

PROJECT PRIVAATLADEN

Schoon en duurzaam vervoer Groningen



ADVIESRAPPORT

Auteur(s):	Edwin Bos René Klootsema
Versienummer:	1.0
Status:	Definitief
Opdrachtgever:	Gemeente Groningen
Documentdatum:	03-03-2014

INHOUDSOPGAVE



	Pagina
Samenvatting	03
Inleiding	04
Conclusie	07
Advies	08
Aanbevelingen	13
Checklist	14

1. SAMENVATTING



Naar aanleiding van het schoon en duurzaam vervoer Groningen project is dit onderzoek uitgevoerd voor de gemeente Groningen ten aanzien van laadpalen op privaatterreinen van ondernemers. Vanuit de gemeente Groningen is er begonnen met plaatsen van 30 laadpunten op publieke terreinen. De gemeente Groningen wil dit aantal graag uitbreiden middels samenwerking aan te gaan met ondernemers in de stad Groningen. Om de ondernemers te stimuleren is er een subsidie beschikbaar gesteld.

Het doel van het onderzoek was om op basis van de behoeften van de ondernemers een advies op te stellen om de realisatie van laadpalen optimaal te faciliteren op private terreinen. Om de behoeften van de ondernemers te onderzoeken, is de volgende hoofdvraag geformuleerd: *"Hoe kunnen semi-openbare laadpalen op private terreinen optimaal gefaciliteerd worden door de gemeente Groningen?"*. Voor de beantwoording van de hoofdvraag zijn de volgende onderzoeksvragen opgesteld: *"Wat is de verwachte waarde van een laadpaal voor de ondernemer?"* en *"Wat is de behoefte van de ondernemer bij het aanschaffen van een laadpaal?"*.

Om antwoord te krijgen op bovenstaande vragen zijn er meerder interviews gehouden met ondernemers in de stad Groningen met een eigen terrein. Vervolgens zijn de resultaten van deze interviews gevalideerd aan de hand van enquêtes die zijn ingevuld door ondernemers door heel Nederland. Daarnaast is er een expert interview gehouden om ook de kennis van de vorige methoden te valideren en zijn er andere relevante inzichten opgedaan.

Uit het onderzoek blijkt dat als er een duidelijk advies voor waardevermeerdering gecreëerd moet worden, de beweegredenen van een ondernemer om wel of niet over te gaan tot de aanschaf van een laadpaal zeer belangrijk zijn. Deze beweegredenen zijn namelijk doorslaggevend om te bepalen waarom er wel of juist geen waarde is voor een ondernemer. De beweegredenen vatten samen waarom een ondernemer al dan niet zal kiezen voor de aanschaf van een laadpaal. Zo blijkt dat het herkennen van een waarde wordt omgezet in een beweegreden.

Uiteindelijk is vanuit het onderzoek dit advies geformuleerd omtrent het optimaal faciliteren van de ondernemer als het gaat om informatievoorziening en ondersteuning bij het aanschaffen van één of meerdere laadpalen op privaterreinen.

Dit advies wordt gevisualiseerd in de vorm van een checklist.

2. INLEIDING



Nederland is koploper op het gebied van elektrisch rijden. De relatief korte afstanden in ons land lenen zich goed voor elektrisch vervoer en daarnaast heeft Nederland een zeer uitgebreid en betrouwbaar elektriciteitsnetwerk. De ontwikkelingen op het gebied van elektrische mobiliteit gaan snel. Elektrisch rijden staat volop in de belangstelling vanwege de verwachte voordelen ervan voor het klimaat en kwaliteit van de lokale leefomgeving. De ambitie van het kabinet-Rutte is dat er in 2025 een miljoen auto's op elektriciteit rijden in Nederland. Hiermee wil het kabinet de afhankelijkheid van fossiele brandstoffen verminderen en een bijdrage leveren aan de in Europees verband afgesproken doelen rondom de uitstoot van de CO₂-emissies door transport in 2050 (Rijksoverheid, 2011). Het kabinet stimuleert elektrisch rijden dus door elektrische en semi-elektrische auto's vrij te stellen van fiscale bijtelling. Ook blijven auto's op stroom vrijgesteld van motorrijtuigenbelasting en BPM. Staatssecretaris Wilma Mansveld van Infrastructuur en Milieu verwacht dat er eind 2013 20.000 elektrische auto's in Nederland rondrijden (Nijland, 2012). Eind september telde het wegennet ongeveer 12.500 elektrische auto's. Daarnaast staan er inmiddels 5000 publieke laadpalen verspreid over het land, naast 10.000 particuliere laadpalen.

Vanuit het standpunt: "elektrisch rijden draagt bij aan de beperking van de CO₂-uitstoot" wil ook de gemeente Groningen het elektrisch rijden stimuleren. Om het elektrisch rijden te bevorderen werkt de gemeente al samen met stichting E-laad aan een pilot om negen elektrische oplaadpalen te plaatsen in de openbare ruimte voor particulier gebruik. Met

de vaststelling van de Beleidsnotitie *schoon en duurzaam vervoer gemeente Groningen* is besloten tot de realisatie van tenminste 50 laadpunten in de gemeente Groningen. Deze laadpalen dienen gerealiseerd te worden in de gemeentelijke parkeergarages, de P+R locaties en enkele centraal gelegen locaties.

Naast deze locaties moeten ook bedrijven en instellingen voorzien worden van één of meerdere laadpalen die gevestigd zijn binnen het vlekkenplan (figuur 1 Vlekkenplan) dat is voortgekomen uit een eerder onderzoek, waarin de eisen en wensen met betrekking tot een semi-openbare laadlocatie naar boven zijn gehaald (Tempelman, 2013). Met deze werkwijze kunnen meer laadpalen worden gerealiseerd omdat er dan ook andere financiële middelen beschikbaar komen. Het gaat hierbij onder meer om het ondernemersfonds, eigen bijdrage betreffende ondernemer & fiscale regelingen (MIA\Vamil). Verder blijkt de realisatie van laadpunten op privaat terrein aanmerkelijk goedkoper te zijn dan in de openbare ruimte. Dit komt vooral door de wettelijke eis van de netwerkbeheerder dat iedere laadpaal in de openbare ruimte een eigen energiemeter moet hebben. Daarnaast zijn er vastrecht kosten, dit is vergelijkbaar met kosten die ook voor het aansluiten van een woning op het energienet in rekening worden gebracht. Op privaat terrein is al een energiemeter aanwezig en wordt al vastrecht betaald.



Door samen te werken met het bedrijfsleven kunnen meer laadpunten gerealiseerd worden, waarbij de gemeentelijke kosten per laadpunt lager zijn. Een laadpaal (dat zijn 2 laadpunten) in de openbare ruimte kost circa € 8.000,- per stuk inclusief 3 jaar onderhoud en exploitatie. Een laadpaal op privaat terrein kost circa €3.000,- á €3.500,-. Om de realisatie van laadpunten op privaat terrein te stimuleren is er een subsidieregeling ingesteld. Met het instellen van een subsidieregeling kunnen de gemeentelijke ambities op een goedkopere manier worden gerealiseerd. De laadpunten dienen bij voorkeur openbaar toegankelijk te zijn (tijdens openingstijden van het bedrijf/instelling) voor klanten van de bedrijven/instellingen en voor bezoekers van de stad (Boerema, 2013).

Een bedrijf of instelling kan per openbaar laadpunt € 1000,- subsidie ontvangen waarbij een maximum van € 2.500,- per adres wordt gehanteerd. Daarnaast wordt er ook een subsidieregeling voor niet openbare laadpunten ingesteld. Voor niet openbare laadpunten wordt er een subsidie van € 500,- per laadpunt beschikbaar gesteld met een maximum van € 1000,- per adres. De gemeente wil graag aansluiting vinden bij de lokale ondernemers door onder andere de genoemde subsidies. De vraag vanuit de gemeente is hoe ondernemers getriggerd kunnen worden om uiteindelijk tot de aanschaf van een laadpaal over gaan. Reden voor de gemeente Groningen om onderzoek uit te laten voeren naar de behoeften van de ondernemers (Boerema, 2013).

Gedrag

Aspecten in het onderzoek worden weerlegt vanuit de literatuur. Het belangrijkste aspect in deze is gedrag. In het aspect gedrag komen alle verzamelde factoren en bevindingen weer samen. Onderzoek naar communicatie wordt in deze onderbouwt aan de hand van Fishbein & Ajzen. Zij hebben een model ontwikkelt waarmee een gedrag mee kan worden voorspeld. De theorie van Fishbein en Ajzen kan behulpzaam zijn bij het zoeken naar aangrijpingspunten voor communicatieve interventies (Peter Johannes, 2006). Wat in deze betekent een juiste manier van communicatie creëren voor de gemeente Groningen naar ondernemers toe. Een onderzoeksmethode die door Fishbein en Ajzen wordt geformuleerd is een survey onderzoek (onderzoek met vragenlijsten), dit wordt ook gehanteerd in dit onderzoek voor de gemeente Groningen. Waarna uit de resultaten nieuwe suggesties voor de communicatieve aanpak worden geformuleerd.

Probleemstelling

De gemeente Groningen wil de realisatie van laadpalen optimaal faciliteren op private terreinen, maar weet echter niet wat de behoeftes zijn van de ondernemers.

Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is om op basis van de behoeften van de ondernemers een advies op te stellen in vorm van een receptenboek om de realisatie van laadpalen optimaal te faciliteren op private terreinen.



Hoofdvraag

Om de behoeftes van de ondernemers te onderzoeken, is de volgende hoofdvraag geformuleerd:

"Hoe kunnen semi-openbare laadpalen op private terreinen optimaal gefaciliteerd worden door de gemeente Groningen?"

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden is er allereerst vooronderzoek gedaan om specifieker op de probleemstelling in te gaan.

Het vooronderzoek geeft antwoord op de vraag "Hoe andere gemeenten laadpalen hebben gerealiseerd op private terreinen?" en geeft inzicht in ervaringen van ondernemers die al over zijn gegaan tot aanschaf van één of meerdere laadpalen.

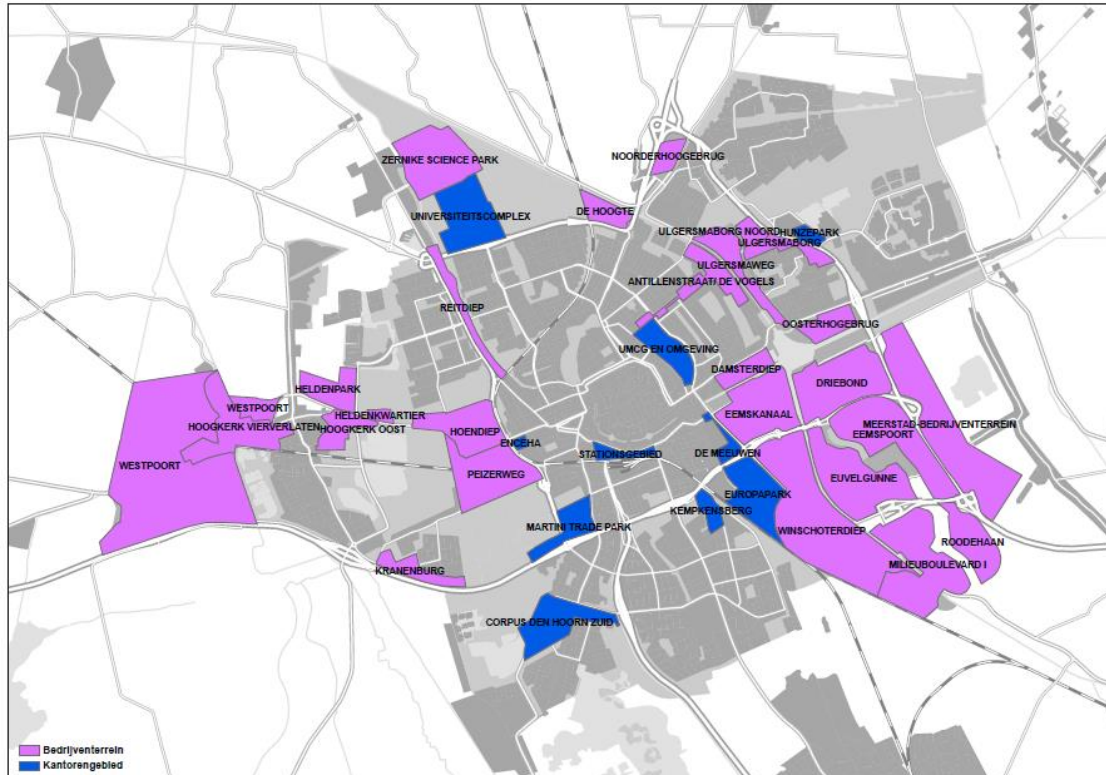
Voor de beantwoording van de hoofdvraag zijn de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

- Wat is de verwachte waarde van een laadpaal voor de ondernemer?
- Wat is de behoefte van de ondernemer bij het aanschaffen van een laadpaal?

Semi-openbaar betekent dat laadpalen openbaar toegankelijk en privaat gefinancierd zijn.

Doelgroep

De doelgroep zijn ondernemers die binnen de afgebakende gebieden gevestigd zijn met een bedrijventerrein in het onderstaande vlekkenplan:



FIGUUR 1 VLEKKENPLAN BEDRIJVENTERREINEN GEMEENTE GRONINGEN

3. CONCLUSIE



Uit het onderzoek blijkt dat als er een duidelijk advies voor waardevermeerdering gecreëerd moet worden, de beweegredenen van een ondernemer om wel of niet over te gaan tot de aanschaf van een laadpaal zeer belangrijk zijn. Deze beweegredenen zijn namelijk doorslaggevend om te bepalen waarom er wel of juist geen waarde is. De beweegredenen vatten samen waarom een ondernemer al dan niet zal kiezen voor de aanschaf van een laadpaal. Zo blijkt dat een waarde wordt omgezet in een beweegreden. Het is daarom cruciaal om de waarden te herkennen om tot een advies te komen die aansluit bij het meekrijgen van de ondernemers die op dit moment geen waarde zien.

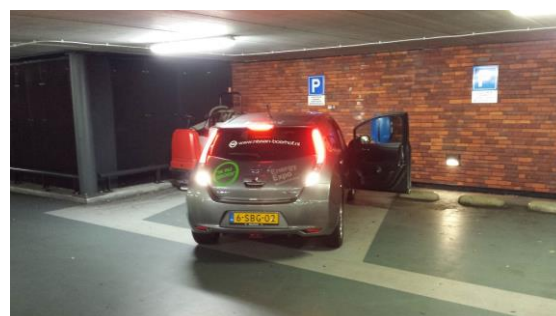
Dit is terug te vinden in de volgende tweedeling:

Wel waarde (31%)	Geen waarde (69%)
In duurzaamheid verdiept	Onwetend
Duidelijk bezig met imago verbetering van bedrijf	Geen financiële mogelijkheden om investering te doen. Hierdoor andere prioriteiten.
Behoeftte klant vervullen, voldoen aan de vraag	Fase van de onderneming (er nog niet klaar voor)
	Sceptisch

Uit deze tweedeling is af te leiden dat ook de informatie voorziening zal moeten worden verbeterd om zo de grote mate van onwetendheid weg te nemen bij de ondernemers die hierdoor geen waarde zien. Die onwetendheid zorgt voor een sceptische houding waardoor de geneigdheid om zich überhaupt te verdiepen in een eventuele waarde van de laadpaal komt te vervallen. Voor het kleine deel waar onwetendheid geen rol speelt, is te zien dat zij de afweging maken aan de hand van de informatie over kosten en baten.

Een belangrijk feit dat ook zeker een rol speelt in de tweedeling is het feit dat er een groot verschil is qua energie verbruiksmogelijkheden (infrastructuur) en financiën (lager tarief voor de groot gebruikers en hoog tarief voor de klein gebruikers). Hierdoor ontstaat een discrepantie in rendabiliteit en eventuele terug verdien tijd van de laadpaal.

Met de huidige aanpak zou de gemeente Groningen een veel kleiner deel van de ondernemers bedienen, namelijk (31%). Dit zijn namelijk alleen de ondernemers die al een waarde zien. Door de ondernemers tegemoet te komen in de behoefte ontstaat er een veel grotere groep ondernemers die wel bereid zijn een laadpaal aan te schaffen.



4. ADVIES



Algemeen

In dit hoofdstuk worden 3 adviespunten behandeld, zijnde:

- Informatievoorziening
- Gemeente als facilitator
- Regulering

Op dit moment ziet een groot deel van de ondernemers geen waarde, dit komt omdat ze onwetend zijn van de mogelijkheden en waarden die een laadpaal hun bedrijf zou kunnen bieden. Daarbij lijkt het al snel op desinteresse zijn. Echter kan bij deze groep de interesse gewekt worden door de ondernemer de juiste informatie te bieden.

Volgend punt van advies ligt bij de ondersteuning. Als er wordt gekeken naar de groep ondernemers in de gemeente Groningen, is te zien dat het vooral gaat om de kleinere ondernemers met een eigen terrein die behoefte hebben aan ondersteuning. Op dit moment geven deze ondernemers aan dat er vooral op financieel gebied meer hulp nodig is. Veel van de kleine ondernemers kunnen namelijk financieel gezien net rond komen en leggen hun prioriteit(en) daarom ergens anders. De gemeente steunt bij de aanschaf van een laadpaal op dit moment al met een subsidie, deze blijkt echter volgens de (kleine) ondernemers niet toereikend te zijn. Er komt ook naar voren dat grote ondernemingen veel meer bestedingsruimte hebben en daardoor eerder geneigd zijn om laadpalen te plaatsen. Toch is gebleken dat zij wel gebruik maken van de subsidie en die ook wel toereikend vinden.

Zou de gemeente zich alleen richten op de grote ondernemers (vb. Ikea, Saturn), dan zou dit betekenen dat de huidige aanpak

voldoende is. Wil de gemeente de laadpalen echter optimaal faciliteren dan betekent dit dat er nog veel terrein te winnen valt.

Welke keuze er ook gemaakt wordt als gemeente, er zijn altijd marktpartijen in het spel. Verschillende bedrijven houden zich bezig met het uitrollen van laadnetwerken, maar ook installateurs en laadpaalfabrikanten zijn hoe dan ook betrokken. Deze partijen zoeken allemaal contact met gemeenten, over mogelijke subsidies of met voorstellen om palen te plaatsen. Wil de gemeente optimaal laadpalen gaan faciliteren is het zeer aan te raden met desbetreffende partijen samenwerking aan te gaan. Het komt er op neer dat er een regulatie ontstaat, puur vanuit de markt waar de gemeente geen rol in speelt anders dan het goedkeuren van vergunningen en het verstrekken van subsidies.



1. Informatievoorziening

Op basis van de bevindingen en conclusies uit het onderzoek wordt in dit adviespunt uitgebracht met betrekking tot het informeren van de ondernemers, zodanig dat deze optimaal gefaciliteerd worden. Door goede informatievoorziening is het mogelijk om in een bepaalde mate sturing te geven aan de keuze van een ondernemer voor de aanschaf van een laadpaal.

Wie moet er geïnformeerd worden?

Uit onderzoek is gebleken dat er een duidelijke tweedeling is onder de ondernemers. De tweedeling bestaat uit de groep ondernemers (31%) die de waarde van een laadpaal herkennen. Het enige wat deze groep behoeft is de trigger die ze daadwerkelijk overhaalt om tot aanschaf over te gaan. De andere helft is de groep ondernemers (69%) die de waarde van een laadpaal nog niet herkennen, waaruit wordt opgemaakt dat dit de groep is waar behoefte is naar informatie over de waarden van een laadpaal. **Goede informatie tezamen met de juiste ondersteuning vormen de basis voor het optimaal faciliteren van deze groep ondernemers.**

Wat moet er geïnformeerd worden?

Om de onwetendheid weg te nemen bij deze groep en ze de waarden van een laadpaal te laten herkennen wordt geadviseerd specifiek te informeren op de onderstaande punten:

Groen imago

De ondernemers ervan bewust maken dat het aanschaffen van een laadpaal een 'groen' imago met zich mee brengt. De gemeente Groningen kan hierin benoemen dat het

aanschaffen van een laadpaal, het creëren van een groener imago, leidt tot significant meer aanbevelingen bij de klanten en andere zakelijke contacten. Omdat duurzaamheid aan populariteit wint, blijken klanten hier gevoelig voor te zijn.

Een boodschap hierin kan zijn dat ondernemers moeten uitstralen dat ze als onderneming duurzame energie stimuleren en energiezuinig werken. De essentie hierin is dat ze dit gebruiken in uitingen naar de klant toe. Dit is namelijk succesvol gebleken.

Klandizie

De ondernemers ervan bewust maken dat het aanschaffen van een laadpaal een positief effect heeft op de service voor elektrisch rijdende klanten. Een laadpaal biedt namelijk de gelegenheid om extra diensten aan de klanten te leveren, dit vanwege de geboden gelegenheid om hun elektrische auto op te laden.

Milieu ontlasten

Gezien de onderzoeksresultaten wordt het ontlasten van het milieu belangrijk gevonden. Dit is dan ook een belangrijk element waar de informatie van voorzien moet zijn. Het aanschaffen van een laadpaal heeft namelijk een positief indirect effect op het milieu. Elektrisch rijden ontlast immers de samenleving door minder geluidsoverlast, afname van CO₂-uitstoot, verbetering van de luchtkwaliteit en vermindering van de energievraag.



Kosten en baten

Tot slot wordt geadviseerd de ondernemer goed op de hoogte te brengen van de totale kosten en baten. Winstgevendheid werd door veel ondernemers belangrijk gevonden, het is daarom noodzakelijk de ondernemers een duidelijk en reëel inzicht te bieden van alle kosten en baten. Dit element brengt enige urgentie met zich mee, gebleken is dat een afweging tussen kosten en baten doorslaggevend is in de beslissing.

Wat komt erbij kijken?

Hierin is het belangrijk dat er wordt geïnformeerd over wat er allemaal komt kijken bij het aanschaffen van een laadpaal. Ondernemers hebben aangegeven graag op de hoogte gesteld willen worden van alles wat er bij de plaatsing van een laadpaal komt kijken.

Geadviseerd wordt de volgende 3 punten te benoemen:

- **Stroomvoorziening**

De kosten van laadinfrastructuur zijn opgebouwd uit de productie van een laadpunt en installatie- en onderhoudskosten, maar een groot deel van de totale kosten bestaat uit kosten die worden gerekend voor aansluiting op het net. De gebruikelijke aansluitcategorie voor laadpalen (3 x 35 Ampère) kost ongeveer € 1.000 per jaar. Gezien over een looptijd van vijf jaar zijn de kosten voor aansluiting en onderhoud dus hoger dan de aanschafwaarde van een laadpaal.

- **Tijdsbeslag**

Als er een laadpaal plaatst wordt, komt er eerst iemand van de gemeente langs om het parkeervak af te zetten, vervolgens komt er een aannemer om één of meerdere laadpalen te plaatsen. Daarna is de netbeheerder aan de beurt om de netaansluiting te maken. De aannemer komt terug om de laadpaal te testen, waarna de gemeente terug komt om de bestrating te maken en borden te plaatsen. Het is van belang dat de ondernemers hiervan op de hoogte worden gesteld.

Het plaatsingsproces is zeer inefficiënt en vraagt veel afstemming waarbij er iets fout kan gaan. Wat in 4 uur kan met nauwelijks overlast voor de ondernemers, duurt gemiddeld 3 dagen met alle onnodige kosten van dien.



● Soorten laadpalen

Omdat er meerdere aanbieders zijn van laadpalen is het van belang de ondernemers hier ook van op de hoogte te stellen. Hieronder staan een aantal punten die belangrijk zijn voor de ondernemers om geïnformeerd over te worden:

- Het benodigde aantal laadpalen(punten)
- De mix van snel en langzaam laden
- Het verschil in aantal kWh per laadpaalsoort.



Hoe moet er geïnformeerd worden?

Goede informatie gaat gepaard met een effectieve manier van informeren. Belangrijk hierin is dat de informatie terecht komt bij de juiste persoon binnen een onderneming.

Voorbeeld: Een mail of brief kan terecht komen binnen een onderneming bij een persoon die geen verstand heeft van dit soort zaken of die niet bevoegd is om beslissingen te nemen op dit gebied, dan bestaat er de kans dat de mail op de bekende stapel komt liggen. In dit geval een gemiste kans.

Om ervoor te zorgen dat de informatie bij de juiste persoon terecht komt, wordt aanbevolen om in de meeste gevallen langs de ondernemingen te gaan. Op deze manier wordt de informatie gegarandeerd verstrekt aan de juiste persoon binnen een onderneming.

Geadviseerd wordt de ondernemers van informatie te voorzien aan de hand van een informatieboekje/folder. Deze kunnen overhandigd worden wanneer er een bezoek gebracht wordt aan de onderneming of wanneer er lezingen c.q. presentaties worden gegeven over dit project.



2. Gemeente als facilitator

Uit het onderzoek blijkt dat veel ondernemers de financiële haalbaarheid van de investering in de laadpaal te hoog vinden of niet kunnen opbrengen, dit is met subsidie inbegrepen.

Concept

Als gemeente aanbieden om laadpalen te plaatsen bij de ondernemer op het terrein en daarbij alle kosten van infrastructuur en kosten voor de palen op zich nemen. **Hierbij kan worden gedacht aan een structurele huur overeenkomst met de ondernemer om de kosten terug te verdienen.**

De gemeente kan hierbij het beste een samenwerking aangaan met laadpaal facilitators (NewMotion en EV box), evenals het samenwerken met netbeheerders en energieleveranciers. Dit om de juiste expertise te hebben op het gebied van plaatsen en faciliteren. De samenwerking kan ook zorgen voor gunstige prijsovereenkomsten. Dit zal zorgen voor een hogere of snellere ROI.

De gemeente creëert hiermee een bijkomend maatschappelijk voordeel, namelijk werkgelegenheid. Door het aangaan van samenwerkingsverbanden met verschillende partijen creëert de gemeente binnen deze verbanden werkgelegenheid. Denk aan: plaatsen, onderhoud en facturering.

De kosten van laadinfrastructuur zijn opgebouwd uit de productie van een laadpaal en installatie- en onderhoudskosten, maar een groot deel van de totale kosten bestaat uit kosten die worden gerekend voor aansluiting op het net. De gebruikelijke aansluitcategorie voor laadpalen (3 x 35 Ampère) kost ongeveer

€1.000 per jaar. Gezien over een looptijd van vijf jaar zijn de kosten voor aansluiting en onderhoud hoger dan de aanschafwaarde van een laadpaal. Dit is dus ook een belangrijk feit om mee te nemen in vorm van samenwerking. Rekening houdend met de proportionele verbanden.



3. Regulering

De waarde kan echter wel worden gecreëerd door:

Als gemeente ervoor te zorgen dat alle ondernemers die een privé terrein hebben mee kunnen doen op vlak van financiën.

Concept

Er als gemeente voor zorgen dat bijvoorbeeld samen met de netbeheerder en energie leverancier (Essent en Enexis) wordt gezorgd voor een constructie waardoor ook ondernemers met klein verbruik de mogelijkheid hebben stroom in te kopen tegen een lager tarief. Om zo een gelijkheid te krijgen in het kunnen terug verdienen van de laadpaal.

Denk hier aan een vorm van concessie of samenwerking. Als het gaat om concessie kan er worden geformuleerd dat de dienst die de ondernemer aanbiedt beloond mag worden, namelijk: het stimuleren van duurzame mobiliteit, het openstellen van eigen terrein voor publiek. De concessie zou kunnen worden opgesteld tussen overheden, netbeheerders en energie leveranciers. Het duidelijk maken aan ondernemers dat ze een belangrijke rol kunnen spelen in de stimuleren van duurzame mobiliteit. Dit is meer dan het alleen aanbieden van een subsidie die door het overgrote deel van de ondernemers niet wordt beschouwd als stimulan. Op het gebied van samenwerking zullen overheden (gemeente Groningen) samenwerking moeten aangaan met eerder genoemde netbeheerder en energieleverancier. Om zo te bewerkstelligen dat er een gelijkheid in prijs van energie en overige kosten omtrent de laadpaal ontstaat.

Dit geheel zou kunnen worden gereguleerd om oneerlijke concurrentie en vormen van monopolie te voorkomen. Op dit moment worden dergelijke prijzen omtrent laden al gereguleerd in gemeenten Amsterdam, Rotterdam, Utrecht en Den Haag

Tarieven per schaal per ondernemer:

Verbruik schaal	Kale stroomprijs	Energiebelasting excl.btw	Totaal:
0-10.000 Kwh	7,00 cent	11,85 cent	18,85 cent
10.001-50.000 Kwh	6,50 cent	4,31 cent	10,81 cent
50.001-10mln Kwh	6,50-1,35	1,15 cent	7,65-2,50 cent

Zoals te zien in bovenstaand tabel is er een sterk verschil in de prijs per kWh, waardoor een discrepantie ontstaat in de terug verdientijd per ondernemer. Dit zou kunnen worden weggenomen door er als gemeente voor te zorgen dat elke ondernemer hetzelfde tarief betaald voor in ieder geval het stroom verbruik van de laadpaal. Hierdoor wordt een situatie gecreëerd waarbij alle ondernemers dezelfde terugverdientijd hebben van een laadpaal.

5. AANBEVELINGEN



Aanbevelingen omtrent het optimaal faciliteren van ondernemers.

Vanuit dit onderzoek is aan te bevelen een vervolg onderzoek uit te voeren. Dit onderzoek zal zich moeten richten op:

- Vormen van informatievoorziening;

Uit het huidige onderzoek komt naar voren dat er een grote behoefte is aan informatievoorziening ten aanzien van laadpalen. Om juiste vorm van informatie te kiezen die precies aansluit op de behoefte is er uitgebreider onderzoek nodig die zich hier specifiek op zal richten.

- Faciliteiten die een laadpaal (locatie) aantrekkelijk maken;

Uit het onderzoek blijkt dat veel laadpalen lukraak zijn geplaatst, veelal op plaatsen ver van enige vorm van faciliteit die de gebruiker het wachten aannemelijk maakt.

- Kosten en baten van een laadpunt;

Er blijken veel factoren te komen kijken bij een laadpaal, de financiering is in veel gevallen het

knelpunt. Om inzicht te geven aan de toekomstige aanbieders van een laadpaal wat de kosten en baten zullen zal er hier uitgebreider op moeten worden ingezet.

- Uitwerking samenwerkingsverbanden tussen overheid en het bedrijfsleven;

Duidelijk is geworden dat voor het optimaal faciliteren van laadpalen er samenwerking moet gaan plaatsvinden tussen overheden, fabrikanten, netbeheerders, energiebedrijven etc. *"Hoe zou zo'n samenwerkingsverband er uit moeten zien om het optimaal faciliteren te bewerkstelligen?"* Is een vraag die erg belangrijk is verder te onderzoeken.

- Toekomst scenario's omtrent duurzaam vervoer.

Het is goed om rekening te houden met ontwikkelingen op het gebied van duurzaam vervoer (elektrisch rijden), maar ook vooral de manier van laden. Is de huidige manier van laden tijdelijk? En wat zijn de ontwikkelingen rondom het laden van de auto's? (vb. inductieladen).

6. Checklist

Deze checklist moet fungeren als tool die gebruikt kan worden om de aanschaf van semi-openbare laadpalen op private terreinen optimaal te faciliteren.

1. Informatievoorziening

<Juiste> informatie bieden die duidelijk maakt welke <waarden> een laadpaal kan bieden voor een ondernemer.

<Juiste> Inspelen op:

- wat het met het imago van het bedrijf doet;
- wat de kosten en baten voor de ondernemer zullen zijn bij de aanschaf van een laadpaal;
- wat er komt kijken bij de plaatsing, het onderhoud en faciliteren van een laadpunt;
- welke laadpaal geschikt zou zijn voor de ondernemer.

<Waarden> komen voort uit onderzoek en geven aan wat in dit geval de ondernemer van fundamenteel belang vindt ten aanzien van informatievoorziening over laadpalen.

2. Hoe moet er geïnformeerd worden?

Zorgen dat de informatie terecht komt bij de <juiste> persoon binnen de onderneming.

<Juiste> de persoon benaderen die kan beslissen over dergelijke zaken als het plaatsen van een laadpaal.

Ondernemingen <persoonlijk> benaderen.

<Persoonlijk> afgevaardigde(n) vanuit de gemeente op bezoek laten gaan bij ondernemers om de eerder genoemde <juiste> informatie te verstrekken.

<Juiste> Inspelen op:

- wat het met het imago van het bedrijf doet;
- wat de kosten en baten voor de ondernemer zullen zijn bij de aanschaf van een laadpaal;
- wat er komt kijken bij de plaatsing het onderhoudt en faciliteren van een laadpunt;
- welke laadpaal geschikt zou zijn voor de ondernemer.

3. De gemeente als facilitator:

De gemeente biedt een <lease optie> van een laadpaal aan ondernemers die hier <behoefte> aan hebben.

<lease optie> Ondernemers in staat stellen om een laadpaal van de gemeente te leasen (huren) voor onbepaalde tijd om de ondernemer tegemoet te komen in de <behoefte> aan ondersteuning.

<behoefte> uit het onderzoek is naar voren gekomen dat <veel> ondernemers graag een ondersteuning willen omdat zij het te investeren bedrag te hoog vinden.

<veel> 69% van de ondernemers in de gemeente Groningen.

Het advies is een samenwerking aan te gaan met fabrikanten van laadpalen (zoals EV-Box) die expertise hebben over laadpalen.

4. Zorgen voor een meer gelijke ROI en eerlijke concurrentie.

Als gemeente samenwerken met energieleveranciers om de prijzen van energie die voor een laadpaal wordt gebruikt <gelijk> te trekken.

<Gelijk> uit het onderzoek is ondermeer naar voren gekomen dat de energie prijzen die per kWh betaald moeten worden sterk per ondernemer verschillen. Zou in dit geval betekenen dat de gemeente samen met energie leveranciers zorgt voor gelijkheid in de energieprijzen en belastingen. Dit zal uiteindelijk leiden tot een ROI die <niet onevenredig> is in verhouding van de energieprijzen en marges.

<niet onevenredig> de ROI is in dit geval dan gebonden aan: gelijke energieprijzen per ondernemer*het aantal gebruikers waardoor de ondernemer meer kans op mee concurreren heeft dan met ongelijke stroom prijzen.

5. Een community creëren.

Ondernemers en ondernemersverenigingen <bij elkaar brengen> om de ondernemers die geen plaats hebben voor een laadpaal of die financieel niet de mogelijkheid hebben toch <betrokken> te krijgen.

<bij elkaar brengen> de gemeente kan ervoor zorgen dat ondernemers bij elkaar komen om het investeren in laadpunten te bespreken en zo eventuele <samenwerking> opgang te brengen.

<samenwerking> bijv. ondernemer 1 heeft genoeg parkeerruimte op zijn terrein om één of meerdere laadpunten te realiseren zijn buurman ondernemer 2 heeft dit echter niet, maar is wel erg geïnteresseerd in het aanbieden van een laadpunt dan zou hier een samenwerking kunnen ontstaan waarbij ondernemer 2 meebetaald aan het laadpunt(en) op het terrein van ondernemer 1.

Deze checklist moet fungeren als tool die gebruikt kan worden om de aanschaf van semi-openbare laadpalen op private terreinen optimaal te faciliteren.

Juiste informatie bieden die duidelijk maakt welke waarden een laadpaal kan bieden voor een ondernemer.

Inspelen op wat het plaatsen van een laadpaal met het imago van een bedrijf doet.

Inspelen op wat de kosten en baten voor de ondernemer zullen zijn bij de aanschaf van een laadpaal.

Inspelen op wat er komt kijken bij de plaatsing van een laadpaal op het terrein van de ondernemer.

Inspelen op welke laadpaal geschikt zou zijn voor een bepaalde onderneming.

Zorgen dat de informatie terecht komt bij de juiste persoon binnen de onderneming.

De persoon binnen een onderneming benaderen die werkelijk kan beslissen over dergelijke zaken als het plaatsen van een laadpaal.

Ondernemingen persoonlijk benaderen

Afgevaardigde(n) vanuit de gemeente ondernemingen laten bezoeken om de eerder genoemde informatie te verstrekken aan de juiste persoon.

Als gemeente een lease optie bieden van een laadpaal aan ondernemers die hier behoefte aan hebben.

Ondernemers in staat stellen om een laadpaal van de gemeente te leasen (huren) voor onbepaalde tijd om de ondernemer tegemoet te komen in de behoefte aan ondersteuning.

Zorgen voor een meer gelijke ROI en eerlijke concurrentie.

Als gemeente samenwerken met energieleveranciers om de prijzen van energie die voor een laadpaal wordt gebruikt gelijk te trekken.

Een community creëren

Als gemeente ervoor zorgen dat ondernemers bij elkaar komen om het investeren in laadpalen te bespreken en zo eventuele samenwerking van ondernemers op gang te brengen.