PLATFORM31

kennis van stad en regio

Handreiking Utiliteitsgebouwen in aardgasvrije wijken

Mark Westerhuis

Uitgave

Platform31
Den Haag, december 2022

Auteurs: Mark Westerhuis
Redactie: Platform31

Platform31
Kennis- en netwerkorganisatie Platform31 ziet de trends in stad en regio. We verbinden beleid, praktijk en wetenschap rondom actuele vraagstukken en komen tot een aanpak waarmee bestuurders, beleidsmakers en uitvoerders direct aan de slag kunnen. De oplossingen houden we niet voor onszelf: iedereen profiteert mee van de resultaten.

Postbus 30833, 2500 GV Den Haag
www.platform31.nl

Hoewel grote zorgvuldigheid is betracht bij het samenstellen van dit rapport, aanvaarden Platform31 en de betrokkenen geen enkele aansprakelijkheid uit welke hoofde dan ook voor het gebruik van de in deze publicatie vermelde gegevens. Alles uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar worden gemaakt mits de bron wordt vermeld.

Inhoudsopgave

Inleiding **4**

1 In kaart brengen van commerciële utiliteitsbouw **5**
1.1 Manieren van categoriseren van utiliteitsbouw 5

2 Utiliteitsgebouwen onderdeel maken van Wijkuitvoeringsplannen **6**

3 Bereiken en betrekken van ondernemers en pandeigenaren **7**
3.1 Eigendom- en huurconstructies 7
3.2 Denkwijze van ondernemers 7
3.3 Communicatie met de ondernemer 9

Bijlage A **11**

Inleiding

Nederland heeft in het Klimaatakkoord vastgelegd dat in 2050 zeven miljoen woningen en nog eens één miljoen andere gebouwen (ook wel bekend als utiliteitsgebouwen) van het aardgas moeten zijn afgekoppeld. Er is ook een tussendoel bepaald: in 2030 moeten 1,5 miljoen bestaande woningen een andere energievoorziening voor verwarming dan aardgas hebben.
Hoe dit aan te pakken is nu onderwerp van gesprek in politiek, maatschappij en bedrijfsleven. Er spelen, zeker in het geval van utiliteitsbouw, veel belangen van meerdere partijen. Daarnaast is het op technisch vlak een uitdaging om voor de vele verschillende typen utiliteitsgebouwen een passende oplossing te vinden.

De aandacht gaat tot nu toe echter nog vooral uit naar woningen. Dat terwijl in de utiliteitsbouw per vierkante meter anderhalve keer meer CO_2-winst te behalen valt dan met woningen. Platform31 houdt zich al een aantal jaren bezig met het verduurzamen van utiliteitsbouw en biedt met deze handreiking aanwijzingen waarmee gemeenten op korte termijn al resultaat kunnen boeken in het verduurzamen van utiliteitsbouw binnen hun grenzen.

De nadruk ligt daarbij vooral op het aardgasvrij maken van commerciële utiliteitsbouw in of bij woonwijken: (kleinschalige) kantoren, winkels en bedrijventerreinen[1]. Hier is nog relatief weinig over bekend, maar vanwege de grote inzet op het verduurzamen van woningen (alle Nederlandse gemeenten dienen een Transitievisie Warmte te hebben waarin hun plannen voor een duurzame energievoorziening staan uitgewerkt) is het belangrijk om op tijd de utiliteitsbouw mee te nemen in de wijkaanpak.

Deze handreiking is geschreven op basis van de uitgewisselde kennis in de leerkring ‘Utiliteit in Aardgasvrije wijken’ en bevat suggesties voor gemeenten die met de verduurzaming van commerciële utiliteitsbouw aan de slag willen gaan. Daarvoor passeren drie onderwerpen de revue:

1. Weten welke commerciële utiliteitsbouw zich waar in de gemeente bevindt;
2. Via een stappenplan commerciële utiliteitsbouw onderdeel maken van de Wijkuitvoeringsplannen (WUP);
3. Weten hoe de huurder, eigenaar, en eventueel andere relevante partijen het beste aangesproken en betrokken kunnen worden.

[1] Maatschappelijke utiliteit valt buiten deze handreiking, omdat op dit terrein al relatief meer gedaan is dan voor (kleinschalige) utiliteitsbouw. Daarnaast wordt geen aandacht besteed aan grootschalige industrie en vakantieparken, omdat zij ieder een eigen type aanpak vergen die sterk afwijkt van utiliteitsbouw in en bij (woon)wijken.

1 In kaart brengen van commerciële utiliteitsbouw

Hoewel er geen duidelijke definitie over utiliteitsbouw bestaat, kan dit woord worden opgevat als een parapluterm voor een breed scala aan gebouwen die met elkaar gemeen hebben dat zij geen woonfunctie bezitten. In plaats daarvan worden ze gebruikt voor commerciële of maatschappelijke doeleinden. Vaak is voor gemeenten echter niet duidelijk welke utiliteitsgebouwen zich waar binnen de gemeentegrenzen bevinden. De eerste stap in het verduurzamen van deze gebouwen is daarom het (letterlijk) in kaart brengen van de verschillende typen.

1.1 Manieren van categoriseren van utiliteitsbouw

Naast het onderscheid tussen commercieel en maatschappelijk zijn er nog meerdere andere manieren waarop utiliteitsbouw kan worden gecategoriseerd, zoals op basis van de locatie van het gebouw in de wijk:

1. tussen woningen;
2. samen met andere commercieel vastgoed geconcentreerd in winkelcentra; of
3. gevestigd op een bedrijventerrein.

In woonwijken dragen verschillende typen utiliteitsgebouwen bij aan de leefbaarheid van de omgeving. Ze bieden commerciële en maatschappelijke functies waar een wijk niet zonder kan, zoals gezondheidszorg, onderwijs, en voedselvoorziening. Bij commerciële utiliteitsbouw gaat het voornamelijk om winkels, kapperssalons, horeca en dienstverlening. Deze kunnen zich tussen de huizen bevinden, of bijvoorbeeld in de plint van een appartementencomplex.
De organisatiegraad (de mate waarin ondernemers met elkaar optrekken in vraagstukken die hen gezamenlijk aangaan) van vastgoed op zulke locaties is laag, omdat de verduurzaming van een op zichzelf staand pand vaak geen voor- of nadelen heeft voor andere ondernemers en omdat er vaak een grotere fysieke afstand tussen de panden bestaat dan wanneer ze geconcentreerd zijn in winkelcentra of op bedrijventerreinen.
Op die plekken zijn geregeld ondernemersverenigingen te vinden die als contactpunt kunnen dienen voor de gemeente. Een ander voordeel is dat deze complexen of terreinen over gemeenschappelijke aansluitingen of installaties kunnen beschikken, waardoor de energievoorziening van meerdere panden in één keer kan worden aangepakt.

Ook het gebouw en bedrijf zelf kan op verschillende manieren worden ingedeeld:

1. Type functie van het gebouw of sector van het bedrijf (kantoor, winkel, recreatie, onderwijs, cultuur, etc.);
2. Administratieve omvang van betrokken partijen (eenmanszaak, MKB, multinational, gemeente, provincie, rijksoverheid, etc.);
3. Aardgas is wel of geen onderdeel van de bedrijfsvoering;
4. Type financiering van het pand.

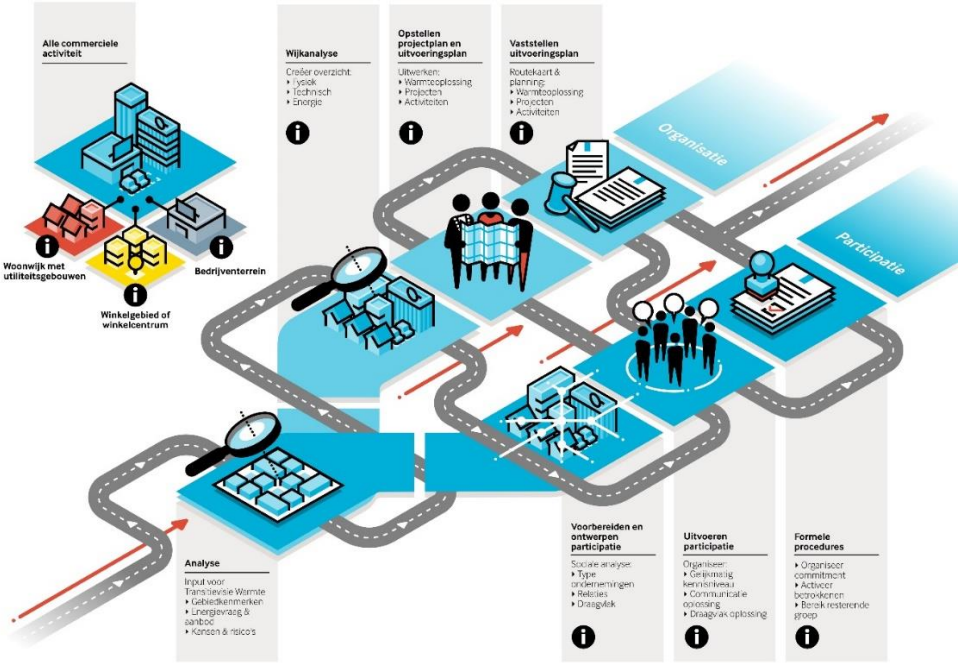
Ook de partijen die bij onder andere de financiering en het beheer van het vastgoed betrokken zijn kunnen verschillende eigenschappen hebben:

1. Type rol van betrokken persoon (eigenaar, huurder, gebruiker, beheerder, hypotheekverstrekker, etc.)
2. Karakter van betrokken persoon (conservatief, progressief, individualistisch, collectivistisch, etc.)

Voor gemeenten is het van belang om, voordat tot actie wordt overgegaan, duidelijk in beeld te krijgen welke van de bovenstaande categorieën op het vastgoed binnen de gemeentegrenzen van toepassing zijn.

2 Utiliteitsgebouwen onderdeel maken van Wijkuitvoeringsplannen

Wanneer een inventarisatie en categorisatie van het commerciële vastgoed binnen de gemeente voorligt, is planvorming de volgende stap. Hierbij dient de gemeente rekening te houden met de eigenschappen van het type locatie waar het vastgoed zich bevindt. Ieder type vereist een iets afwijkende aanpak (zie Figuur 1 en de figuren in Bijlage A). Platform31 heeft voor drie typen commercieel vastgoed én voor commercieel vastgoed in het algemeen een aanpak ontwikkeld die nauw aansluit op het organisatie- en participatieproces dat het Kennis- en Leerprogramma (KLP) van het Programma Aardgasvrije Wijken heeft gemaakt voor de verduurzaming van woningen. De sporen ‘organisatie’ en ‘participatie’ van het KLP zijn door Platform31 direct overgenomen en uitgewerkt voor commerciële utiliteitsbouw.



Figuur 1: Stappenplan voor commerciële utiliteit

Voor elk van de typen utiliteitsbouw moet een aantal stappen worden doorlopen waar altijd meerdere partijen bij zijn betrokken. Allereerst maakt een analyse van de omgeving duidelijk wat de (technische) kenmerken zijn, welke energievraag en -aanbod er bestaat en welke kansen en risico’s gepakt, dan wel gemeden moeten worden. Vervolgens geeft het ontwerp voor het participatietraject weer welke typen ondernemers in het gebied aanwezig zijn (zie ook Hoofdstuk 3), hoe sterk hun onderlinge relatie is en welk draagvlak er is voor de benodigde ingrepen.

De uitvoering van het participatietraject en de organisatie van het opstellen van een project- en uitvoeringsplan lopen parallel aan elkaar en hebben continue onderlinge invloed. Daarbij gaan zaken als het creëren van een gemeenschappelijk kennisniveau en het kiezen voor een bepaald type energievoorziening hand in hand.
Het doorlopen van dit traject mondt uit in het vaststellen van het uitvoeringsplan en het uitvoeren van de formele procedures. Gedurende dit alles is de betrokkenheid van de ondernemers essentieel om de voortgang van het traject te waarborgen.
De stappen zijn in de interactieve publicatie ‘Commerciële utiliteit verduurzamen’ uitgewerkt voor elk van de typen utiliteitsbouw. Deze is te vinden op onze website: https://www.platform31.nl/publicaties/commerciele-utiliteitsgebouwen-verduurzamen In bijlage A zijn ze afgebeeld.

3 Bereiken en betrekken van ondernemers en pandeigenaren

Wanneer ingrepen aan een pand worden gedaan, speelt in het geval van commercieel vastgoed de vraag naar zeggenschap een belangrijke rol. In tegenstelling tot maatschappelijk vastgoed, dat vaak eigendom is van de gemeente zelf, is de eigendoms-, gebruiks- en onderhoudsstructuur van commercieel vastgoed in veel gevallen ingewikkeld. Er is meer afstemming nodig tussen de verschillende betrokken partijen, wat een navenant grotere investering van tijd en middelen vraagt. Het kan nog gecompliceerder worden wanneer de eigenaar een buitenlandse partij is, die vaak niet weet wat de beleidsplannen zijn van de Nederlandse overheid.

3.1 Eigendom- en huurconstructies

Op het terrein van eigendom- en huurconstructies kunnen over het algemeen de volgende partijen worden onderscheiden:

1. Eigengebruiker

De gebruiker van het pand is ook eigenaar en kan daarom zelf beslissen over eventuele bouwkundige ingrepen. De binding met de lokale omgeving is vaak sterk aanwezig, wat kan helpen om andere, naburige ondernemers ook in beweging te krijgen.

2. Huurder (zelfstandig ondernemer) en eigenaar

Wanneer een ondernemer niet zelf eigenaar is van een bedrijfspand maar deze huurt van een andere partij, ontstaat een model waarin de eigenaar verantwoordelijk is voor het pand (en soms ook de installaties), terwijl de huurder aansprakelijk is voor alle bedrijfsapparatuur in het pand. Bij verduurzaming van het pand speelt in zulke gevallen geregeld het *split incentive*-principe: hoewel de huurder de vruchten plukt van een lagere energierekening, draait de eigenaar op voor de kosten van de ingrepen aan het casco.

3. Franchisenemer en eigenaar

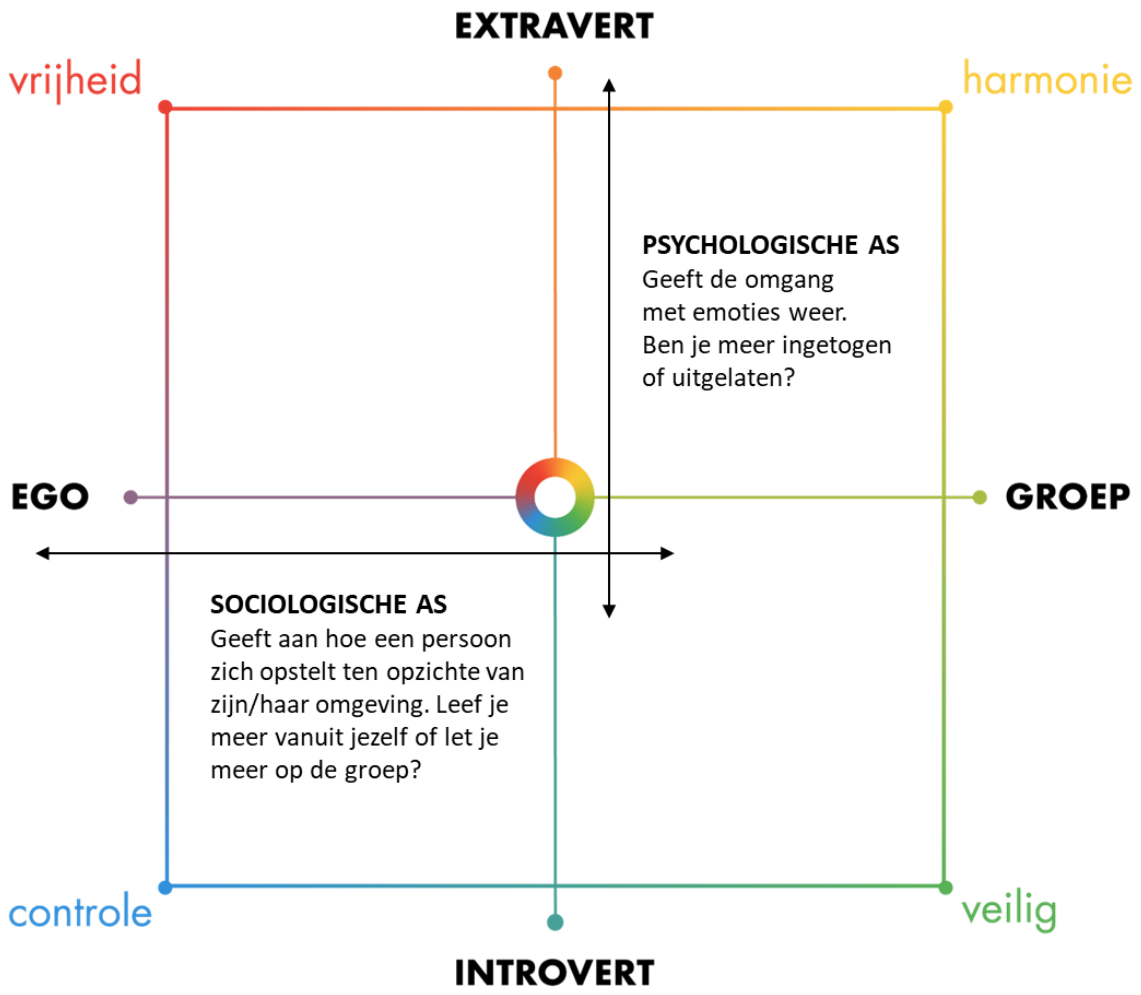
Een uitbreiding op het model waarin de zelfstandig ondernemer het pand huurt van een andere partij is die van de franchisenemer. Deze huurt een bedrijfspand van een andere partij, maar heeft daarnaast ook te maken met het moederbedrijf namens wie de franchisenemer zijn werk doet. Hierbij moet, naast de belangen van de eigenaar en huurder, rekening worden gehouden met de verduurzamingsplannen van het moederbedrijf.

3.2 Denkwijze van ondernemers

In de afgelopen jaren is door verschillende partijen onderzoek gedaan naar de psychogeografische samenstelling van Nederland. Dit betekent dat voor de verschillende Nederlandse regio’s tot op buurtniveau is vastgesteld welke leefstijlen en levensopvattingen aanwezig zijn onder de bevolking. Een voorbeeld hiervan is het zogenaamde *Brand Strategy Research* (BSR)-model van het bedrijf MarketResponse, waarmee de gebruiker aan de hand van twee sociologische en twee psychologische polen een gegeven groep mensen op leefstijl en sociale eigenschappen kan analyseren en categoriseren.

Platform31 is in 2022 een samenwerking met MarketResponse (Platform31 & MarketResponse, 2023) aangegaan om dit model ook toe te passen op ondernemers: wat drijft hen, hoe staan zij in het leven en welke communicatiestrategie zou het beste kunnen werken om hen bij de energietransitie te betrekken?

Uit het onderzoek blijkt dat ondernemers over het algemeen in vier groepen kunnen worden verdeeld; één voor ieder kwadrant van het assenkruis dat wordt gevormd door de sociologische en psychologische polen (zie Figuur 2). Hierbij valt volgens MarketResponse op dat onder de vier gevonden groepen geen sterke tegenstanders van de energietransitie te vinden zijn: “Als het moet dan moet het, is het meest negatieve geluid. Dat is bij de bewoners zeker anders.” (Platform31 & MarketResponse, p. 13)



Figuur 2: Assenkruis uit het BSR-model (eigendom van MarketResponse)

In het kwadrant linksboven (getypeerd met de kleur rood) bevinden zich ondernemers die idealistisch en vooruitstrevend zijn ingesteld. Zij komen uit zichzelf in beweging om nieuwe dingen te proberen en zullen op eigen initiatief aan verduurzaming van hun pand willen werken. MarketResponse merkt over deze ‘rode’ groep op dat zij een “groot deel van de ondernemers in de wijk” (p. 13) vormt.

Het kwadrant linksonder (blauw) kent ondernemers die calculerend van aard zijn. Zij zijn niet op voorhand tegen verduurzaming, maar willen wel een goede onderbouwing van de noodzaak zien. Daarbij verwachten ze duidelijke regels en richtlijnen vanuit de overheid, zodat ze weten waar ze aan toe zijn en een “strakke businesscase” (p. 22) kunnen maken. Andersom kan de gemeente handig gebruik maken van de kennis en kunde die in deze groep aanwezig is. MarketResponse stelt naar aanleiding van hun onderzoek dat de meeste

ondernemers in Nederland zich in de rode en blauwe kwadranten, op de linkerhelft van de sociologische as, bevinden. Dit zijn mensen die over het algemeen eerder hun eigen belangen zullen dienen dan die van de groep of het collectief waar ze al dan niet deel van uitmaken.

Rechtsboven in het assenkruis bevindt zich de ‘gele’ groep ondernemers, die een voorkeur voor harmonie en verbondenheid hebben. Zij bewegen mee met de trend die op elk gegeven moment heerst en zullen daarom geneigd zijn het voorbeeld te volgen dat door de rode en blauwe groep wordt gegeven. Weliswaar heeft het klimaat voor de gele ondernemer geen bijzondere betekenis, maar wanneer ze het voordeel inzien dat verduurzaming heeft voor hun klanten en aan de hand worden genomen door de overheid, dan zullen ze wel in beweging komen.

De vierde groep ondernemers heeft de kleur groen en bevindt zich rechts onderin het assenkruis. Zij zijn het conservatiefst van alle groepen en staan afwachtend tegenover de energietransitie. Het is dan ook van belang dat de overheid hen het vertrouwen kan geven dat de overstap naar andere energiebronnen zal lukken.

3.3 Communicatie met de ondernemer

Hoewel het assenkruis slechts een hulpmiddel vormt en mensen slechts zelden in één enkele categorie te vangen zijn, kan het helpen om de communicatie op de verschillende groepen aan te passen, al naar gelang hoeveel ondernemers aangesproken moeten worden en in welk type utiliteitsbouw ze zich bevinden.
Volgens de analyse van MarketResponse zijn bovendien meerdere vormen van communicatie mogelijk, die op elk van de vier typen ondernemers aangepast dienen te worden:

- Persoonlijk contact op locatie
- Brief
- Telefoon
- E-mail
- Website

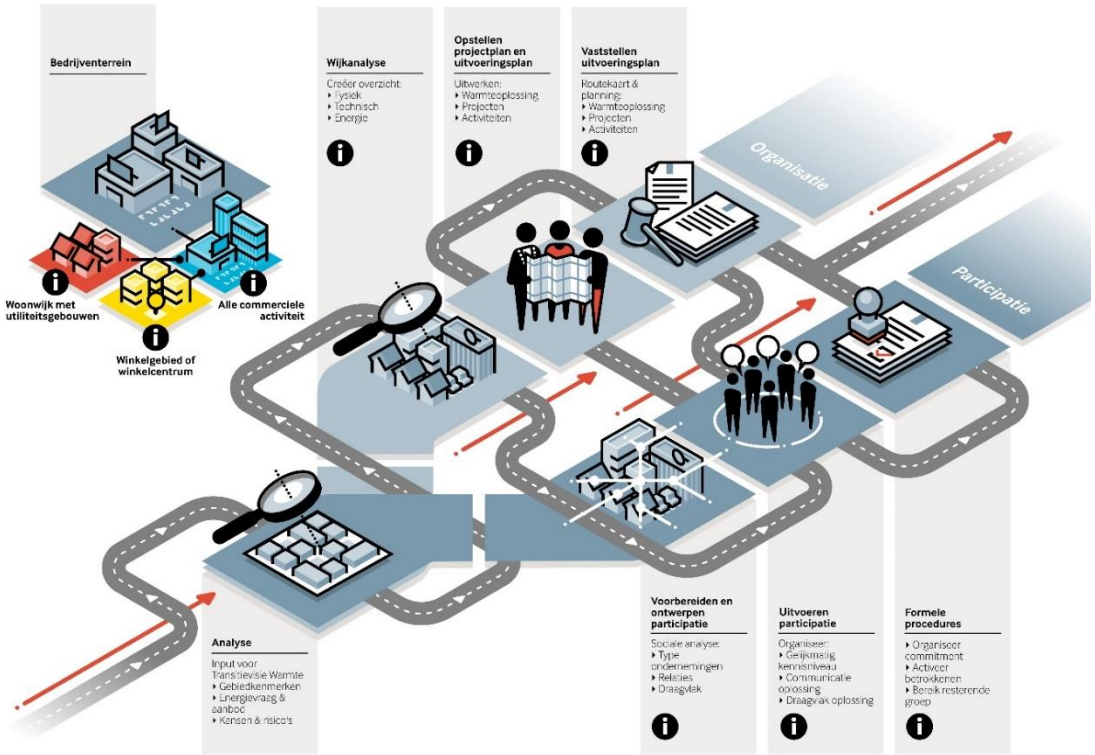
De toepassing van deze vijf communicatietypen op de vier typen ondernemers levert het overzicht op de volgende pagina op. Deze zijn verder uitgewerkt in de toolkit ‘Ondernemers betrekken bij de energietransitie’ die is te vinden op onze website: https://www.platform31.nl/publicaties/toolkit-ondernemers-betrekken-bij-de-energietransitie

	Idealistische ondernemer	Calculerende ondernemer	Meebewegende ondernemer	Afwachtende ondernemer
Face to face	Zakelijk en open voor suggesties	Formeel, zakelijk, niet te gezellig	Open en gezamenlijk, samenwerkingsgericht	Formeel maar invoelend, vertrouwenwekkend, niet ongeduldig of afstandelijk
Brief	Bondig en to the point, geen dikke pakken papier	Puntsgewijs, onderaan ondertekenen door superieur	Persoonlijk ondertekenen	Veel uitleg en details, geen puntsgewijze informatie, persoonlijk ondertekenen
Telefoon	Kort en meteen ter zake komen. Niet teveel persoonlijke praat	Kort en snel ter zake komen, niet teveel persoonlijke praat	De tijd nemen voor hoor en wederhoor, niet te kortaf	De tijd nemen, begrip tonen voor situatie
E-mail	Hoofdonderwerp met conclusie, niet teveel details	Korte subject en inhoud	Vriendelijk en met persoonlijke noot, niet te kort en zakelijk	Veel uitleg en informatie (en details) overzichtelijk weergegeven
Website	Makkelijk in gebruik, op hoofdlijnen, doorklikken naar meer informatie	Puntsgewijze info, uitgebreide zoekfunctie, onderbouwd	Informatief en aansprekend, persoonlijke contactsite en verhalen	Gebruiksvriendelijk, persoonlijke contactsite en verhalen. Voorkeur voor (schriftelijke) nieuwsbrief

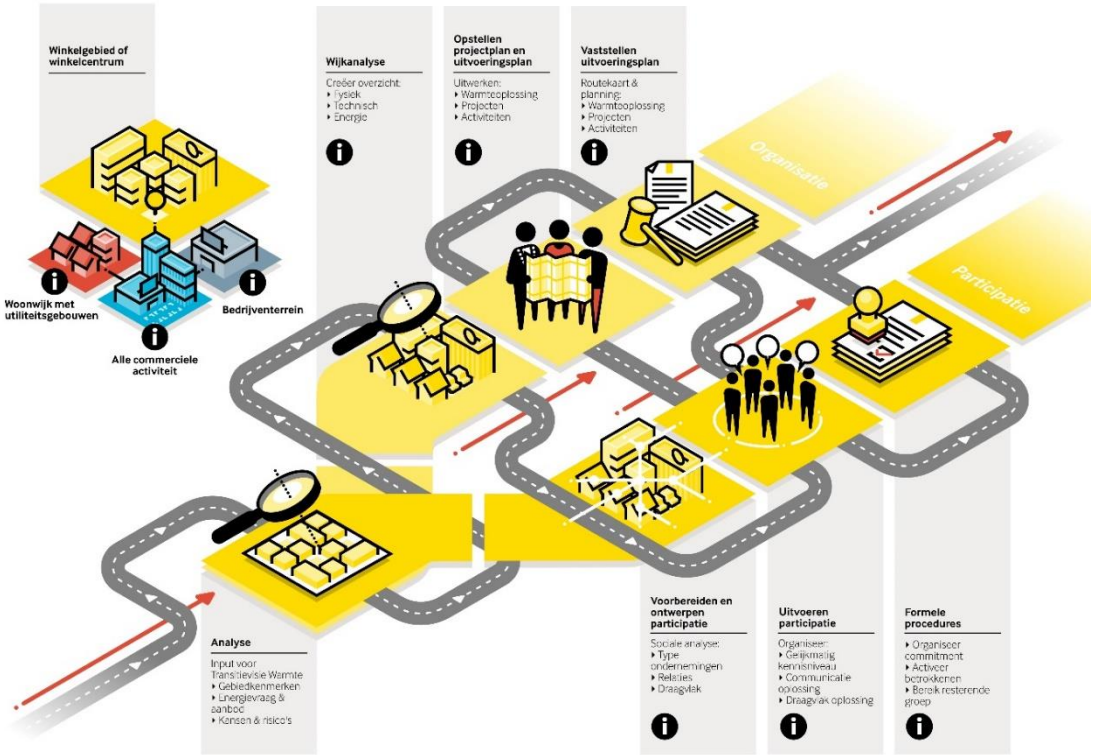
Bron: (Platform31 & MarketResponse, 2023)

PLATFORM31
kennis van stad en regio

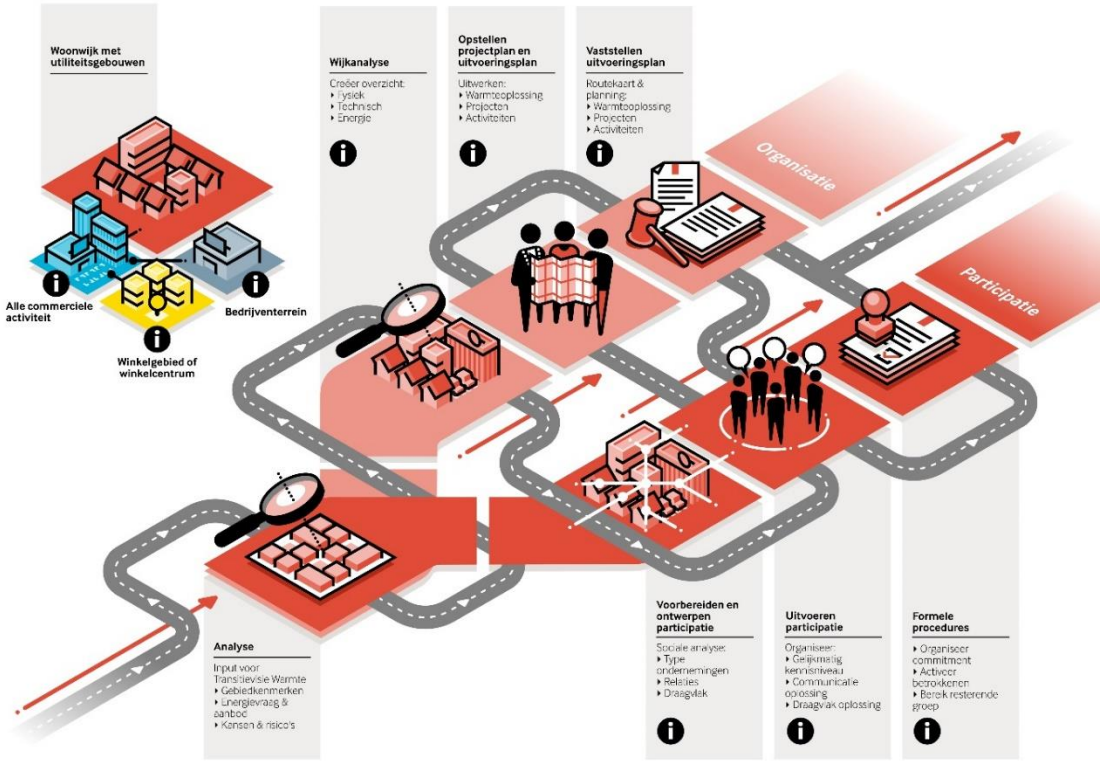
Bijlage A



Figuur 3: Stappenplan voor bedrijventerreinen



Figuur 4: Stappenplan voor winkelgebieden of winkelcentra



Figuur 5: Stappenplan voor woonwijken met utiliteitsgebouwen