

ENSCHEDA

Reimarkt versnelt verduurzaming Enschedese woningen



meer informatie

Opdrachtgever	Gemeente Enschede, Domijn & De Woonplaats
Opdrachtnemer	Reimarkt Enschede
Projectleider	Kay Geurtse
E-mailadres	kay@reimarkt.nl

De komende 33 jaar verduurzaamt de gemeente Enschede 40.000 woningen. De gemeente werkt hiervoor samen met woningcorporaties Domijn en De Woonplaats. Eind 2013 vroeg het drietal de duurzame woonwinkel Reimarkt als vierde partner in de samenwerking om huurders en particulieren te ondersteunen bij het verduurzamen van hun woning. Inmiddels heeft Reimarkt meer dan 1.400 klanten geholpen.

Energie-index verlagen

Reimarkt is meer dan een winkel en werkt zowel aan aanbod- als aan vraagzijde aan innovatie en standaardisatie, zodat vraag en aanbod beter en sneller samenkomen. De woonspecialisten werkten in 2014 en 2015 toe naar een duurzaam assortiment en navenante werkwijze. Het jaar daarop volgden dermate aanzienlijke proces- en productverbeteringen, dat het bedrijf deze werkwijze tot Reimarkt 2.0 bestempelde. Sinds medio 2016 boekt Reimarkt zwarte cijfers. De duurzame oplossingen verlagen maandelijks de energie-index van vijftig tot zeventig woningen van 2,1 naar 1,4 tot zelfs 1,2. De corporaties zijn positief over de dienstverlening en de prestaties en werken nu aan een doorlopend contract.

Enige aandachtspunt is dat het aantal particuliere deelnemers nog wat achterloopt bij de sociale woningbouw. Om ook deze groep te helpen bij het verduurzamen van de woning, werkt Reimarkt sinds 2016 met gebiedsgerichte campagnes voor particulieren. Eind 2017 moet dertig procent van de klanten uit particulieren bestaan.

Duurzame keuzes

Om verduurzaming aan te jagen, formeerde de gemeente Enschede samen met Domijn en De Woonplaats in 2013 een selectie onder de naam Maatschappelijke Investerings Opgave (MIO). De partijen zochten een vierde organisatie voor het aanjagen van de gewenste verduurzaming, de ontwikkeling van een geschikt verkoopkanaal en structurering van het aanbod. Na een selectieronde kwam Reimarkt als winnaar uit de bus.

Het bedrijf startte in 2014 met de opzet van haar organisatie en ontwikkelde een aanpak die energiebesparende renovaties sneller en eenvoudiger laat realiseren. Een belangrijk aspect daarbij is het behapbaar aanbieden van de duurzame keuzes. Reimarkt richt zich momenteel primair op de corporaties en hun huurders omdat zij de financiële basis leveren voor het bestaan en de ontwikkeling van het bedrijf. Maar doel was en is om huurders én kopers te bedienen. Het proces en aanbod waren in het begin onvoldoende op die laatste groep ingericht. Dat is nu op orde: sinds kort richt Reimarkt zich ook stelselmatig op kopers.

Versie 2.0

Reimarkt startte met een aanpak die het bedrijf zelf Reimarkt 1.0 noemt. Hierin bracht het bedrijf vooral de mogelijkheden voor energierenovaties in kaart en maakte afspraken met opdrachtgevers en bouwpartijen om het verduurzamingsproces te ontzorgen. Deze 1.0 aanpak is echter vooral reactief en daardoor ook tijdrovend en arbeidsintensief. Reimarkt wist dat ze moest toewerken naar een efficiëntere aanpak met een helderder beeld van de duurzame opties en eenvoudige en snelle besluitvorming.

Vorig voorjaar lanceerde het bedrijf Reimarkt 2.0. In dat kader werd een prijzenboek met standaardprijzen voor verduurzaming ontwikkeld. Dit maakt de kosten inzichtelijk voor veel voorkomende renovatieonderdelen zoals geïsoleerde voordeuren, dubbel glas, vloerisolatie, gevelisolatie en dakisolatie. Voor de samenstelling van het prijzenboek werkte Reimarkt samen met zes regionale bouwpartijen. Samen met deze bouwpartijen stelt Reimarkt de prijzen van de renovatieonderdelen ieder half jaar bij. Hierdoor blijven de prijzen en het aanbod actueel, concurrerend en aangesloten op de actuele uitvoeringskosten van de bouwbedrijven.

Acquisitie verbeterd

De tweede verbetering richt zich op de relatie tussen huurders, woningbouwcorporaties (opdrachtgever) en leveranciers (Reimarkt en de bouwpartijen). Reimarkt acquireert woningen via drie routes. In de eerste route ligt het initiatief bij de woningbouwcorporaties, die jaarlijks een budget reserveren voor energiemaatregelen in mutatiwoningen. Zodra er een woning vrijkomt, stelt de corporatie die aan Reimarkt beschikbaar. De experts inventariseren de woning en stellen vanuit het prijzenboek een pakket van maatregelen voor binnen de ruimte die van mogelijke huurverhoging. De corporatie weet op die manier snel welke maatregelen rendabel zijn, waardoor ook de besluitvorming en uitvoering snel verloopt.

In de tweede route gebruikt Reimarkt reeds verduurzaamdewoningen als zgn. 'showcase' om in contact te komen met buurtbewoners. Reimarkt bepaalt zelf welke bewoners ze hiervoor benadert. Buurtbewoners zien per wijk welke maatregelen Reimarkt kan en, volgens geldende afspraken met de corporatie, mag aanbieden. Tevens toont ze de impact van die maatregelen. Doorgaans komt dat neer op hogere huurkosten en een lagere energierekening. Ook benadert Reimarkt particuliere eigenaren van vergelijkbare woningen. De laatste acquisitieroute verloopt op initiatief van de bewoners zelf. Huurders mogen Reimarkt zelf benaderen als ze energiemaatregelen in hun woning willen doorvoeren. De woningbouwcorporatie en Reimarkt lichten bewoners vervolgens in over de mogelijkheden. In de praktijk blijken bewoners die hun huis al lieten verduurzamen goede ambassadeurs.

Zwarte cijfers

In 2016 zette Reimarkt twee marktexperts in: een creative producer en een innovatiecoach. De creative producer hielp mee bij de start van een onderzoek naar klantmotieven. Daarvoor ontwikkelde hij 'persona's', ofwel voorbeeldklanten, en startte een onderzoek om de motieven te bevestigen onder de huidige klanten. De uitkomsten van dit onderzoek zijn van belang om de marketingacties richting deze doelgroepen te versterken. De innovatiecoach maakte via diepte-interviews een analyse van de stand van zaken van Reimarkt en stelde een advies op voor verdere ontwikkeling.

De nieuwe aanpak 2.0 neemt corporaties veel werk uit handen en draagt bij aan de doelstelling om de woningvoorraad in 2020 onder energie-index 1.1-1.4 (circa energie label A-B) Bewoners profiteren op hun beurt van meer comfort en lagere energielasten. Sinds medio 2016 schrijft Reimarkt zwarte cijfers. Na een aantal jaren investeren heeft het bedrijf nu een goede formule en aanpak gevonden voor grootschalige implementatie van standaard renovatieonderdelen in huurwoningen. De woningbouwcorporaties zagen dat Reimarkt zelfs innovaties introduceerde die de markt waarschijnlijk niet vanzelf zou initiëren. In november 2016 vierde Reimarkt Enschede de komst van haar 1000e klant. In Enschede staat de teller nu op ruim 1.400 woningen. Reimarkt heeft inmiddels ook winkels geopend in Den Bosch, Delft, Groningen, Hoogeveen en Zoetermeer.

Geleerde lessen

Enkele factoren droegen in belangrijke mate bij aan de significante impact van Reimarkt op woningrenovaties in Enschede. Een eerste factor is de experimenteeruimte die het bedrijf kreeg. De opstart vroeg namelijk om een forse voorinvestering. Om de basisomzet te borgen, kreeg Reimarkt een vaste vergoeding van de corporaties en een startsubsidie van de gemeente voor verduurzaming van de vrijkomende woningen.

Ook kreeg het bedrijf de ruimte om fouten te maken. In het begin betaalden zowel Reimarkt als de corporaties veel leergeld in de vorm van oplopende leegstand, te lange doorlooptijden van de uitvoering, opleverfouten en soms ook ontevreden huurders. Behalve dat ze investeringsruimte boden, grepen de corporaties ook positief in als het proces dreigde vast te lopen.

Vertrouwen, kennis en expertise bleek een andere succesfactor. Reimarkt kent de lokale partijen en zorgde voor vertrouwen en kennisdeling tussen aannemers over prijzen en werkwijzen. Hierdoor ontstonden kansen om werkzaamheden slimmer op elkaar af te stemmen en in de keten te innoveren. Het opbouwen van de relatie met de woningbouwcorporatie vergde weliswaar tijd, maar leidde wel tot heldere afspraken over het besluitvormingsproces rondom renovaties.

Helder en overzichtelijk

Voor de samenstelling van het prijzenboek werkt Reimarkt samen met aannemers om een duidelijk overzicht van de kosten per maatregel te krijgen. Dit klinkt niet meteen als een ingewikkeld proces, maar het vraagt van de aannemers wel dat ze prijzen met elkaar uitwisselen en gelijktrekken. Om zover te komen, moeten partijen elkaar vertrouwen en samenwerken. Door deze stap kan Reimarkt nu eenvoudig per woning een pakket van maatregelen samenstellen dat bij de financiële ruimte past. Een andere belangrijke stap is de keuze om aan te geven wat Reimarkt wel kan bieden en wat niet. Deze focus maakt Reimarkt klantgerichter waardoor medewerkers beter naar hun klanten luisteren en weten welke zaken voor hen belangrijk zijn. Openheid in de agenda en duidelijke criteria voor de corporaties maakten een efficiënt proces mogelijk. Reimarkt kent de financiële speelruimte per woning en draagt efficiënt passende oplossingen aan waarmee de corporaties snel kunnen instemmen zodat aannemers direct aan de slag kunnen gaan.

Gerichte oplossingen

Het feit dat de woningbouwcorporaties budget vrijmaken voor duurzame renovatie getuigt van draagvlak en de wil om woningen op een slimme manier te renoveren. Reimarkt kan zo de bewoners benaderen en hen gericht oplossingen aanbieden. Een deel van het succes zit 'm in de beperking van het aanbod. Reimarkt biedt huurders een helder overzicht van wat haalbaar is, zonder op de technieken in te gaan. Een adviseur praat over vloerisolatie en bepaalt zelf welke isolatietechniek bij de woning past. Juist die beperking van details en technische opties maakt het speelveld voor de bewoners overzichtelijk. Ze kunnen kiezen uit een startpakket, plus-pakket en een alles-in-huis pakket.



- ▶ Sinds medio 2016 verlagen de duurzame oplossingen maandelijks de energie-index van vijftig tot zeventig woningen van 2,1 naar soms 1,1.
- ▶ Het prijzenboek maakt de kosten inzichtelijk voor veel voorkomende renovatieonderdelen zoals geïsoleerde voordeuren, dubbel glas, vloerisolatie, gevelisolatie en dakisolatie.
- ▶ Het feit dat de woningbouwcorporaties budget alloceren voor duurzame renovatie getuigt van draagvlak en de wil om woningen op een slimme manier te renoveren.
- ▶ De steun van de gemeente was een belangrijke initiërende factor die de partijen bij elkaar bracht en het balletje in Enschede aan het rollen kreeg.