Energie Federatie
Corporaties	Wst. Den Helder, Woonwaard, Wooncompagnie, Intermaris, Kennemer Wonen
Plaats	Noord-Holland
Typering	Corporatie zoekt de (lokale) samenwerking
Investeringsmethode	Externe partijen investeren
Type vastgoed	Diverse
Omvang	Ambitie 10.000 woningen
Uitvoering	Vanaf 2013
Contactpersoon 1	Robbert Waltmann Directeur bestuurder Wst. Den Helder E rwaltmann@wsdh.nl T 0223 677651
Websites	www.woningstichtingdenhelder.nl www.krachtdoorverbinding.nl
Algemene beschrijving	LEF is de afkorting voor Lokale Energie Federatie, in het leven geroepen om projecten te faciliteren die zorgen dat de woonlast van burgers omlaag gaat. LEF richt een ESCO (Energy Service Company) op en regelt hiervoor de financiering. Ecorus, provincie Noord-Holland, het fonds regionaal duurzaam en ZON energie verzorgen financiering. LEF zorgt in samenwerking met lokale partners voor het plaatsen van de zonnepanelen en voor de backoffice. De vijf betrokken corporaties bieden geschikte daken aan.
Foto	 A photograph showing two men in business suits shaking hands. Behind them is a banner with the text 'Op 10.000 daken in Noord-Holland!' and logos for 'SUN VERBODEN' and 'KRACHT DOOR VERBINDING'.

4.8 Patrimonium

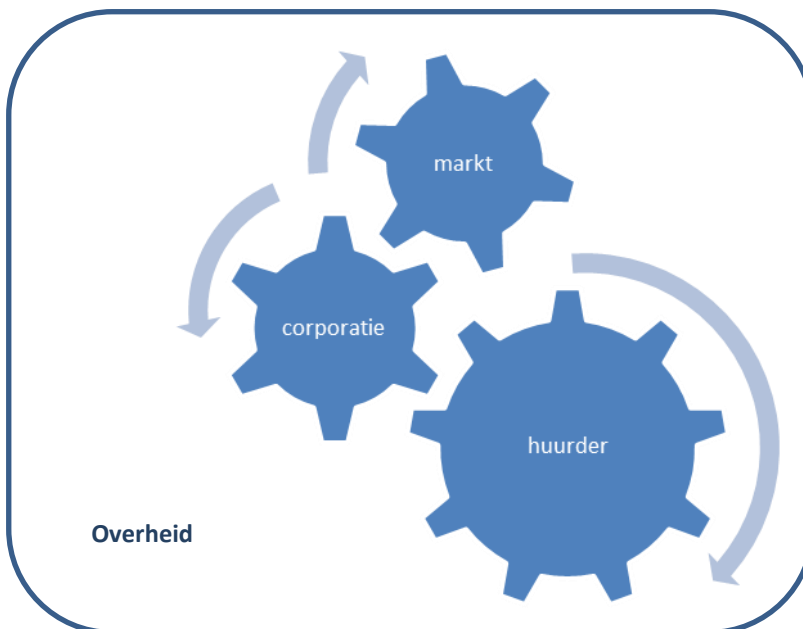
Projectnaam	Zonnepanelen in een Energie BV
Corporatie	
Plaats	Veenendaal
Typering	Een van de eerste grootschalige toepassingen bij corporaties in NL
Investeringsmethode	Corporatie, met subsidie
Type vastgoed	Gestapelde bouw
Omvang	ca. veertig flatgebouwen met 8.000 zonnepanelen ca. 11.000m ²
Uitvoering	2003
Contactpersoon 1	Sebastiaan van Zutphen Beleidsmedewerker Woningstichting Patrimonium Veenendaal E s.vanzutphen@patrimonium.nl T 0318-557911
Websites	www.patrimonium-veenendaal.nl http://www.nieuwsbank.nl/inp/2003/10/13/R054.htm
Algemene beschrijving	<p>De Veenendaalse corporatie Patrimonium woonstichting plaatste in 2003 een enorm zonnestroomsysteem op een deel van haar flatgebouwen. Op jaarbasis wordt een opbrengst verwacht van 820.000 kWh, waarvan een deel wordt aangewend voor het centrale verbruik van verwarmingspompen, liften en verlichting van de bergingen. Het overschot aan zonnestroom wordt teruggeleverd aan het openbare net. Het systeem van Patrimonium vergde een investering van ca. 6.5 miljoen euro, waarvan ca. 6 miljoen euro werd gesubsidieerd door de overheid en ENECO Energie. Piet de Vrije, directeur van Patrimonium woonstichting: "We nemen onze maatschappelijke verantwoordelijkheid in deze en we doen dat met overtuiging." (Bron: Nieuwsbank.nl)</p>

5 Resultaten

In dit hoofdstuk zijn de resultaten van de evaluatie weergegeven. Basis hiervoor zijn de gesprekken met betrokkenen bij de geselecteerde projecten. De interviews hebben specifieke en generieke informatie opgeleverd. Voor het aanbrengen van structuur in die informatie is gekozen voor twee gezichtspunten: 'het speelveld' (5.1) en 'de rol van corporaties' (5.2). Bevindingen zijn bij elkaar gebracht in conclusies (5.3) en aanbevelingen (5.4).

5.1 Het speelveld

Corporaties die met zonnepanelen aan de slag gaan hebben – net zoals bij andere activiteiten - te maken met het kader van de overheid (wet- en regelgeving, ambities en doelstellingen), de markt van leveranciers en de huurder als klant. We noemen dit het speelveld (zie ook Figuur 3). Kijken we in dit speelveld naar de implementatie van zonnepanelen dan zijn vanuit de evaluatie van de projecten een aantal generieke typering per partij te destilleren:



Figuur 3: het speelveld

Overheid

De overheid is enerzijds kader stellend voor wat betreft wet- en regelgeving en anderzijds een partner in het stellen van ambities voor het algemeen belang. Specifiek rondom zonnepanelen blijkt de interpretatie van wetten en regels soms lastig en onvoldoende eenduidig. De Greendeal 'De Stroomversnelling' vat een aantal essentiële mogelijke verbeterpunten bijeen; meer financieringsruimte vanuit WSW-borging^f, beter mogelijkheden voor het decentraal opwekken en verdelen van energie, beperken van effecten op de huurtoeslag en woonlasten centraal stellen door introductie van 'energieservicekosten' naast de kale huurprijs.

^f WSW: Waarborgfonds Sociale Woningbouw, zie ook: www.wsw.nl

“Ja, we zitten in de crisis, maar de enige manier om eruit te komen is door te kijken waar de kansen liggen”, aldus minister Blok.⁹

De markt

De markt van aanbieders van zonnepanelen (leveranciers, installateurs esco's) is sterk in beweging. In 2012 werden in Nederland 1 miljoen zonnepanelen verkocht, net zoveel als in de tien jaar daarvoor.^h Als belangrijk verbeterpunt en 'smeermiddel' richting corporaties kan kwaliteitsborging, ont-zorgen en transparantie in verdienmodellen worden genoemd.

Brendan de Graaf, directeur van Texel energie zegt hierover: “Duurzame energie wordt normaler, ik denk dat dat heel belangrijk is”.ⁱ

Huurders

Huurders van corporatiewoningen zijn talrijk en vanuit corporatieperspectief de doelgroep waarvoor zonnepanelen worden gerealiseerd, meestal vanuit het oogpunt van woonlastenbeheersing en betaalbaarheid van het wonen. Uitdaging in dit verband is het verder op gang brengen van de bewustwording van energieverbruik (en -kosten) en het promoten van duurzame energie. Financieel voordeel (“ik ga erop vooruit!”) en identiteit (“past dit bij mij?”) spelen hierbij een hoofdrol.

“Het is essentieel dat huurders weten wat het in werkelijkheid oplevert”, aldus Geert-Jan Persoon van de Woonbond.

Corporaties

Corporaties zijn van oudsher intermediair tussen huurder en de markt. Maatschappelijke en economische ontwikkelingen zorgen echter voor een hernieuwde discussie over de kerntaken van corporaties. Desalniettemin is de corporatiesector, met haar grote bestaande woningvoorraad (2,4 miljoen stuks), een belangrijk en substantieel potentieel voor de verduurzaming van Nederland. Voor zonnepanelen is er nog voldoende ruimte aanwezig. Voor alleen gestapelde gebouwen met collectieve voorzieningen wordt de potentie ingeschat ergens tussen de 13.000 en 16.000 aansluitingen.^j Het initiatief Zonnig Huren^k heeft inmiddels - met succes - aandacht gevraagd voor de 'business case' van zonnepanelen in de corporatiesector.

Als we de laatste monitoringsgegevens van de energielabeldatabase van Aedes in ogenschouw nemen zien we weliswaar bijna een verdubbeling van het aantal woningen met zonnepanelen (van ca. 5.900 in 2011 naar 11.500 in 2012)^l, maar nog geen grote schaal van uitrol...hoe komt dat?

Henk Rotgans van corporatie Havensteder zegt in dit verband: “Er is een investeringsstop, we kunnen nu ook niet investeren...we zijn geen koploper omdat duurzaamheid niet het enige is wat we doen, er zijn nog zoveel andere dingen die moeten gebeuren!”^m

In de volgende paragraaf gaan we nader in op de faal- en succesfactoren bij de implementatie van zonnepanelen door corporaties.

⁹ Uit: Renda artikel 'ruim 9000 banen door deal stroomversnelling' d.d. 28 juni 2013

^h Uit: Bouwspecial duurzaam energie opwekken juni 2013; 'zonnestroom is booming'

ⁱ Uit: 'voor niets gaat de zon op' webfilm het-portaal.net

^j Uit: 'Potentie zonnestroom' Baan-breker september 2012

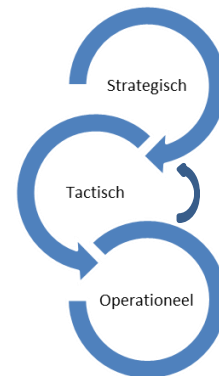
^k Een samenwerking van Aedes, AgentschapNL, Woonbond, Atrivé en 31 corporaties, zie ook bijlage **Fout! Verwijzingsbron niet gevonden.** en www.zonnighuren.nl

^l Resultaten SHAERE benchmarkrapportage 2012

^m Uit: 'voor niets gaat de zon op' webfilm het-portaal.net

5.2 De rol van corporaties

Vanuit de interviews zijn faal- en succesfactoren opgehaald en gestructureerd volgens 'de beleidsachtbaan': een veel gehanteerd procesmodel voor het vastgoedsturing bij corporatiesⁿ. Enerzijds worden er drie typische niveaus onderscheiden: het strategische, het tactische en het operationele, waardoor beleid 'haar weg aflegt'. Anderzijds geeft het de wisselwerking tussen voorraadsturing ('top down') en de aanpak van afzonderlijke woningen ('bottom up') weer. De scheidslijnen tussen de niveaus zijn niet hard, maar vloeien in elkaar over.



Figuur 4: beleidsachtbaan corporaties

In onderstaande teksten zijn de dominante termen en factoren **vetgedrukt**.

Het strategische niveau

Op het strategische niveau speelt de motivatie voor de organisatie ('we herkennen het en willen het') een belangrijke rol.

Woonlastenbeheersing, in het belang van de huurder en een betaalbare woningvoorraad, wordt het meest genoemd als motivatie voor de toepassing van zonnepanelen. In het kielzog volgen de besparingsdoelstellingen van het **sectorconvenant energiebesparing** (labelstappen) en bijdrage aan het milieu (**CO₂-reductie**), al dan niet omgezet in **eigen energie- en duurzaamheidsbeleid**. Vanuit een goede **voorbereiding op de toekomst - en het heden** - zijn enkele van de ondervraagde corporaties bezig met het vormgeven van specifiek beleid voor duurzame energie. De ontwikkelingen op het gebied van decentrale opwekking, energienotanulwoningen en verplichte energieneutrale nieuwbouw in 2020 kondigen in die zin het nieuwe tijdperk al aan. Minimale variant in deze is het **opdoen van kennis en ervaring** in pilotprojecten met zonnepanelen. In de meeste gevallen hebben de pilots wegens succes tot herhaling geleid. Sommige corporaties leggen de focus op de **vraag van de klant** (de huurder) en het **initiëren van bewustwording** rondom energieverbruik. **Geboden faciliteringsruimte en/of subsidies vanuit de overheid** zijn eveneens aanleiding om met zonnepanelen aan de slag te gaan. Tot slot zijn ook **lokale werkgelegenheid** en **imago** genoemd als motivatie.

Succesfactoren op dit niveau zijn:

- **Agendering, kennisdeling en regionale samenwerking met collega-corporaties**
- **Inbedding van duurzaamheid in organisatie, beleid en uitvoering**
- **Bedrijfseconomisch onderbouwde keuze maken voor te bewandelen spoor, het prijsniveau van zonnepanelen is (nu) gunstig**
- Netwerken, via Aedes, Agentschap NL, webcommunities, media, etc.
- Een beschikbare aanvangsinvestering of subsidie voor opdoen van eerste ervaringen
- Gemotiveerde stafleden en bestuurlijk draagvlak
- Succesverhalen van gerealiseerde projecten, voorbeeldprojecten, Solar Tours
- Goed voor imago en relatie met huurders

Faalfactoren op dit niveau zijn:

- **De soms onduidelijke en complexe wet- en regelgeving (met name in relatie tot het verrekenen in de huur)**

ⁿ Bron: <http://www.rigo.nl>

- **De onvoorspelbaarheid van energieprijzen, subsidies en politieke ontwikkelingen rondom zonnepanelen**
- **Duurzame energie is een vreemde eend in de bijt van de primaire processen van corporaties en vraagt om nieuw en separaat beleid; interne organisatie nog niet ingericht**
- Veel corporaties verkeren in een lastige financiële positie (hebben weinig WSW-borgingsruimte) en zijn daardoor terughoudend met investeringen. Soms met (onterechte) conclusie dat er dan geen duurzame energie gerealiseerd kan worden
- Duurzame energie wordt (soms) niet als kerntaak van een corporatie beschouwd
- Het belang voor een corporatie speelt pas op langere termijn (in stand houden van een betaalbare voorraad)
- Mediaberichten over brandgevaar, Brusselse bemoeienis, importheffing, BTW discussie schrikken af
- Tempo van veranderingen en businesscases in de markt is hoog en kan de corporatie niet bijhouden; onzekerheid over de juiste keuze
- Tegelijkertijd zijn er nog maar weinig aanbieders van transparante ontzorg-businessmodellen
- Het blijft nog vaak bij één bepaalde toepassing (terwijl er veel meer mogelijkheden zijn)

Zowel een succes- als faalfactor op dit niveau:

- Zonnepanelen raken aan structurele vraagstukken, dus is (de soms korte, de soms lange) weg via het management te bewandelen

Het tactische niveau

Op het tactische niveau komt de concrete haalbaarheid in beeld ('hoe gaan we dit organiseren?'). De balans tussen tijd, geld, kwaliteit, informatie, organisatie (kennis en capaciteit) en risico's wordt opgemaakt.

Succesfactoren op dit niveau zijn:

- **Afbakenen van systeemtypen (individueel, collectief) en financieringsconstructie (corporatie, huurder, extern, coöperatie) maakt keuze gemakkelijker**
- **Beleid uitwerken in fasedocumenten (ZAV, nieuwbouw, renovaties, onderhoud), communicatierichtlijnen, bundeling van initiatieven, uitgangspunten voor huurverhoging en energiebesparing**
- **Benutting van kennis en kunde uit de markt (waarbij de markt transparant is in het gehanteerde verdienmodel en kwaliteit garandeert bijvoorbeeld via kwaliteitsregister Qbisnl.nl)**
- Het volgen van de Trias energetica (leidt tot gerichte keuze voor geschikt vastgoed)
- Beginnen met het 'laaghangend fruit', zoals gebouwen met de kenmerken:
 - o bereikbaar plat dak op gestapelde bouw
 - o collectieve meter
 - o kleinverbruikerstarief
 - o in te passen in onderhoud en evt. isolatie van het dak
 - o D of C label
 - o restlevensduur min. 25 jaar
- Zonnepanelen komen goed van pas bij optimalisering van energiebesparingspakketten, labelstappen maken en nieuwbouw (EPC)
- Aandacht voor zonnestroom draagt positief bij aan haalbaarheid van energiebesparingsdoelstellingen; zonnestroom als katalysator voor het verkrijgen van instemming
- Externe partijen betrekken die meedenken en in uitvoering kunnen financieren en ontzorgen
- Transparantie van het verdienmodel van de (externe) aanbieder
- Belang van systeemkwaliteit bij de aanbieder leggen

- Zelf investeren leidt tot een zo groot mogelijk voordeel in woonlasten voor de huurder
- Doenersmentaliteit bij de betrokken projectleiders
- Mobilisatie van gemotiveerde medewerkers en huurders

Faalfactoren op dit niveau zijn:

- **Interne organisatie niet ingericht op beleid en uitvoering rondom zonnepanelen**
- **Onduidelijke en complexe wet- en regelgeving (huur, servicekosten, energielabel, opstalrecht, on(roerend) goed, natrekking, aansprakelijkheid, verzekering, saldering)**
- Investeringsstop door bestuur en/of gebrek aan financieringsruimte met (onterechte) conclusie dat er dan geen duurzame energie gerealiseerd kan worden
- Gereserveerdheid, zelfs allergie ten opzichte van 'de commerciëlen', nieuwe marktpartijen
- Veel aanbieders van esco's (de markt) niet transparant in het verdienmodel van aanbod
- Bedrijfseconomisch onderbouwde keuze willen en durven maken nog geen gemeengoed
- Verrekenen in de huurprijs niet altijd goed mogelijk, gezien betaalbaarheidsgrens en relatie met huurtoeslag
- Toerekenen zonnepanelen aan energielabel i.r.t. verrekening in servicekosten en/of huurprijs
- Individuele systemen vergen andere aanpak dan collectieve systemen (salderen, verrekening in huur en servicekosten)
- Zonnepanelen vragen om innovatie, maatwerk en bijbehorende capaciteiten van medewerkers

Zowel een succes- als faalfactor op dit niveau:

- Zonnepanelen vragen gezien specifieke aard en complexiteit om aanpassing of maken van beleid
- Zonnepanelen inbedden in duurzaamheid- en energiebeleid (nieuwbouw, renovatie, onderhoud, onderdeel van bredere duurzame energie)
- Samenwerking met andere corporaties kan voordelen bieden in vorm van kennisdelen, benutten van subsidies en kortingen in de markt, maar is in praktijk lastig op elkaar uit te lijnen gezien onderlinge kennis-, tempo- en faseverschillen
- Afweging wel of geen Energie BV te hanteren

Het operationele niveau

Op het operationele niveau wordt het plan vanuit het strategische en tactische niveau uitgevoerd. Thema's zijn: interne organisatie, techniek, installatie, uitvoering, oplevering en beheer.

Succesfactoren op dit niveau zijn:

- **Eenvoudige, eerlijke en transparante communicatie richting huurders;**
- **Laat met monitoren van voorbeelden zien dat t werkt!**
- **Bij een voordelig en betrouwbaar aanbod voor huurders ontstaat mond-op-mond reclame. Het er vervolgens 'bij willen horen' (jaloezie-effect) en ambassadeurs kunnen de rest doen.**
- Met samenwerken en aanbesteden is een goede prijs-kwaliteit uit de markt halen
- Een projectleider met doenersmentaliteit; bijv. bij zelf inkopen, eigenaar zijn, risico's dragen: een kwartiermaker is nodig!
- Garanties en verzekeringen richting huurders: ont-zorgen
- De energetische opbrengsten zijn in werkelijkheid veelal positief en de techniek is eenvoudig, dus zonnepanelen zijn een echte aanrader
- In een samenwerking in coöperatieverband krijg je de gemotiveerde mensen 'als vanzelf' bij elkaar
- Slim en snel; beperk je als corporatie tot een prestatiegerichte uitvraag en laat de technische kennis en diepgang aan de markt over; borging door keuze van betrouwbare partners en garanties

- (Energie) BV als tool om samenwerkingen met derden en financiën goed te regelen en het te scheiden van de kerntaak; als je het doet, doe het dan grootschalig.
- Het 'bekende busje' komt de zonnepanelen installeren: schept vertrouwen bij huurders.

Faalfactoren op dit niveau zijn:

- **Huurder wel bereid, maar vaak niet op de hoogte en niet zonder meer enthousiast. Soms heerst er wantrouwen vanuit verleden; verleiding is nodig**
- **Hoe groter de complexiteit van het aanbod met zonnepanelen, hoe lastiger het verhaal te verkopen is aan huurders;**
- **Het in eigen beheer nemen kan problemen opleveren als het teveel afwijkt van de primaire processen (bewonerscommunicatie over PV, communicatie met subsidieinstanties, complexiteit wet- en regelgeving).**
- Technische mankementen: lekkages, disfunctionele meters, brandgevaar, zonnepanelen die van het dak waaien, constructie-technische problemen
- Snel veranderende aanbod van systeemtypen, in een paar jaar van 200 Wp naar 250 Wp per paneel, switch van centrale naar micro-omvormers
- Onduidelijkheid over opbrengst maakt monitoring belangrijk, maar complex in beheer bij individuele systemen (doen ze t?). Bij huurders (belanghebbende) neer leggen + bij mutatie check
- Te veel zelf willen uitwerken, niet kunnen loslaten van 'bestekniveau'
- Scheiding tussen betrokkenen bij ontwerp- en beheerfase
- Esthetica punt van aandacht
- Het hebben van ZAV beleid is niet genoeg; animo is niet – zonder meer - groot
- Meer verbruiken = minder gunstig door lagere energiebelasting?

Zowel een succes- als faalfactor op dit niveau:

- Opschaling vraagt om benadering, betrokkenheid en bewustwording van huurders
- Bewonerscommunicatie, met name bij mutatie, overname (verhaal opnieuw te vertellen)
- Rondom ZAV-beleid voor zonnepanelen leven andere verwachtingen dan bij bijvoorbeeld bij een schotelantenne
- Subsidie lijkt aantrekkelijk maar zorgt voor een 'communicatiemoeras' over opbrengsten.
- Subsidieregelingen zijn onvoldoende duurzaam; je kunt er niet op rekenen
- Tijdrovende administratie (huur, energielabels) is na inregelen overheen te komen

5.3 Conclusies

Corporaties spelen een belangrijke rol in het speelveld van de implementatie van zonnepanelen in Nederland. Nauwe samenwerking met de markt en betrokkenheid van en afstemming op huurders blijken in praktijk voorwaarden voor succes. Wet- en regelgeving die nog niet is uitgekristalliseerd remt op diverse niveaus nog de doorontwikkeling. Greendeal 'de stroomversnelling' beoogt dit (deels) op te lossen. Vanuit de markt gezien is de verdere uitlijning van kwaliteitsborging en transparantie van het aanbod een verbeterpunt; de hoogfrequente dynamiek maakt aanhaken voor sommigen lastig. Soms wordt (onterecht?) de lastige financiële positie of de kerntaakdiscussie genoemd als reden niet met zonnepanelen aan de slag te gaan. Externe financiers en de markt die ont-zorgt kunnen hierop inspelen. De huurders komen niet zonder meer zelf in beweging voor zonnepanelen, een kleine groep uitgezonderd. Met bewustwordingscampagnes en het laten zien van de werking lijkt nog veel te bereiken.

De haalbaarheid van de 'businesscase zonnepanelen' is inmiddels in de sector geagendeerd. Dit leidt niet per se tot grootschalige uitrol van zonnepanelen op korte termijn. Samengevat spelen een aantal belemmeringen bij en binnen corporaties een hoofdrol:

- De onvoorspelbare, onduidelijke en complexe wet- en regelgeving (bijvoorbeeld in relatie tot het verrekenen in de huur)

- De onvoorspelbaarheid van energieprijzen, subsidies en politieke ontwikkelingen rondom zonnepanelen
- Duurzame energie is een vreemde eend in de bijt van de primaire processen van corporaties en vraagt om nieuw en separaat beleid; interne organisatie nog niet ingericht
- Huurder wel bereid, maar vaak niet op de hoogte en niet zonder meer enthousiast. Soms heerst er wantrouwen vanuit verleden; verleiding is nodig
- Aanbod van en communicatie over zonnepanelen (soms) te complex voor huurders
- In eigen beheer nemen levert problemen op, het is al snel te ingewikkeld en wijkt te veel af van de primaire processen (bewonerscommunicatie over PV, communicatie met subsidie-instanties, complexiteit wet- en regelgeving)

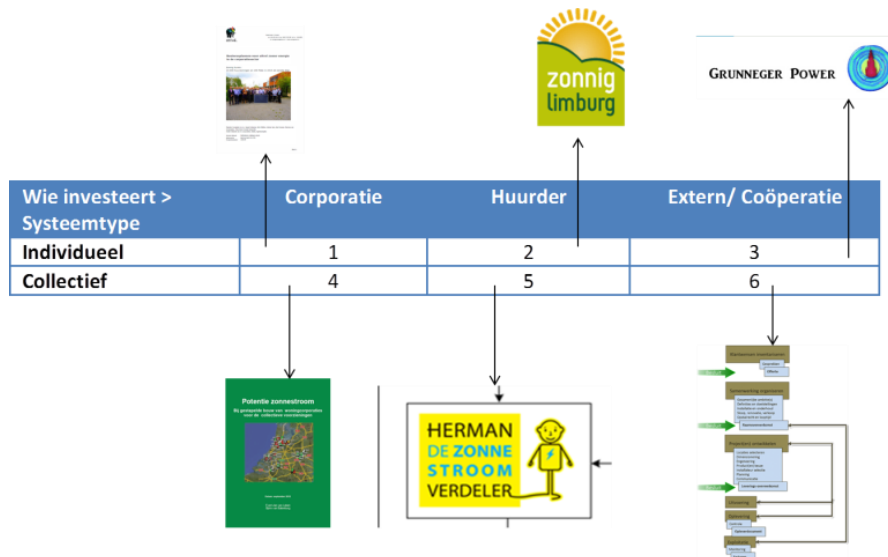
Succesfactoren zijn samengevat:

- Agendering, kennisdeling en regionale samenwerking met collega-corporaties en markt
- Inbedding van duurzaamheid in organisatie, beleid en uitvoering
- Beleid uitwerken in fase-documenten (ZAV, nieuwbouw, renovaties, onderhoud), communicatierichtlijnen, bundeling van initiatieven, uitgangspunten voor huurverhoging en energiebesparing
- Afbakenen van systeemtypen (individueel, collectief) en financieringsconstructie (corporatie, huurder, extern, coöperatie) maakt gerichte keuze gemakkelijker
- Communicatie richting huurders moet eenvoudig, eerlijk en transparant zijn;
- Het aanbod voor huurders moet (ruim) voordelig en betrouwbaar zijn; mond-op-mond reclame en het er vervolgens 'bij willen horen' (jaloezie-effect) en ambassadeurs kunnen de rest doen
- Laat met monitoren van voorbeelden zien dat t werkt!

5.4 Aanbevelingen

Vanuit de conclusies volgen de aanbevelingen:

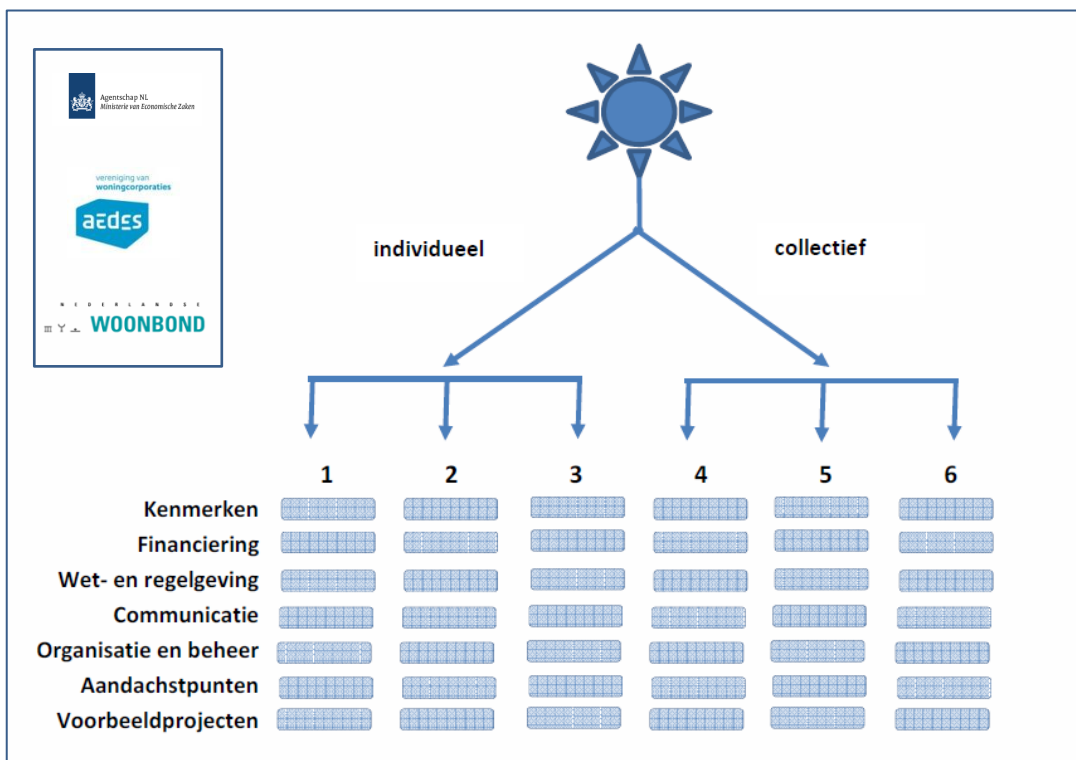
- Ondersteun corporaties bij hun (complexe) rol in het speelveld in samenhang met de markt en huurders
- Geef duidelijkheid over wet- en regelgeving en maak die toegankelijk bij voorkeur via internet en een helpdesk, met 'expertstatus' (betrouwbare zender)
- Continueer – in het licht van het vorige - de samenwerking tussen AgentschapNL, Aedes en Woonbond en profileer deze als een betrouwbare zender voor zonnepanelen
- Voorzie in hulpmiddelen voor beleid en uitwerking, zoals een leidraad zonnepanelen (en/of duurzame energie) specifiek voor corporaties
- Dat maakt kiezen en de organisatie inrichten complex. Onderscheid in nieuwbouw en bestaande bouw is daarbij van belang. Afhankelijk van systeemtype en investeerder is een andere aanpak benodigd; per 'spoor' zou een leidraad met aandachtspunten kunnen helpen in het maken van de keuze, de voorbereiding en uitwerking (thema's: techniek, organisatie, communicatie, financiering). Aanbeveling is een handreiking – als applicatie op internet - te ontwikkelen die hierin voorziet. Zie ook onderstaand conceptmodel van 'De Zonnewijzer':



Tabel 2: Conceptmodel van 'De Zonnwijzer': zes sporen voor zonnepanelen

De Zonnwijzer ondersteunt corporaties bij het maken van keuzes, het inrichten van de organisatie, het kennismaken met de markt (koppeling aan kwaliteitsregister, advertenties?) en communicatie met de huurder. Het stimuleert idealiter het plukken van 'het laaghangend fruit' (zoals spoor 4 en 6), geeft promotie aan landelijke succesvolle voorbeelden en laat de concrete resultaten en opbrengsten zien.

Door de zes sporen op te bouwen uit toelichtingen per relevant thema is filteren en/of het leggen van dwarsverbanden mogelijk. Het zenden vanuit de samenwerking AgentschapNL, Aedes en Woonbond geeft de geboden informatie de gewenste betrouwbaarheid. Zie ook onderstaand stroomschema:



Figuur 5: Stroomschema van sporen met toelichting per thema