

Bedrijfsplan Energie Coöperatie Vlieland

Dit bedrijfsplan is geschreven om invulling te geven aan de ambitie van de ECV om te komen tot levering van duurzame energie aan de particuliere en zakelijke sector op Vlieland en de particuliere en zakelijke sector in de rest van Nederland.

Auteur: Bram Commandeur
Co-auteur: Erik Houter

Bedrijfsplan Energie Coöperatie Vlieland

Dit bedrijfsplan is geschreven om invulling te geven aan de ambitie van de ECV om te komen tot levering van duurzame energie aan de particuliere en zakelijke sector op Vlieland en de particuliere en zakelijke sector in de rest van Nederland.



Plaats: gemeente Vlieland
Datum van oplevering: mei'14

Auteur: Bram Commandeur
Co-auteur: Erik Houter



Voorwoord

Beste lezer,

Tijdens mijn stageperiode bij de gemeente Vlieland kreeg ik van de bestuursleden van de Energie Coöperatie Vlieland het verzoek om een bedrijfsplan te schrijven voor de Energie Coöperatie Vlieland (voortaan ECV). Hier was nog geen invulling aan gegeven. Het schrijven van een bedrijfsplan werd een van mijn stageopdrachten, het schrijven van het bedrijfsplan was een leuke en leerzame ervaring.

Dit bedrijfsplan is in de eerste plaats bestemd voor de DE Unie. Met dit bedrijfsplan wordt een toelatingseis vervuld die door de DE Unie is gesteld. In de tweede plaats is dit bedrijfsplan bestemd voor alle (mogelijk) geïnteresseerde klanten/leden van de ECV. In de derde plaats is dit bedrijfsplan geschreven voor de bestuursleden en de directeur van de ECV en de bestuursleden/directeurs van andere energiecoöperaties, welke mogelijk gebruik willen maken van dit bedrijfsplan.

Een bedankje aan meneer Erik Houter, ondernemer op Vlieland, is op zijn plaats. Erik heeft me geholpen met de liquiditeitsbegroting (hoofdstuk 4). Ook wil ik meneer Johan Kiewit (Ameland Energie Coöperatie) en mevrouw en meneer Corien en Karel van der Linden (energiecoöperatie Trynergie) bedanken. Zij stuurden mij het bedrijfsplan op van de eigen energiecoöperatie. Het bedrijfsplan is met zorg gemaakt. Mochten er toch nog onsamenhangendheden of onnauwkeurigheden in het bedrijfsplan zitten dan ben ik degene die hier verantwoordelijk voor is.

Bram Commandeur

3^e jaar milieukunde student, Van Hall Larenstein (Leeuwarden)

Op het mooi(st)e eiland, Vlieland, mei 2014

Inhoudsopgave

Inleiding.....	4
Hoofdstuk 1 Doel en doelgroep van de energiecoöperatie	5
1.1 Doel	5
1.2 Doelgroep	5
1.2.1 Particulier verbruik	5
1.2.2 Zakelijk verbruik.....	6
1.2.3 Gecombineerd verbruik	6
Hoofdstuk 2 Prognoses	7
2.1 Prognose van het aantal klanten voor stroom en gas.....	7
2.2 Prognose van het aantal leden	7
2.3 Onderbouwing van de prognose.....	8
2.3.1 Onderbouwing van de prognose aan de hand van gegevens AEC	8
2.3.2 Onderbouwing van de prognose aan de hand van de diffusiecurve.....	8
Hoofdstuk 3 Marketing en strategie.....	11
3.1 Het doel van de boodschap en de boodschap zelf	11
3.2 Middelen van communiceren.....	12
3.3 Actieplan van communiceren en globale planning	12
3.4 Activiteiten en focus.....	14
3.5 Personele bezetting.....	14
Hoofdstuk 4 Financiering van het bedrijf en liquiditeitsplanning	15
4.1 De financiering van het bedrijf	15
4.2 de liquiditeitsbegroting	17
Bibliografie.....	18
Bijlage 1 Overzicht van al uitgevoerde activiteiten	19
Bijlage 2 Curricula Vitae van het bestuur	20
Bijlage 3 De statuten	22
Bijlage 4 Excel-bestanden liquiditeitsbegroting.....	23
Bijlage 5 Tabellen Energie in Beeld.....	24

Inleiding

Het maken van een bedrijfsplan is een belangrijke voorwaarde voor een bedrijf om te komen tot een succesvolle exploitatie van de activiteiten van het bedrijf. Bij de oprichting van een nieuw bedrijf is het schrijven van een bedrijfsplan vaak een van de eerste hobbels die genomen moeten worden voordat een bedrijf in staat is zelfstandig te functioneren. Dit bedrijfsplan is dan ook geschreven in de oprichtingsfase van het bedrijf en is bedoeld ter ondersteuning van de Energie Coöperatie Vlieland, de ECV. De ECV is een lokaal energiebedrijf welke duurzame energie wil gaan leveren aan de particuliere en zakelijke sector in de gemeente Vlieland. Er kan echter ook energie geleverd gaan worden aan de particuliere en zakelijke sector buiten de gemeente Vlieland. De ECV heeft een aantal redenen om een bedrijfsplan te willen hebben, actuele ontwikkelingen noodzaakten de ECV om versneld te komen tot de oprichting van het bedrijfsplan dat voor u ligt.

Een actuele ontwikkeling waar de ECV mee te maken heeft, is de mogelijkheid zich aan te sluiten bij de Duurzame Energie Unie, afgekort de DE Unie. De DE Unie koopt duurzame energie in en levert diensten aan coöperaties, waardoor deze coöperaties niet alles zelf meer hoeven te doen. De DE Unie heeft ook de rechtsvorm van een coöperatie en is dus een coöperatie voor coöperaties. De ECV wil zich graag aansluiten bij de DE Unie. Een van de voorwaarden die de DE Unie stelt voor toelating, is het aanleveren van een gedegen bedrijfsplan. Dit bedrijfsplan wil aan deze voorwaarde voldoen.

Een andere reden voor het schrijven van het bedrijfsplan is het opzoeken van hiaten in de eigen kennis. Veel is bekend bij de diverse bestuursleden van de ECV, maar er staat nog maar weinig op papier. Een bundeling van kennis in een bedrijfsplan kan gebruikt worden om de eigen gedachten te ordenen en hiaten in de kennis op te sporen. Een liquiditeitsbegroting voor de ECV wordt gemaakt en deze is erg belangrijk voor de ECV. Namelijk wanneer uit deze liquiditeitsbegroting blijkt dat de ECV niet rendabel is (te krijgen), is het goed om te besluiten hoe/of nu verder te gaan met de ECV.

De laatste belangrijke reden voor het schrijven van dit bedrijfsplan, is het streven van de energiecoöperatie om transparant te zijn. Dit streven van de ECV naar transparantie van de organisatie kan wellicht geaccentueerd worden door vrij toegang te geven tot het bedrijfsplan van de coöperatie.

Hierdoor is de ECV ook gelijk verzekerd van een grondige check van de eigen organisatiestructuur.

De opbouw van het rapport is als volgt. In hoofdstuk 1 wordt het doel van de ECV kort toegelicht, ook de doelgroep wordt beschreven. In hoofdstuk 2 worden prognoses weergegeven over de te verwachten aantallen leden en klanten voor de energiecoöperatie, ook wordt hier een onderbouwing voor gegeven. Hoofdstuk 3 gaat over de marketingstrategie die gevolgd gaat volgen en de activiteiten die ondernomen gaan worden. Het laatste hoofdstuk, hoofdstuk 4 is een hoofdstuk waarin het financiële aspect van het bedrijf aan bod komt. In dit hoofdstuk zijn onder andere de uitwerkingen te vinden van de berekeningen die gaan over de ontvangsten en uitgaven en ook de liquiditeitsplanning. Het rapport eindigt met een aantal bijlagen, een overzicht van de al uitgevoerde activiteiten, de Curricula Vitae van de bestuursleden van de ECV, de statuten van de ECV, gebruikte Excelbestanden ten behoeve van de liquiditeitsbegroting en ten slotte zijn er een aantal grafieken uit Energie in Beeld opgenomen in het bedrijfsplan.

Hoofdstuk 1 Doel en doelgroep van de energiecoöperatie

1.1 Doel

Het is voor de ECV zeer belangrijk om een helder geformuleerd doel te hebben. Dit doel kan gezien worden als een richtlijn voor het bestuur van de organisatie. De energiecoöperatie heeft de volgende propositie opgesteld: “de Energie Coöperatie Vlieland levert schone, duurzame, Nederlandse energie voor u en uw kleinkinderen tegen betaalbare prijzen. Goed voor de regio, goed voor uzelf”. De ECV streeft er dus naar om duurzame energie te leveren aan de particuliere en zakelijke sector binnen de gemeente Vlieland, toch kan ook buiten de gemeente Vlieland energie worden geleverd aan geïnteresseerden. De ECV ziet graag dat een totale omslag wordt gemaakt op het gebied van energie, van afhankelijke fossiele energie naar onafhankelijke groene energie. De stip aan de horizon is energieneutraliteit (zelfvoorzienend op het gebied van energie) voor het jaar 2025. Dit sluit ook aan bij de ambities van de gemeente Vlieland, welke in het ambitie-manifest heeft aangegeven energieneutraal te willen zijn in 2020. De ambities van de ECV sluiten daarnaast goed aan bij provinciale en landelijke ambities naar een meer duurzame vorm van energiegebruik. Een belangrijke kernwaarde bij het realiseren van de doelstelling van de ECV is het volgende: “De ECV is er voor en door de bewoners van de gemeente Vlieland”.

1.2 Doelgroep

De primaire doelgroep is de particuliere en zakelijke sector in de gemeente Vlieland. De secundaire doelgroep is de particuliere en zakelijke sector in andere delen van Nederland. Er wordt getracht om mensen te betrekken bij de activiteiten van de ECV en aansluiting te laten vinden. Er zijn een aantal mogelijke manieren waarop een burger/bedrijf betrokken kan worden bij de ECV. Door het kopen van aandelen en door het worden van klant van de ECV. Een zo goed mogelijke analyse van de doelgroep wordt nu gegeven. Hierbij wordt de gehele populatie van Vlieland beschouwt als een potentiële afnemer. Er is gekozen om de gegevens van energieverbruik op een vaste manier in te delen. Gegevens over het elektriciteitsverbruik van de doelgroep worden uitgedrukt in kWh/jaar. Gegevens over het gasverbruik van de doelgroep worden uitgedrukt in m³ gas/jaar.

1.2.1 Particulier verbruik

Om iets te kunnen zeggen over de particuliere sector in Vlieland, worden naast de gegevens uit Energie in Beeld (Enexis, Liander, & Stedin, 2014) (zie ook tabel 5 in de bijlage,) ook gegevens gebruikt uit de gemeentegids van de gemeente Vlieland van 2012. Uit deze gemeentegids blijkt dat de gemeente Vlieland in 2011 over 571 woningen beschikte, dit is exclusief de 276 zomerwoningen. Ook zijn er nog 456 recreatieobjecten, welke deels zakelijk of collectief inkopen. (Gemeentegids 2012, 2012). Er wordt aangenomen dat de potentiële klanten voor de energiecoöperatie zich voornamelijk bevinden bij de gewone woningen en de zomerwoningen en niet bij de recreatieobjecten. Een uitsplitsing naar het aantal klanten wordt dan ook gemaakt op basis van het aantal gewone woningen en zomerwoningen.

Zowel het gasverbruik als het elektriciteitsverbruik van de particuliere huishoudens in de gemeente Vlieland vertoont een neerwaartse trend. Een uitzondering op deze trend is het jaar 2013 waarin een verhoogd elektriciteitsverbruik en een verhoogd gasverbruik is waar te nemen. Het hogere gasverbruik in 2013 valt mogelijk te verklaren door de strenge winter in dit jaar.

Het gemiddelde totaal elektriciteitsverbruik voor huishoudens in de gemeente Vlieland binnen de periode 2008 t/m 2013 is 1.304.188 kWh/jaar (Enexis, Liander, & Stedin, 2014). Omdat het jaar 2013 sterk afwijkt, wordt voor het gemiddeld totaal elektriciteitsverbruik van huishoudens uitgegaan van de periode 2008 t/m 2012. Het gemiddelde totaal elektriciteitsverbruik in de gemeente Vlieland voor huishoudens binnen de periode 2008 t/m 2012 is 1.239.418 kWh/jaar.

Het gemiddelde totaal gasverbruik voor huishoudens in de gemeente Vlieland binnen de periode 2008 t/m 2013 is 665.526,2 m3 gas/jaar (Enexis, Liander, & Stedin, 2014). Omdat het jaar 2013 sterk afwijkt, wordt voor het gemiddeld totaal gasverbruik van huishoudens uitgegaan van de periode 2008 t/m 2012. Het gemiddelde totaal gasverbruik in de gemeente Vlieland voor huishoudens binnen de periode 2008 t/m 2012 is 619.059,8 m3 gas /jaar.

1.2.2 Zakelijk verbruik

Bij gebrek aan betere definities, worden organisaties die ingeschreven staan bij de Kamer van Koophandel (KvK), beschouwd als zakelijke klanten. Volgens het meest recente bestand van de gemeente Vlieland, staan er 275 bedrijven ingeschreven bij de KvK (Wit, 2013).

Niet al deze bedrijven kunnen gezien worden als een zakelijk verbruiker, bijvoorbeeld zelfstandigen zonder personeel (zzp) worden door Liander niet aangemerkt als zakelijk verbruiker. Met dit gegeven wordt in het bedrijfsplan rekening gehouden. Het wordt verrekend door de percentages over het verwachte aantal zakelijke klanten naar beneden bij te stellen.

Het elektriciteitsverbruik van zakelijke klanten vertoont een neerwaartse trend. Het gasverbruik van zakelijke klanten is enigszins stabiel te noemen. Het jaar 2011 wijkt zwaar af van de andere jaren. Een verklaring hiervoor is moeilijk te geven (Enexis, Liander, & Stedin, 2014).

Het gemiddelde totaal elektriciteitsverbruik voor zakelijke klanten in de gemeente Vlieland binnen de periode 2008 t/m 2013 is 7.901.952 kWh/jaar.

Het gemiddeld totaal gasverbruik in de periode 2008 tot en met 2013 is 2.481.902 m3 gas/jaar. Omdat het jaar 2011 sterk afwijkt, wordt voor het gemiddeld totaal gasverbruik van zakelijke klanten uitgegaan van de periode 2008-2010, 2012-2013. Het gemiddeld totaal gasverbruik binnen deze periode is 2.050.161,8 m3 gas/jaar.

1.2.3 Gecombineerd verbruik

Het gecombineerd gebruik van gas en elektriciteit in de gemeente Vlieland kan als volgt worden weergegeven.

	Elektriciteit (gem. kWh/jaar)	Gas (gem. m3 gas/jaar)
Particuliere klanten	1.239.418	619.059,8
Zakelijke klanten	7.901.952	2.050.161,8
Cumulatief verbruik	9.141.370	2.669.221,60

Tabel 1 Gecombineerd gemiddeld elektriciteit en gasverbruik gemeente Vlieland

Hoofdstuk 2 Prognoses

2.1 Prognose van het aantal klanten voor stroom en gas

De prognose van het aantal klanten van stroom en gas voor de coöperatie is als volgt weergegeven.

Jaar na realisatie	Klanten particulier	Klanten zakelijk	Totaal aantal klanten
1	102	6	108
2	164	11	175
3	210	22	232
4	224	28	252
5	236	28	264

Tabel 2 Prognose van het aantal klanten stroom en gas

In de eerste kolom is aangegeven het aantal jaar na realisatie. Dit wil zeggen het aantal jaren na oprichting van de ECV.

In de tweede en derde kolom is de prognose van het aantal klanten, particulier en zakelijk, weergegeven. De vierde en laatste kolom is de cumulatie van het aantal klanten (waarde kolom 2 + waarde kolom 3 geeft waarde kolom 4).

2.2 Prognose van het aantal leden

De prognose van het aantal leden en het verkochte aantal aandelen is als volgt weergegeven.

Jaar na realisatie	Leden particulier	Leden zakelijk	Totaal aantal Leden	Totaal aantal aandelen verkocht
1	20	6	26	130
2	33	11	44	220
3	42	22	64	320
4	45	28	73	365
5	47	28	75	375

Tabel 3 Prognose van het aantal leden ECV

De structuur van de tabel 3 is grotendeels gelijk aan de structuur van de tabel 2.

In de vijfde en laatste kolom is de prognose van het aantal verkochte aandelen weergegeven.

Leden particulier: klanten particulier vermenigvuldigt met factor 0,2.

Leden zakelijk: klanten zakelijk

Aantal aandelen verkocht: aantal leden (particulier en zakelijk) vermenigvuldigt met factor 5.

2.3 Onderbouwing van de prognose

Voor de onderbouwing van de eerdere prognoses wordt gebruik gemaakt van gegevens van de Amelander Energie Coöperatie en van de diffusiecurve van Rogers. Er zijn bij het maken van de prognoses bepaalde aannames gemaakt, deze zullen ook worden weergegeven.

2.3.1 Onderbouwing van de prognose aan de hand van gegevens AEC

De Amelander Energie Coöperatie (voortaan genoemd AEC) heeft gegevens over het aantal klanten en leden en het aantal verkochte aandelen weergegeven op de eigen site. Sinds de oprichting van de AEC in 2009 zijn er 1521 huishoudens/bedrijven klant geworden bij de AEC. Het aantal leden van de AEC is momenteel 244. Het aantal aandelen dat verkocht is, is 1163 (Kiewit, 2014). Ameland is met zijn 3500 inwoners ongeveer 3 keer zo groot als Vlieland. De AEC wordt door velen gezien als een succesvolle energiecoöperatie.

De gegevens van de AEC konden onder andere gebruikt worden om *de prognose van het aantal te verkopen aandelen* te maken. De ratio tussen het aantal leden en het aantal verkochte aandelen op Ameland is $1163/244 = 4,7$. Na een afronding is te komen op de ratio 5, zoals deze door de ECV wordt gehanteerd.

De gegevens van de AEC konden ook gebruikt worden om *de verhouding tussen het aantal klanten en het aantal leden* te bepalen. De ratio tussen het aantal leden en het aantal klanten op Ameland is $244/1523 = 0,16$. De ECV gaat er van uit dat er op Vlieland procentueel meer mensen lid zullen worden van de ECV dan op Ameland. Dit door het kleinschaligere karakter van Vlieland, de ECV streeft ernaar een leden/klanten ratio van 0,20 te behalen.

Over het aantal huishoudens en zakelijke klanten zich zullen aansluiten bij de ECV is niet veel te zeggen aan de hand van de gegevens van de AEC. Dit komt omdat hiervoor gegevens ontbreken over het aantal huishoudelijke en zakelijke klanten in de gemeente Ameland. Voor het bepalen van de gegevens over het aantal klanten en leden, wordt gebruik gemaakt van de zogenaamde diffusiecurve.

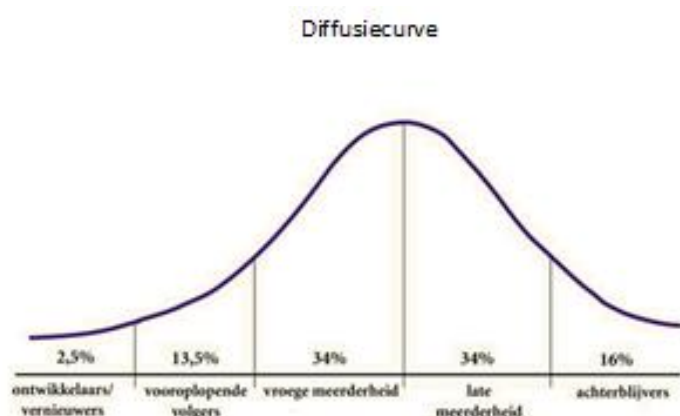
2.3.2 Onderbouwing van de prognose aan de hand van de diffusiecurve

Aan de hand van de diffusiecurve kunnen prognoses worden gemaakt over *het aantal te werven klanten* voor de energiecoöperatie. De diffusiecurve is een curve die de ontwikkeling weergeeft van een innovatie binnen een groep. De grondslag voor deze diffusiecurve is de innovatietheorie van Rogers (Vliet, 2012). Rogers beschrijft in deze theorie vijf stadia of ontwikkelingen waarbinnen een product zich verkeert. Met daarin vijf verschillende gebruikersgroepen die het product of idee accepteren en gaan gebruiken. De vijf verschillende gebruikersgroepen met bijbehorende percentages zijn weergegeven in tabel 4.

Gebuitersgroep	Percentage van de populatie
-de innovators (de ontwikkelaars/vernieuwers)	2,5%
-pioniers (voorlopende volgers)	13,5%
-voorlopers (vroege meerderheid)	34%
-achterlopers (late meerderheid)	34%
-achterblijvers	16%

Tabel 4 Eigenschappen diffusiecurve

Deze gebruikersgroepen en percentages zijn ook toepasbaar voor de ECV. Wel moet natuurlijk rekening gehouden worden met de periode waarin de gebruikersgroep zich bevindt. Er is een onderscheid tussen de particuliere en zakelijke gebruikers in de ruimtelijke curve gemaakt. Verwacht wordt dat zakelijke klanten er langer over zullen doen om de overstap te maken naar een ander energiebedrijf. Dit omdat zakelijke klanten grotere financiële belangen hebben dan particuliere klanten. Door deze grotere financiële belangen, zal eerst de afweging gemaakt worden of het financieel aantrekkelijk is om klant te worden bij de ECV. Toch volgt naar verwachting ook de zakelijke gebruiker op Vlieland de diffusiecurve van Rogers. Voor het gemak wordt de diffusiecurve hieronder weergegeven.



Volgens Rogers (1983) verspreiden kennis of technologie zich volgens een vast patroon, waarin een kleine groep vernieuwers in de tijd door vier andere groepen wordt gevolgd ...

Grafiek 1 Diffusiecurve (Rogers) (Harten, 2004)

Deze ontwikkeling is door te voeren naar particuliere klanten en zakelijke klanten.

De ontwikkeling ziet er voor particuliere klanten als volgt uit

Aantal jaren	Aantal klanten: normale woningen	Aantal klanten: vakantiewoningen	Aantal klanten : Particulier totaal
1	$571 * 0,16 = 91,36$	$276 * 0,04 = 11,04$	102
2	$571 * 0,25 = 142,75$	$276 * 0,075 = 20,7$	164
3	$571 * 0,33 = 188,43$	$276 * 0,082 = 22,386$	210
4	$571 * 0,35 = 199,85$	$276 * 0,0875 = 23,8875$	224
5	$571 * 0,37 = 211,27$	$276 * 0,0925 = 25,2525$	236

Tabel 5 ontwikkeling particuliere klanten

Uitleg tabel

Kolom 1. De nummers in kolom geven het aantal jaren weer sinds oprichting van de ECV.

Kolom 2. Geeft het aantal klanten van normale woningen weer. Het getal 571 voor de populatie normale woningen. Dit wordt vermenigvuldigd met een bepaald percentage van de populatie, resulterend in het aantal verwachte klanten van normale woningen weer, na een bepaald aantal jaar.

Kolom 3. Geeft het aantal klanten van vakantiewoningen weer. 276 staat voor de populatie vakantiewoningen. Dit wordt vermenigvuldigt met een bepaald percentage, resulterend in het aantal verwachte klanten van vakantiewoningen na een bepaald aantal jaar.

Kolom 4. Sommatie van kolom 2 en kolom 3, resulterend in totaal aantal klanten particulier.

De ontwikkeling ziet er voor zakelijke klanten als volgt uit:

Aantal jaren	Aantal zakelijke klanten	Aantal klanten : Zakelijk totaal
1	$275 * 0,02 = 5,5$	6
2	$275 * 0,04 = 11$	11
3	$275 * 0,08 = 22$	22
4	$275 * 0,10 = 27,5$	28
5	$275 * 0,10 = 27,5$	28

Tabel 6 Ontwikkeling zakelijke klanten

Er zijn 275 zakelijke klanten. Zoals al eerder aangegeven in het document onder het kopje *zakelijk verbruik* moeten de percentages aangesloten klanten naar beneden worden bijgesteld. Dit omdat de populatie van 275 zakelijke klanten zich ook particuliere klanten bevinden die niet als dusdanig worden aangemerkt.

Het is denkbaar dat zakelijke klanten, niet gelijk een overstap zullen maken naar de ECV. Dit omdat grotere financiële belangen spelen. Het is daarom denkbaar dat er voor de eerste vijf jaar procentueel gezien minder zakelijke klanten zich aan zullen melden dan particulieren.

De ontwikkelaars en voorlopende volgers zullen daarom pas na drie jaar zich hebben aangemeld als klant bij de ECV. De vroege meerderheid zal de jaren daarop zich aan gaan sluiten bij de ECV. Na 5 jaar is de prognose, zal ongeveer 10% van de populatie zijn aangesloten bij de ECV.

Aannames en voorwaarden bij bovenstaande gegevens.

-Bij deze klantenverdeling is geen onderscheid gemaakt tussen klanten waar alleen gas of alleen elektriciteit aan geleverd gaat worden. Dit vertroebelt het beeld enigszins.

-Het is goed mogelijk dat in bovenstaande prognose dubbeltellingen voor zullen komen. Dit komt omdat particulieren een eigen bedrijf kunnen hebben en mogelijk geen dubbele aansluiting hebben.

Hoofdstuk 3 Marketing en strategie

Een goede marketingstrategie is van wezenlijk belang voor werven van leden en klanten voor de ECV. Het valt niet binnen de scope van dit bedrijfsplan om een uitgebreid communicatieplan weer te geven. Dit zal in een ander document beschreven worden. Een korte aanzet over de marketingstrategie: de te communiceren boodschap, het doel van de boodschap en de middelen om deze boodschap over te brengen. Een actieplan van communiceren en globale planning zijn ook opgenomen in dit bedrijfsplan, dit zodat op tijd gecommuniceerd wordt door de ECV.

3.1 Het doel van de boodschap en de boodschap zelf

Het doel van de boodschap is mensen enthousiasmeren over duurzame energie en (actief) te laten participeren in de energiecoöperatie, als klant of als lid.

Allereerst is het belangrijk dat er bewustwording wordt gerealiseerd over het onderwerp duurzaamheid, fossiele brandstoffen, klimaatverandering (met bijbehorende begrippen), duurzame energie, duurzame energievormen etc. Met als doel een breed gedragen grondhouding ten opzichte van lokale duurzame energieopwekking. Deze grondhouding is de basis van waaruit je kunt werken. Hier kan op voortgebouwd worden door de ECV door het informeren van mensen.

Alvorens te bepalen hoe de boodschap over gebracht moet gaan worden, zal eerst nagedacht moeten worden over de boodschap zelf. De te communiceren boodschap van de ECV aan de bewoners van Vlieland is een belangrijk onderdeel van de marketingstrategie. Wanneer de boodschap niet aansluit bij de doelgroep, zal het succes van de ECV gering zijn. Het is daarom belangrijk om kernachtig te formuleren waar de ECV voor staat en wat zij wil gaan betekenen.

Het is goed mogelijk om een boodschap af te geven die bij een gedeelte van de bevolking goed aanslaat, maar bij een ander gedeelte van de bevolking geen weerklank vindt. Dit vindt zijn oorsprong in het feit dat ieder mens uniek is en aangesproken wordt door andere aspecten. Het is mogelijk om binnen de doelgroepen een onderscheid te maken tussen verschillende groeperingen. Vervolgens kan een boodschap op maat worden gemaakt voor deze verschillende groeperingen. Vanwege de beperkte grootte van de huidige doelgroep (primair de particuliere en zakelijke sector op Vlieland en secundair de particuliere en zakelijke sector op andere plaatsen in Nederland) is niet gekozen om een boodschap op maat te maken, maar te kiezen voor één boodschap. Het is dan belangrijk om de boodschap zo breed mogelijk te formuleren, zodat een breed gedeelte van de bevolking aangesproken wordt. Hierbij komen de voordelen ook aan bod voor de doelgroep.

Kern af te geven boodschap:

-Gebruik maken van fossiele energie is op de lange termijn niet houdbaar, de voorraden zijn eindig.

-Het gebruik maken van fossiele brandstoffen zorgt voor een versterkt broeikas effect, dit heeft wereldwijd nadelige gevolgen voor mens en milieu.

-Om de energievoorziening ook in de toekomst veilig te stellen, moet er een overstap worden gemaakt naar een duurzame energievoorziening.

-Het potentieel om duurzame energie op te wekken in Vlieland is enorm er zijn echter veel juridische en economische hindernissen.

-Om als eiland toch duurzame energie te kunnen gebruiken is een energiecoöperatie opgericht.

- Door te participeren in een coöperatie wordt de sociaaleconomische positie van Vlieland sterker en wordt een versnelde verduurzaming van het eiland bewerkstelligd.
- Duurzame energie is concurrerend met fossiele energie en kan geleverd worden tegen tenminste dezelfde prijs als fossiele energie.
- De energiecoöperatie wordt gerealiseerd voor en door eilandbewoners.

3.2 Middelen van communiceren

Er zijn meerdere methodes om de af te geven boodschap over te brengen. Een opsomming van de middelen van communiceren is hieronder weergegeven.

- Organiseren van informatiebijeenkomst(en) (door het duurzame energie team)
- Informeren van scholieren over klimaatverandering en duurzame energie
- Website ECV
- Website gemeente Vlieland
- Mond-tot-mondreclame door ECV bestuursleden
- Gebruik maken van het weekkrantje de Vliezier
- Gemeentelijke informatiebulletin, het kastje
- Informatiebanner Doeksen
- Artikel plaatsen in de Vlieronde (VVV)
- Posters
- Flyers verspreiden (bij de mensen in de brievenbus)
- Sociale media (Facebook, Twitter, LinkedIn)
- Energieloket gemeente Vlieland

3.3 Actieplan van communiceren en globale planning

- Voortbouwen op grondhouding

De afgelopen jaren zijn er door de gemeente en door het duurzame energieteam al informatiebijeenkomsten georganiseerd. De thema's van deze bijeenkomsten hadden te maken met duurzaamheid. Dit heeft bij de bewoners van de gemeente Vlieland al gezorgd voor een bepaalde grondhouding ten opzichte van duurzaamheid en duurzame energie. Hier kan op voortgebouwd worden door de ECV, door aanvullende informatiebijeenkomsten te organiseren. Ook zouden in dit stadium scholieren geïnformeerd kunnen worden over klimaatverandering en duurzame energie. De ouders worden dan ook gelijk geïnformeerd door de kinderen.

- Introduceren van de energiecoöperatie

Het is in deze fase belangrijk om de bewoners van de gemeente Vlieland op de hoogte te houden van de ontwikkelingen in de eigen gemeente. De bewoners van de gemeente Vlieland moeten vroegtijdig geïnformeerd worden over de energiecoöperatie die wordt opgezet. De huidige status van de ECV kan hier worden toegelicht evenals de doelen en verwachtingen van de ECV. De mogelijkheid om vragen te stellen is hierbij van belang. De energiecoöperatie kan het best worden geïntroduceerd in een publiekelijke informatiebijeenkomst.

- Het startschot geven voor de energiecoöperatie

Het is heel belangrijk dat er goed gecommuniceerd wordt met de bewoners van Vlieland over het daadwerkelijk openen van de energiecoöperatie. De energiecoöperatie dient tegen deze tijd te

functioneren en mensen behoren zich aan te kunnen sluiten bij de ECV. De Pr-materialen behoren te zijn gemaakt en verspreid zodat de energicoöperatie feestelijk geopend kan worden. Het is waarschijnlijk dat mensen zich aan het eind van de bijeenkomst willen inschrijven bij de ECV en hier moet de mogelijkheid voor zijn. Vanaf deze lancering begint de startfase van de ECV. Misschien dat de introductie van de ECV en het startschot samen kunnen vallen, dit is een afweging.

-Informatievoorziening (nazorg)

Nieuwsgierig geworden mensen zullen meer informatie willen kunnen opvragen bij de bestuursleden van de energicoöperatie. Het is in dit stadium erg belangrijk om als bestuurslid/directeur beschikbaar te zijn om vragen te kunnen beantwoorden aan geïnteresseerden.

Een stukje nazorg met betrekking tot informatieverstrekking, welke pas stopt wanneer er geen vragen meer zijn/komen.

Een globale planning met de geplande activiteiten vindt u in tabel 7. Deze planning kan naar omstandigheden aangepast worden.

Activiteit	Periode	Mei- Juni	Juli- Augustus	September	Oktober de vijfde en periode erna
Aanvraag DE Unie					
Inrichten Backoffice systeem DE-Unie					
Pilot (eerste klantenwerving van de ECV)					
Geven van startschot energicoöperatie + verspreiden materialen					
Leden/klantenwerving					
Informatievoorziening (nazorg)					

Tabel 7 Globale planning ECV

3.4 Activiteiten en focus

De activiteiten en focus van de energievoöperatie worden kort samengevat.

Een groot deel van de administratieve last zal komen te liggen bij de DE Unie en wel in de vorm van de back office. Dit omvat de taken als het: systeembeheer, financiën (inclusief afdracht belastingen en kosten netbeheer), verbruiksadministratie, levering aan klant, incasso bij klant en opstellen en administreren van het leveringscontract.

De ECV is verantwoordelijk voor de front office. Dit omvat taken als:

- leden en klantenwerving*
- leden en klantenservice*
- contact en de invoer en beheer van klanten/leden in systemen.*

Overige taken waar de ECV zich gaat bezighouden:

- Onderhouden van contacten met DE Unie en andere coöperaties*
- Organiseren informatiebijeenkomsten*
- Organiseren van ledenvergaderingen*
- Verspreiden van promotiemateriaal*
- Schrijven van informatieve artikelen, up to date houden van artikelen*
- Bijhouden van actuele ontwikkelingen in het vakgebied*
- Schrijven van voorstellen van duurzame energietoepassingen*
- Werken aan het plan voor de 'zonne-akker' op het CSK- terrein*
- Helpen met het oplossen van technische problemen/problemen bij de klanten/leden*
- Taken zoals deze in de notulen zijn vastgelegd*

Focus

De focus bij al deze activiteiten ligt in de eerste plaats op het garanderen van de continuïteit van het bedrijf. Wanneer de continuïteit van het bedrijf is gewaarborgd, kan van hieruit aan de doelen van het bedrijf worden gewerkt.

3.5 Personele bezetting

De personele bezetting zal voornamelijk bestaan uit dhr. B.G. Visser, de directeur van de energievoöperatie. De directeur van de ECV zal in ieder geval de front office van de ECV verzorgen. Wanneer leden/klanten vragen hebben, kunnen in de eerste plaats dan ook bij hem terecht. De bestuursleden van de ECV (zie Bijlage 2), zullen de directeur van de ECV helpen bij de overige taken van de ECV. Binnen de ECV heeft ieder bestuurslid zijn eigen taak. Er zijn een voorzitter, secretaris en penningmeester benoemd.

Hoofdstuk 4 Financiering van het bedrijf en liquiditeitsplanning

4.1 De financiering van het bedrijf

De ECV is afhankelijk van een aantal inkomstenbronnen. Deze zijn onderverdeeld in eenmalige ontvangsten, ontvangsten van klanten en ontvangsten van leden.

De eenmalige ontvangsten zijn afkomstig uit subsidies van de gemeente en de provincie. Deze dragen in jaar 0 van de opgestelde begroting substantieel bij aan de positieve bedrijfsbalans.

-De subsidie afkomstig van de provincie Fryslân is in jaar 0 van de begroting 9908 euro. Deze subsidie is bedoeld voor het betalen van de kosten van de oprichting van de ECV.

-De subsidie afkomstig van de gemeente Vlieland in jaar 0 van de begroting 10.000 euro. Deze subsidie is bedoeld voor de inschrijving bij de DE Unie, de inrichting van het backofficesysteem bij de DE Unie en daarmee de toegang tot het klantenportaal.

De ontvangsten van leden zijn afkomstig uit verkochte aandelen. Welke resulteren in een aandelenkapitaal. Feitelijk gezien kunnen de verkochte aandelen ook als eenmalige inkomsten gezien worden. Toch is voor de overzichtelijkheid van de liquiditeitsplanning gekozen voor een onderscheid tussen ontvangsten van leden en eenmalige ontvangsten. Een aanneme die is gemaakt met betrekking tot het aandelenkapitaal is dat het aandelenkapitaal wordt beschouwd als een vaststaand eigen vermogen. Toch is een onttrekking van het aandelenkapitaal een mogelijkheid, leidend tot een lager eigen vermogen. Wanneer er veel aandelenkapitaal wordt teruggehaald door de leden, vermindert de mogelijkheid om te investeren significant.

De ontvangsten van klanten zijn opgebouwd uit twee delen. Een vast deel, welke wordt uitgekeerd door de DE Unie en een variabel deel. Het variabele deel is de winstmarge, welke ontstaat uit een verschil in de inkoop- en verkoopwaarde van gas en elektriciteit.

De uitgaven van de ECV worden uitgesplitst naar uitgaven aan klanten, overige uitgaven en eenmalige uitgaven. De uitgaven aan klanten worden gevormd door de kosten van de invoer en de klantenservice. In jaar 0 heeft de ECV nog niet met deze uitgaven te maken, vanaf jaar 1 wel. Binnen de kosten voor klantenservice is ook weer een uitsplitsing gemaakt naar reeds bestaande klanten en nieuwe klanten. Dit in verband met de verwachte tijdsinvestering per bestaande klant en nieuwe klant.

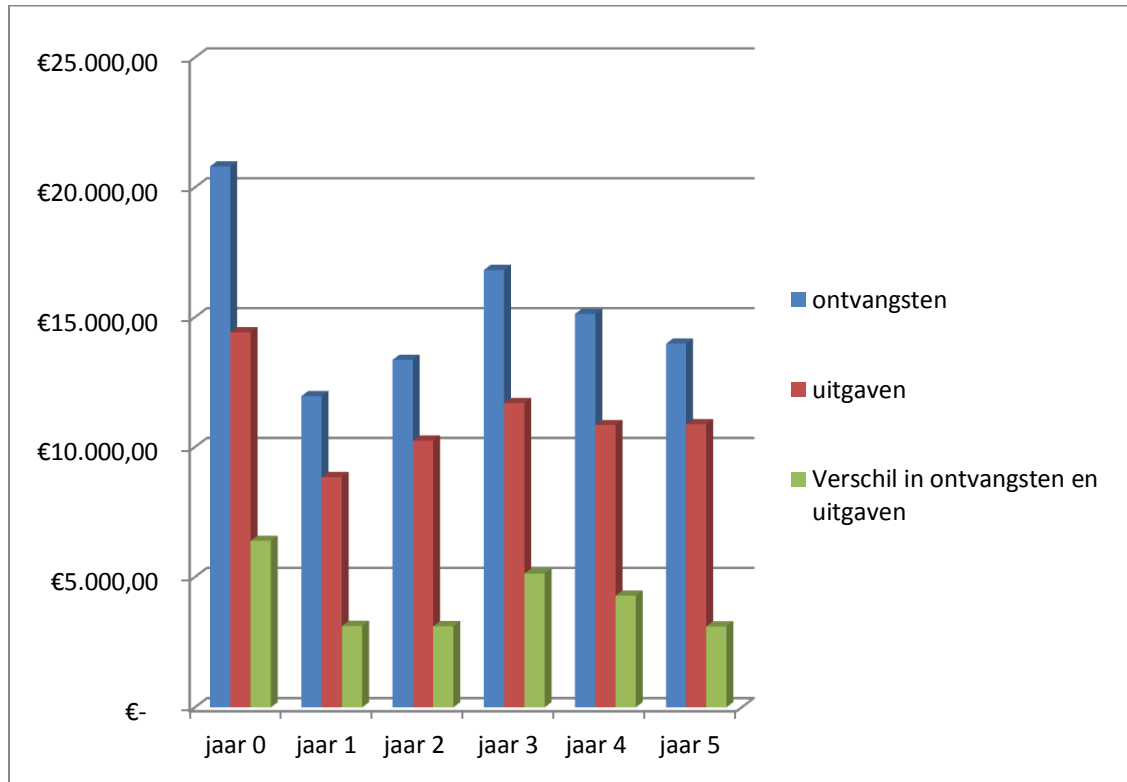
Een soortgelijk onderscheid is ook gemaakt bij de invoer van klantengegevens, hierbij worden nieuwe klanten en bestaande klanten apart beschouwd. Dit omdat voor nieuwe klanten wel invoerkosten gerekend moeten worden maar voor bestaande klanten niet.

De overige uitgaven zijn bijvoorbeeld de kosten van de website, de accountant, de overheadkosten, de representatie-uitgaven.

De eenmalige uitgaven zijn inrichting van het backofficesysteem, stagevergoeding, de website, het logo en de uitgaven voor de notaris. Deze eenmalige uitgaven bevinden zich allemaal in jaar 0 van de begroting. Deze uitgaven kunnen worden betaald door de verkregen subsidies.

De uitgaven en ontvangsten zijn weergegeven over een periode van 6 jaar. Beginnend bij jaar 0, het referentiejaar. Het referentiejaar kan ook gezien worden als het jaar 2014.

Onderstaande grafiek geeft weer hoe het gesteld is met de financiële ontwikkeling van de ECV.

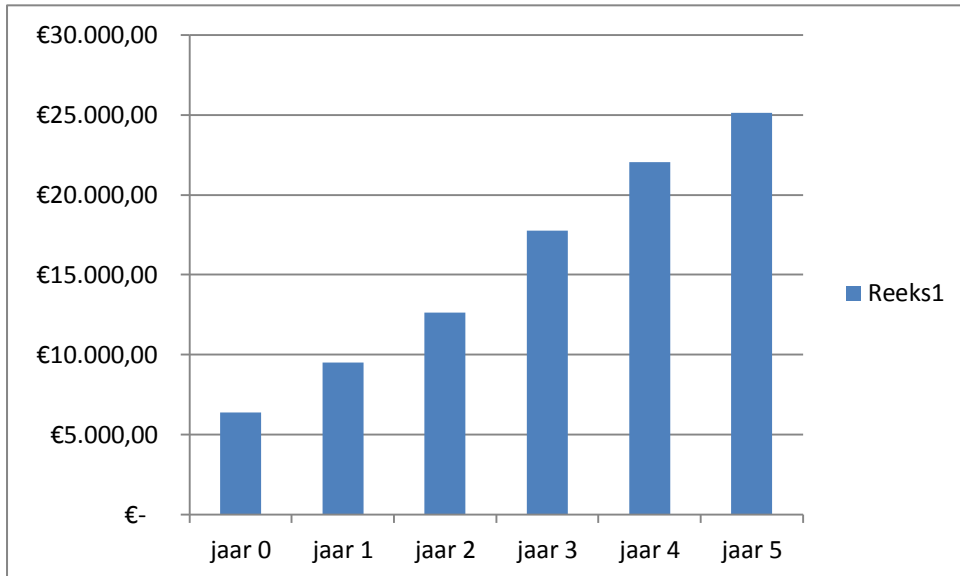


Grafiek 2 Ontvangsten en uitgaven per jaar

De ontvangsten, de uitgaven en het verschil in ontvangsten en uitgaven is in jaar 0 het grootst. Dit valt geheel en al te verklaren. Bij veel bedrijven worden eerst uitgaven gemaakt voordat ontvangsten worden gegenereerd. Dit leidt tot een financieel negatief resultaat in de opstartfase van het bedrijf. Later worden dan inkomsten gegenereerd en zal het bedrijf (als alles goed gaat), dit negatieve resultaat terugverdienen en winst gaan maken. Bij de ECV speelt in belangrijke mate mee dat er subsidies worden verstrekt die de kosten dekken in de opstartfase van het bedrijf. Dit zorgt ervoor dat het bedrijfsresultaat uitsluitend positief is over de gehele periode.

4.2 Liquiditeitsbegroting

Een overzicht van de liquiditeitsbegroting is weergegeven in onderstaande grafiek.



Grafiek 3 Liquiditeitsbegroting.

Uit grafiek 3 blijkt dat de ECV liquide is. De ontvangsten zijn over de gehele periode groter dan de uitgaven, wat zorgt voor een positief bedrijfsresultaat.

De onderbouwing van de bovenstaande grafieken kan enerzijds gevonden worden in dit document en anderzijds in de Excelsheet *liquiditeitsbegroting ECV, versie 3.0*. De onderbouwing van het aantal klanten en leden vindt u in dit document. De berekeningen die gemaakt zijn om te komen tot bovenstaande grafieken kunnen teruggevonden worden in de Excelsheet *liquiditeitsbegroting ECV, versie 3.0*. In bijlage vier van dit document, vindt u een afbeelding van deze Excelbestanden.

Bibliografie

Enexis, Liander, & Stedin. (2014, april). *Energie in Beeld*. Opgehaald van <http://energieinbeeld.nl/>

(2012). *Gemeentegids 2012*. Gemeente Vlieland: Gemeente Vlieland.

Harten, R. S. (2004, 05 27). Verspreiding van kennis verloopt moeizaam. *Medisch contact*, pp. <http://medischcontact.artsennet.nl/archief-6/tijdschriftartikel/11140/verspreiding-van-kennis-verloopt-moeizaam.htm>.

Kiewit, J. (2014, April 07). *AEC*. Opgehaald van Home: <http://www.amelandenergie.nl/index.htm>

Obedo. (2014, maart 26). *Hoeveel inwoners heeft Vlieland?* Opgehaald van Cijfers: <http://www.stadindex.nl/vlieland>

Vliet, V. v. (2012, oktober 16). *Scienceprogress de kennisbank voor wetenschap en praktijk*. Opgehaald van Diffusie van innovatie (Rogers): <http://www.scienceprogress.nl/marketing/diffusie-van-innovatie>

Wit, H. d. (2013, maart 19). *Inschrijvingen KvK Vlieland*. Vlieland, Friesland: Gemeente Vlieland.

Bijlage 1 Overzicht van al uitgevoerde activiteiten

- Ontwikkeling van statuten (bijlage 3)
- Ontwikkeling logo door Okkinga Communicatie (zie afbeelding)
- Ontwikkeling van website ECV (in opbouw)
- Ontwikkeling van klanten en leden registratieformulieren
- Aanvraag bij DE Unie



Afbeelding: logo energie Coöperatie Vlieland, ontwikkeld door Okkinga Communicatie.

Bijlage 2 Curricula Vitae van het bestuur

CV 1: Erik Houter

Persoonlijke gegevens

Naam:	Erik Jan Houter	Telefoonnummer:	06-21237103
Geboortedatum:	03-05-1970	E-mail:	erikmandy@planet.nl
Woonplaats:	Vlieland		
Nationaliteit:	Nederlands		

Werkervaring

2000 – 2014	Ondernemer. Eigenaar van meerdere bedrijven direct gerelateerd aan toerisme	
1996 – 2000	Vertegenwoordiger bij Giant Holland BV bikes	Lelystad
1994 – 1996	Adviseur Noorderkroon BV verzekeringen	Sneek

Nevenactiviteiten

2013 – heden	Commissaris ECV
2012 – heden	Raadslid Vlieland voor de VVD
2006 – heden	Voorzitter Ondernemers Vereniging Vlieland

Opleidingen

1982 – 1986	MAVO-D Vlieland
1986 – 1988	HAVO Leeuwarden
1988 – 1992	HEAO-BE Leeuwarden
1992 – 1994	VU-propedeuse Amsterdam

CV 2: Arice Kuijpers

Arice Kuijpers: Het goede leven.

Afkomstig uit de off shore wereld. Nu al weer 22 jaar actief in de dakbedekkingen waarvan de laatste 7 jaar directeur eigenaar van SRC Dakmanschap B.V. & Protectus B.V. Founding Father van Zonel Energy Systems B.V. en ZonWind Capital Partners N.V.

Scherpzinnig, doortastend, intens en vrij. Volop in beweging. Schenkt klare wijn. Doet daarin geen enkele concessie. Een dynamische man die zich niet laat afremmen. Die niet loslaat waar hij zich aan verbonden heeft. Recht op het doel af. Scoren. Maar wel op een eerlijke manier.

Mensen in contact brengen met mogelijkheden is zijn missie. Is altijd bezig met dingen die anderen niet doen of durven. Trekt door waar deze afhaken. Hij geniet van dat spel. Denkt daarin drie stappen vooruit, schakelt snel en geeft vol gas als hij maar ergens ruimte ziet. Altijd op de linkerbaan.

Hij gruwet van de middelmaat. Leeft als een fakkel, niet als een kaars. Heeft moeite met matigheid. Alles moet van absolute klasse zijn. Geen zesje, een dikke tien. Wil voortdurend vooruit. Gelukkig kent hij zijn beperkingen en weet zich altijd te omringen met mensen die wel het vermogen hebben om achterom te kijken en op de rem te trappen als dat nodig is.

Mensen overigens die net als hij vinden dat in de basis alles tiptop in orde moet zijn. Kwaliteit moet uitstralen. Gelijke energieën trekken elkaar aan en doen dat duurzaam. Dat blijkt wel uit het minimale verloop van zijn medewerkers en de langdurige relatie met zijn klanten. Een bon vivant die gaat voor vrijheid met verbondenheid. Het leven is simpel. Maar dan wel het goede leven.

CV 3 Harmen Grunstra

CV 4 Broer Visser

Bijlage 3 De statuten

De ECV heeft statuten laten opstellen.

Gekozen is om een hyperlink toe te voegen aan dit document met de link naar de statuten.

De statuten kunnen desgewenst in papieren versie opgestuurd worden naar de belangstellende, neem daarvoor contact op met de ECV .

http://www.ecvlieland.nl/beta/images/upload/Statuten_ECV.pdf

Bijlage 4 Excel-bestanden liquiditeitsbegroting

Blad 1

Liquiditeitsbegroting ECV

Blad 1 Ontwikkelingen ontvangsten en uitgaven
Blad 2 Liquiditeitsbegroting

Ontvangsten van klanten (jaarlijks basisbedrag en variabel bedrag) en leden (aandelenverkoop)

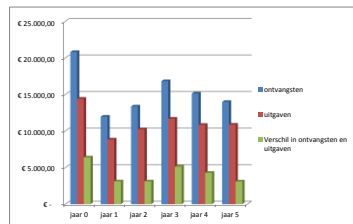
Ontvangsten aan klanten	vast	variabel particulier	variabel zakelijk	ontvangsten cumulatief	ontvangsten leden, aandelenverkoop	Enmalige ontvangsten	Subsidie provin Subsidie gemeente Vlieland	Totaal ontvangsten
jaar 0	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 3.000,00	€ -	€ 9.808,00 € 10.000,00	jaar 0 € 20.808,00
jaar 1	€ 4.320,00	€ 1.020,00	€ 120	€ 5.460,00	€ 6.900,00	€ -	€ -	jaar 1 € 11.960,00
jaar 2	€ 7.000,00	€ 1.640,00	€ 220	€ 8.860,00	€ 4.500,00	€ -	€ -	jaar 2 € 13.360,00
jaar 3	€ 9.280,00	€ 2.100,00	€ 440	€ 11.820,00	€ 5.000,00	€ -	€ -	jaar 3 € 16.820,00
jaar 4	€ 10.080,00	€ 2.240,00	€ 560	€ 12.880,00	€ 2.250,00	€ -	€ -	jaar 4 € 15.130,00
jaar 5	€ 10.560,00	€ 2.360,00	€ 560	€ 13.480,00	€ 500,00	€ -	€ -	jaar 5 € 13.980,00

Uitgaven aan klanten en overige uitgaven

Uitgaven aan klanten	Invoyer	Klantenservice	Ledenkorting vastrecht	Overige uitgaven	website	Accountant	Overheaduitgaven (p Representatieuitgaven	Enmalige uitg Inr. backoffice syst.	Stagiare	Website	Logo	Notaris	Totaal uitgaven
jaar 0	€ -	€ -	€ -	€ -	€ 90,00	€ -	€ 200,00 € 750,00	€ 10.000,00	€ 935,00	€ -	€ 605,00	€ 588,00	jaar 0 € 14.418,00
jaar 1	€ 1.350,00	€ 5.400,00	€ 390,00	€ -	€ -	€ -	€ 200,00 #####	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	jaar 1 € 8.540,00
jaar 2	€ 837,50	€ 6.050,00	€ 660,00	€ -	€ -	€ -	€ 200,00 #####	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	jaar 2 € 10.247,50
jaar 3	€ 712,50	€ 7.225,00	€ 960,00	€ -	€ 90,00	€ -	€ 200,00 #####	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	jaar 3 € 11.687,50
jaar 4	€ 250,00	€ 6.800,00	€ 1.095,00	€ -	€ -	€ -	€ 200,00 #####	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	jaar 4 € 10.845,00
jaar 5	€ 150,00	€ 6.900,00	€ 1.125,00	€ -	€ -	€ -	€ 200,00 #####	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	jaar 5 € 10.875,00

Ontvangsten, uitgaven uitgesplitst per jaar

jaar	ontvangsten	uitgaven	Verschil in ontvangsten en uitgaven
jaar 0	€ 20.808,00	€ 14.418,00	€ 6.390,00
jaar 1	€ 11.960,00	€ 8.840,00	€ 3.120,00
jaar 2	€ 13.360,00	€ 10.247,50	€ 3.112,50
jaar 3	€ 16.820,00	€ 11.687,50	€ 5.132,50
jaar 4	€ 15.130,00	€ 10.845,00	€ 4.285,00
jaar 5	€ 13.980,00	€ 10.875,00	€ 3.105,00



Gebruikte gegevens

Gegevens klanten en leden bestand

jaar na realisatie	Klanten particulier	Klanten zakelijk	Totaal aantal klanten	Nieuw aantal klanten	Nieuw aantal aandelen
1	102	6	108	108	130
2	164	11	175	67	90
3	210	22	232	57	100
4	224	28	252	20	45
5	236	28	264	12	10

jaar na realisatie	Leden particulier	Leden zakelijk	Totaal aantal Leden	Totaal aantal aandelen verkocht	Nieuw aantal aandelen verkocht
1	20	6	26	130	130
2	33	11	44	220	90
3	42	22	64	320	100
4	45	28	73	365	45
5	47	28	75	375	10

Gegevens ontvangsten

Opbrengst per klant vast	€ 40,00
Opbrengst per klant particulier var.	€ 10,00
Opbrengst per klant zakelijk var.	€ 20,00
Ontvangsten per aandeel	€ 50,00

Gegevens uitgaven

25 euro/uur ind. belastingen			
30 minuten per invoer klant			
12,50 euro per invoer klant	€ 12,50		
Nieuwe klanten tijdsinvestering	2 uur	jaar	€ 50,00
Bestaande klanten tijdsinvestering	1 uur	jaar	€ 25,00
Leden, vastrechtkorting	€ 15,00		

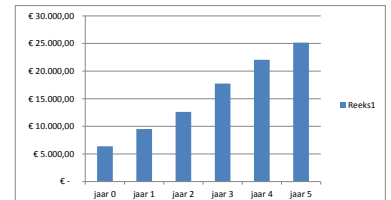
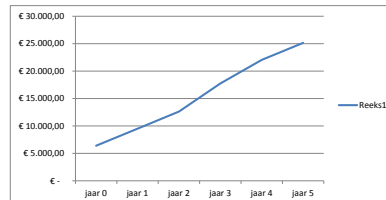
Blad 2

Liquiditeitsbegroting

	Jaar 0	jaar 1	jaar 2	jaar 3	jaar 4	jaar 5
Ontvangsten	€ -	€ 6.390,00	€ 9.510,00	€ 12.622,50	€ 17.755,00	€ 22.040,00
Liquide middelen	€ -	€ 5.460,00	€ 8.860,00	€ 11.820,00	€ 12.880,00	€ 13.480,00
Klanten opbrengsten	€ -	€ 5.460,00	€ 6.500,00	€ 4.500,00	€ 2.250,00	€ 500,00
Aandelen verkoop	€ 1.000,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Subsidies (provinciaal + gemeentelijk)	€ 19.808,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Uitgaven	€ 13.378,00	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
Enmalige uitgaven	€ 1.040,00	€ 8.840,00	€ 10.247,50	€ 11.687,50	€ 10.845,00	€ 10.875,00
Uitgaven per klant en overige uitgaven	€ 6.390,00	€ 9.510,00	€ 12.622,50	€ 17.755,00	€ 22.040,00	€ 25.145,00
Resultaat						

Ontwikkeling bedrijfsresultaat per jaar

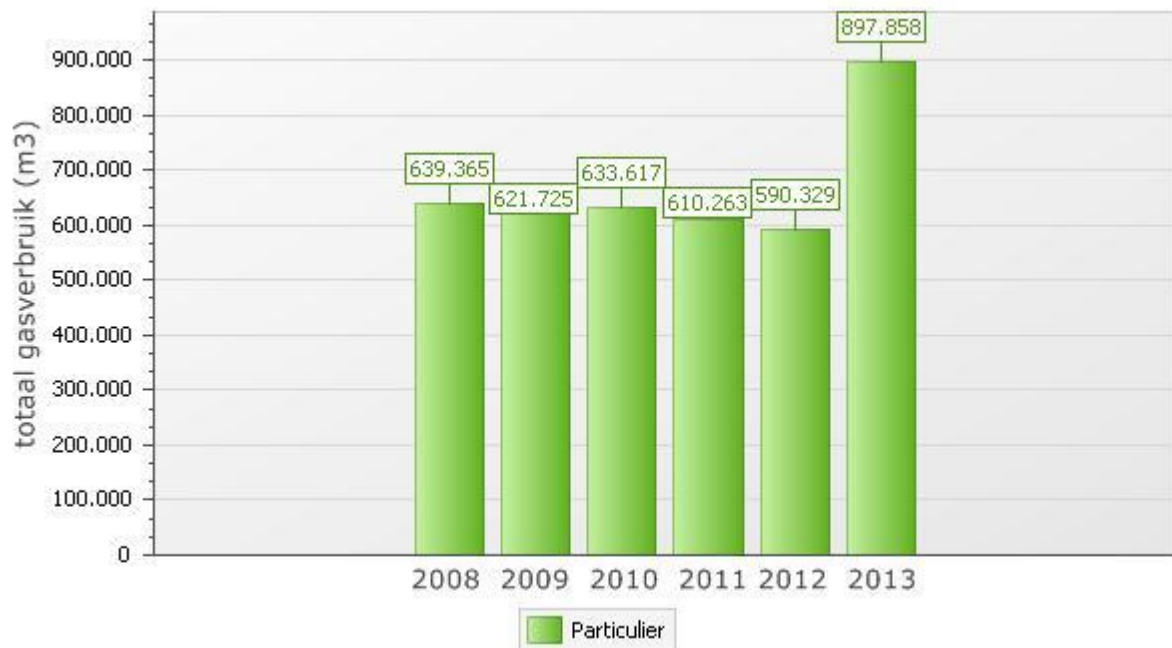
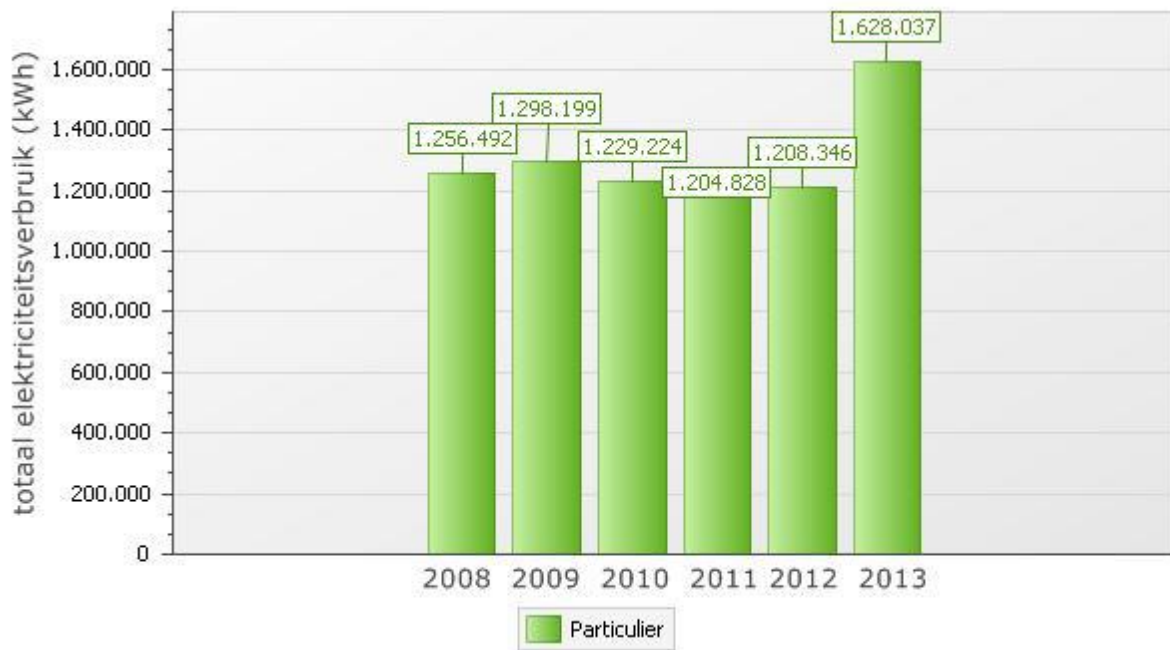
jaar 0	€ 6.390,00
jaar 1	€ 9.510,00
jaar 2	€ 12.622,50
jaar 3	€ 17.755,00
jaar 4	€ 22.040,00
jaar 5	€ 25.145,00



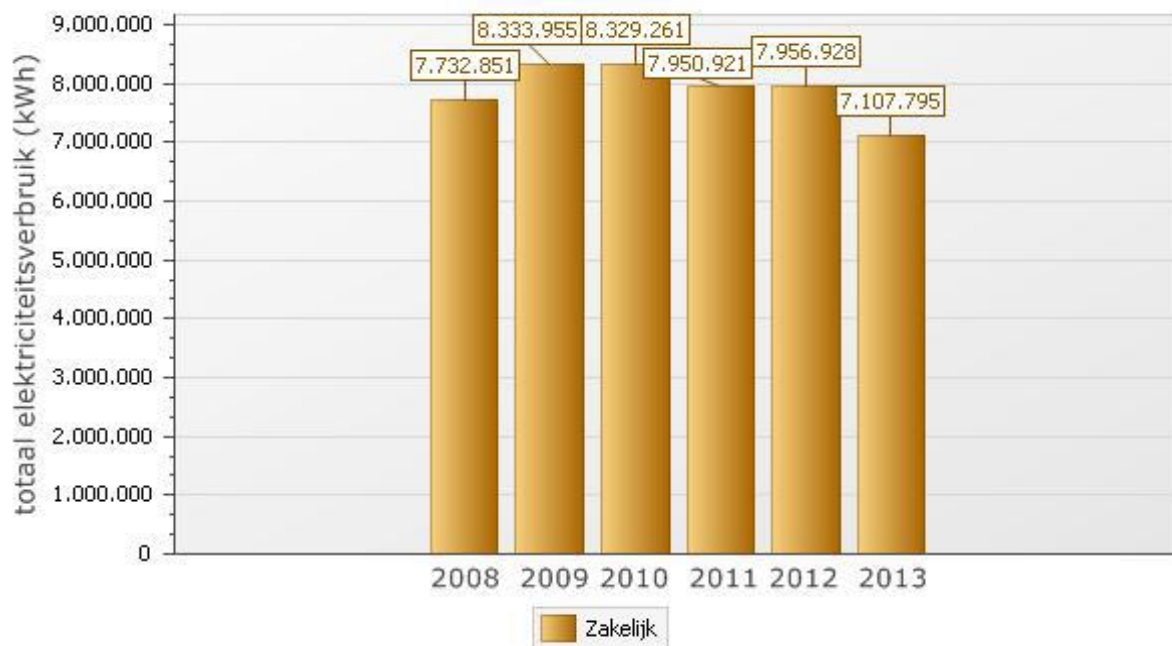
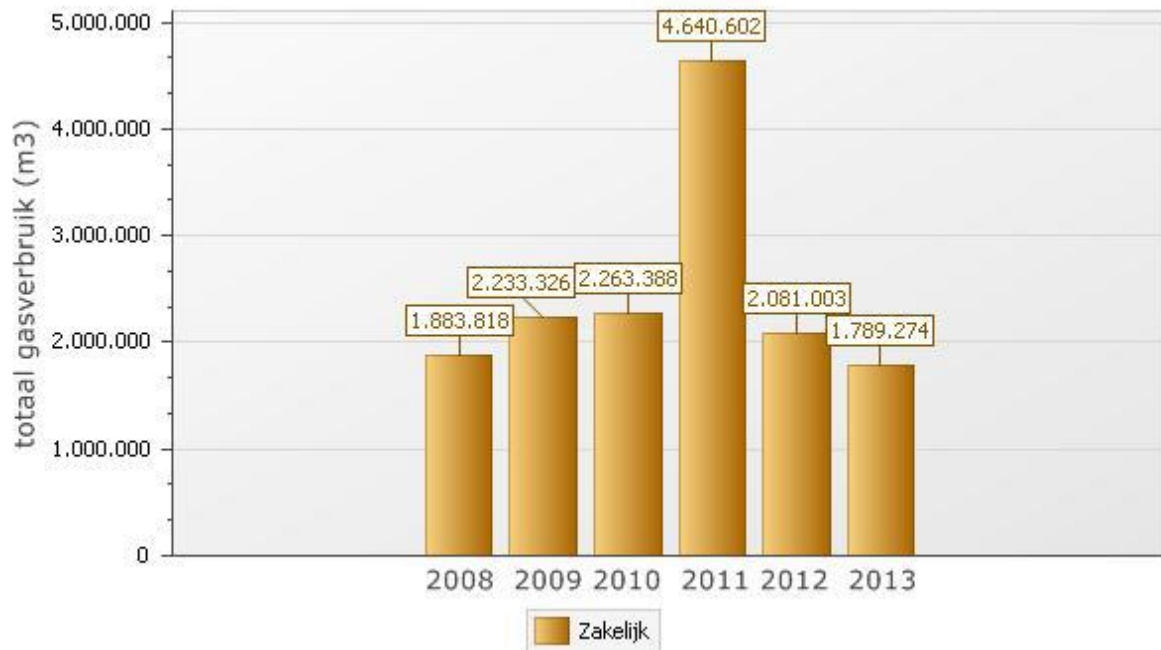
Instructie: gebruik Ctrl + scroll (scrollen met de muis) voor een grotere weergave van de Excel-bestanden.

Bijlage 5 Tabellen Energie in Beeld

Particuliere klanten (elektriciteit en gas)



Zakelijke klanten (elektriciteit en gas)



<http://energieinbeeld.nl/>