

Duurzaam Energiemanagement Tuincentra

Duurzaam Energiemanagement Tuincentra

Dit project werd mogelijk gemaakt door ondersteuning van het programma DEN, dat wordt uitgevoerd door Novem.

Projectnummer: 2020-02-14-25-004
Bestelnummer: 4800001599
Looptijd: 1 oktober 2002 – 1 april 2004

Uitgebracht aan:

Naam: Novem
T.a.v. Dhr. drs. T.W.L. van Heemstra
Adres: Postbus 8242
Woonplaats: 3503 RE UTRECHT

Uitgebracht namens:

Penvoerder: TuinSpectrum Nederland B.V.
T.a.v. W. de Groot
Adres: Postbus 422
Woonplaats: 3440 AK WOERDEN
Medeaanvragers: Ranzijn Tuin & Dier, Vesatuin BV, Europatuin BV, Intratuin BV, Groenblok BV en Garden Masters International.

Uitgebracht door:

Naam: DLV Bouw, Milieu en Techniek BV
Marktgroep Energie
Adres: Postbus 263
Woonplaats: 2670 AH NAALDWIJK
Telefoon: 0174-282828
Fax: 0174-282800
Projectleider: A.W.J. van Antwerpen
Mobiel tel: 06-26518700
E-mail: a.w.j.van.antwerpen@dlv.nl

Inhoudsopgave

<i>Samenvatting</i>	4
1 Inleiding	5
1.1 Uitgangssituatie	5
1.2 Doelstelling en doelgroep	5
2 Werkwijze en resultaten	6
2.1 Werkboek en workshop	6
2.2 Werving deelnemers	7
2.3 Workshops	8
2.4 Extra werving	9
3 Conclusie en aanbevelingen	10
<i>Bijlage: Inhoudsopgave werkboek</i>	12
<i>Bijlage: Brochure</i>	13

Samenvatting

De toepassing van duurzame energie in de tuincentrumbranche kan bijdragen aan de waardering van het publiek en zo het imago van het tuincentrum beïnvloeden. Toegepast duurzame energietechnieken moeten dan voor de klant wel ‘voelbaar’ zijn. Bijvoorbeeld groene stroom is niet interessant vanuit imago oogpunt. Het voegt niets toe aan de beleving van de klant.

Energiekosten zijn niet de belangrijkste kostenpost in een tuincentrum. Er is daardoor weinig aandacht aan energiemanagement en aan duurzame energie in het bijzonder. Energiekosten worden gezien als noodzakelijk kwaad en niet aangegrepen als kans om te optimaliseren en kostenbesparing te bereiken. Duurzame energie komt dan al snel geheel niet in het plaatje voor.

Door het aanbieden van een werkboek met workshop waarbij ingegaan wordt op het totale (duurzame) energiemanagement bij een tuincentrum worden energiebesparingsmogelijkheden aangedragen en de kennis van duurzame energie vergroot. Uiteindelijk moet dit leiden tot (duurzaam) energiemanagement en vermindering van het gebruik van fossiele brandstoffen en verbetering van het groene imago van een tuincentrum. Getracht is de deelnemers te motiveren door het totaalconcept van energiemanagement te presenteren. Dat betekent kijken naar slim inkopen, slim besparen en duurzame energie inpassen.

Het aantal deelnemers is sterk tegengevallen ondanks de steun en werving van de overkoepelende organisaties. Een aparte mailing naar alle tuincentra in Nederland heeft ook geen baad mogen hebben. Het blijkt dat energie onvoldoende leeft om er ook daadwerkelijk mee aan de slag te gaan. De boodschap komt niet aan, terwijl getracht is de eigen inspanning tot een minimum te beperken.

De tuincentra zijn moeilijk als groep te bereiken, anders dan via de overkoepelende organisaties of artikelen in het vakblad. Er bestaat, voor zover bekend, daarbuiten geen overlegkader zoals in de tuinbouw wel vaker het geval is. Ook de overkoepelende organisaties moeten voorzichtig omgaan met hun leden en hebben niet alle middelen om hun leden te overtuigen. Het behoud van leden staat uiteraard bovenaan.

De tuincentrumbranche is nog niet zo ver dat zij druk voelt werkelijk aan energiebeheer te doen, anders dan kostenbesparing als het uit de hand loopt. Eigen initiatief om het energiebeheer te verbeteren en duurzame energieoplossingen te kiezen liggen dan ook niet voor de hand. Een voldoende laagdrempelige benadering van deze sector is nodig om voldoende ondernemers te bereiken. Dit zou wellicht bereikt kunnen worden door energiedoorlichtingen van het bedrijf, waarbij de ondernemer minimale tijd kwijt is.

1 Inleiding

Voor U ligt de eindrapportage van het project “Duurzaam Energiemanagement Tuincentra”. Dit project werd mogelijk gemaakt door ondersteuning van het programma DEN, dat wordt uitgevoerd door Novem met projectnummer 2020-02-14-25-004.

1.1 Uitgangssituatie

Tuincentra bedienen een kwaliteitsbewust publiek met aandacht voor de setting waarin producten worden aangeboden, de actualiteit van het aanbod en de professionaliteit van de presentatie en het personeel. De toepassing van duurzame energie past in dit profiel en kan bijdragen aan de waardering van de producten en diensten van de tuincentra door het publiek.

Er is op het moment van de start van dit project bij tuincentra weinig tot geen bekendheid met de mogelijkheden van duurzame energie. Daarnaast zijn de energiekosten bij een tuinentrumbedrijf niet de grootste kostenpost, waardoor er weinig aandacht is voor energie(besparing). Het project is gericht op het ontwikkelen van (duurzame) energiekennis, het overdragen van deze kennis naar de doelgroep van tuincentra en het geven van ondersteuning bij het opzetten van duurzaam energiemanagement.

In dit project is duurzaam energiemanagement gezien in de context van het totale energieverbruik, het verbruikspatroon, de mogelijkheden het verbruikspatroon te beïnvloeden, de gewenste voorzieningszekerheid en de energiekosten. Om dit op bedrijfs-/locatieniveau uit te voeren is inzicht nodig in het verloop van het energieverbruik en kennis van de mogelijkheden het energieverbruik te beïnvloeden, op te slaan en zelf (duurzaam) op te wekken in relatie tot kosten, subsidie, vergunningen, vraagpatroon en samenwerkingsmogelijkheden.

1.2 Doelstelling en doelgroep

De doelstelling van het project is:

Het bevorderen van een integrale zienswijze bij de doelgroep bij het overwegen en nemen van maatregelen op het gebied van de energievoorziening, waarbij de mogelijkheden voor duurzame energie in relatie met de energiekosten en –contracten en de mogelijkheden voor beïnvloeding van het energieverbruik worden besproken.

De doelgroepen van het project zijn:

Ondernemers van grotere tuincentra, energiedeskundigen bij centrale organisaties van tuincentra (holdings, franchise-organisaties) en adviseurs die zich richten op de tuincentra.

2 Werkwijze en resultaten

Het project is opgedeeld in de volgende fasen:

- Voorbereiding
- Ontwikkeling handboek/werkboek
- Ontwikkeling cursussen
- Uitvoering cursussen

Het project is opgebouwd rondom een werkboek met daaraan gekoppeld een workshop in twee delen. Met deze opzet heeft DLV ervaring opgedaan in de glastuinbouw bij het project “Energiemanagement in de glastuinbouw”, gefinancierd door het ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit en het Productschap Tuinbouw.

Het is van belang de ondernemers in de tuincentra te motiveren kennis van duurzame energie tot zich te nemen. Ondernemers in de tuincentra zijn commerciële ondernemers; zij beslissen voor een groot deel op basis van kosten en opbrengsten. De energiekosten zijn voor een tuincentrum niet een grote kostenpost. Op basis daarvan gaat er weinig aandacht naar uit. Duurzame energie is voor velen een beladen onderwerp dat geassocieerd wordt met kostenverhoging. Door duurzame energie te integreren in het totale plaatje van energiekosten wordt de aandacht van de ondernemer getrokken. Energiekosten zijn niet de hoogste kostenfactor, maar er kan evenzogoed wel op bespaard worden (zowel op energiegebruik als op energiekosten) en alle kosten die niet gemaakt worden leveren voordeel op.

Het uiteindelijke doel is de aandacht te vestigen op duurzame energie. Om dit te bereiken moeten dus energiebesparing en duurzame energie geplaatst worden in het kader van kostenbesparing en imago. Kostenbesparing is weer afhankelijk van de vrije energiemarkt, aangezien iedere ondernemer daarmee te maken krijgt. De vrije energiemarkt is dus het eerste aanknopingspunt om uiteindelijk te komen tot duurzame energie en energiebesparing.

2.1 Werkboek en workshop

Het werkboek is het uitgangspunt geweest. In het werkboek is allerlei informatie verzameld over alle aspecten van energie, van de vrije gas/elektriciteitsmarkt tot het toepassen van duurzame energie. Deze informatie is verzameld uit vele bronnen en ervaringen van specialisten. Veel informatie is gewonnen uit afgesloten of lopende projecten van LNV, PT en Novem met betrekking tot (duurzame) energie in de (glas)tuinbouw. Daarnaast is getracht zoveel mogelijk bij Novem beschikbare algemene kennis van duurzame energiebronnen te verwerken in het werkboek.

Altijd stond de praktische bruikbaarheid van het werkboek voorop. Niet alle technieken zijn dan ook tot op detail behandeld, maar het geeft altijd voldoende houvast om mee verder te kunnen indien dat wenselijk of mogelijk is. Het werkboek is in een ordner uitgegeven, waardoor de ondernemers eigen aantekeningen gemakkelijk kunnen invoegen en er eventueel aanpassingen en updates kunnen worden gemaakt die gemakkelijk zijn toe te voegen. Het werkboek is overzichtelijk gemaakt door middel van een hoofdstukindeling met tabbladen. De inhoudsopgave

van het werkboek is in de bijlage weergegeven. Het werkboek is los verkrijgbaar bij DLV bouw, milieu en techniek bv.

De workshop is gesplitst in twee delen. In het eerste deel is voornamelijk ingegaan op de energiekosten, het energieverbruik en de vrijheden in de energiemarkt. Dit deel is wat meer algemeen van aard, aangezien het onderwerpen betreft die ieder tuincentrum aangaan, ongeacht van welke overkoepelende organisatie dit tuincentrum lid is. Er is ook al vooruitgekeken naar de mogelijkheden van duurzame energie, maar op een wat algemeen niveau. In deze workshop is veel (algemene) kennis overgebracht. De verdieping van deze kennis is in het tweede deel van de workshop aan de orde gekomen.

Na het eerste deel hebben de deelnemers “huiswerk” mee gekregen, betreffende het verzamelen van de energiecijfers van hun tuincentrum. In het tweede deel is een voorbeeld tuincentrum uitgewerkt en is aan de hand van de eigen energiecijfers van de tuincentra verder ingespeeld op de specifieke mogelijkheden en omstandigheden. Dan kreeg het complete energieplaatje vorm, waarbij duidelijk aangegeven is hoe duurzame energie is toe te passen en specifiek welke toepassing de meeste kansen biedt. Er is dus duidelijk meer diepgang vereist en er is veel meer toegespitst op de individuele bedrijfscijfers en –filosofie. Het tweede cursusdeel is voor zover mogelijk per overkoepelende organisatie gehouden.

2.2 Werving deelnemers

Bij de start van het traject is afgesproken dat de werving van de deelnemers zou geschieden door de eigen overkoepelende organisaties. Deze organisaties hebben tijdens de voorbesprekingen en bij het opstellen van het projectvoorstel zelf een inschatting gemaakt hoeveel van hun tuincentra zouden willen deelnemen aan de cursus. In de voorbespreking is aangegeven hoeveel vestigingen er ongeveer aangesloten zijn bij de verschillende organisaties. Daarna is door de organisaties bepaald dat een scoringspercentage van ca. 60% haalbaar zou zijn. Op basis van deze gegevens is een intentieverklaring getekend waarna het project is ingediend.

Na goedkeuring van het project is gevraagd de intentieverklaring te bekrachtigen, maar daaraan heeft een tweetal organisaties geen gehoor gegeven. De reden hiervoor was dat zij het gevoel hadden dat zij als overkoepelende organisatie dit toch niet moesten voorschrijven/-stellen aan de leden.

Alle overkoepelende organisaties zijn voorzien van een brochure die zij voor hun wervingsdoeleinden konden gebruiken. Deze brochure is als bijlage toegevoegd. De werving van de deelnemers is echter niet soepel verlopen. Bijna geen van de organisaties kon de beloofde aantallen deelnemers motiveren.

In de onderstaande tabel zijn de aantallen vestigingen weergegeven van intentieverklaring tot uiteindelijke deelname aan de cursussen.

Organisatie	Vestiging	Intentie- verklaring	Toegezegd	Gerealiseerd	
				ws 1	ws 2
Organisatie 1	53	30	20	27	21
Organisatie 2	45	25	0	1	0
Organisatie 3	102	57	57	3	2
Organisatie 4	11	6	6	13	3
Organisatie 5	46	26	0	3	0
Organisatie 6	7	4	4	4	1
Organisatie 7	48	27	27	4	3
Organisatie 8				1	1
Onbekend/vrij	-	-	-	3	2
Totaal	312	175	114	59	33

Uit de tabel is op te maken dat Organisatie 1 de meeste deelnemers op cursus heeft gestuurd. Deze organisatie is ook het meest enthousiast en actief bezig met energiemanagement vanuit de organisatie. Organisatie 4 heeft veel deelnemers gestuurd, maar allen in de cursus in Stroe op 12 juni (zie §2.3). Organisatie 5 heeft aangegeven een aparte cursus te willen doen specifiek gericht op deze organisatie. Later is deze toezegging weer ingetrokken met de mededeling dat zij voor het gascontract aansluiting heeft gevonden bij een andere branche. Zij gaan daarmee geheel voorbij aan de invulling van duurzame energie.

De workshops zouden in februari 2003 gegeven worden. Door de moeizame deelnemersverzameling zijn de workshops echter steeds uitgesteld en daardoor is het tijdschema van de eerste workshops fors uitgelopen. Dat verzwaarde de werving, aangezien juist in februari de werkdruk in de tuincentra het laagste is en naar de zomer toe alleen maar toeneemt. Veel bedrijfsleiders willen dan niet meer voor een cursus van het bedrijf af.

2.3 Workshops

Er zijn drie 1^e workshops gehouden. Er zijn twee workshops gegeven in maart, de laatste workshop is in juni gegeven. Alle workshops zijn geëvalueerd, waarbij de eerste twee workshops een redelijk tot goed scoorden. De derde workshop scoorde echter onvoldoende.

Bij deze laatste workshop is ongelukkigerwijs ook een journalist aanwezig geweest, die van de gelegenheid gebruik heeft gemaakt om een zeer negatieve berichtgeving te verzorgen in een veel gelezen blad in de tuincentrumbranche. Nog voor het artikel is verschenen is er vanuit de projectleiding al een brief verstuurd naar de deelnemers. Bij het nabellen naar de meest kritische ondernemer bleek dat de brief veel duidelijk heeft gemaakt en dat er begrip is ontstaan voor de invulling en de gang van zaken. Dit neemt niet weg dat er natuurlijk een negatief gevoel achtergebleven is bij de deelnemers. Ook is de kans aanwezig dat door het artikel potentiële deelnemers hebben afgehaakt.

De verklaring waardoor de derde workshop is mislukt, kan gevonden worden in het feit dat de verwachting bij de deelnemers anders was dan de beoogde doelstelling met de workshop. De

deelnemers hadden de verwachting dat de workshop de vorm van een 'receptenboek' zou hebben en dat zij na afloop van de bijeenkomst direct 20% of meer energie zouden kunnen besparen. De beoogde opzet was anders, juist het bevatten van energiestromen op het bedrijf en daarop kunnen acteren stond voorop. Niet het recept werd uitgedeeld, maar de ingrediënten werden behandeld. Een aantal deelnemers vond dat onbevredigend en er ontstond een 'rebelse' sfeer waarin zelf met mobiele telefoons 'gespeeld' werd. Hierop viel de bodem voor het geven van een workshop weg.

Op basis van contact met de deelnemers uit de drie eerste workshops zijn twee tweede workshop gehouden.

2.4 Extra werving

Aangezien het beoogde aantal deelnemers op de voorgestelde manier niet gehaald bleek te zijn, is na overleg met de subsidieverstrekker een tweede poging gedaan om meer bedrijven voor de cursus te interesseren. Om dit voor elkaar te krijgen is een adressenbestand bij de kamer van koophandel aangekocht met alle bedrijven die een vermelding tuincentrum hebben. Deze adreslijst is ontdaan van dubbel en van bedrijven die reeds op de cursus zijn geweest. Daarna is een mailing verstuurd naar alle bedrijven die overbleven. Er zijn intotaal 698 brieven verstuurd. De aanbieding in deze mailing bestond uit het werkboek en een enkele workshop. Dit om ervoor te zorgen dat de benodigde tijd voor de deelnemer zou worden geminimaliseerd. Dit leidt tot kwantiteit over kwaliteit, maar het doel was om zo veel mogelijk tuincentra te benaderen en kennis te laten nemen van duurzame energie.

Na het versturen van de mailing is gestart met nabellen. In totaal zijn 80 van de 698 contacten (11%) nagebeld. Hierbij had geen van de gecontacteerde interesse in de cursus. Het resultaat was dus zodanig niet hoopgevend dat gestopt is met nabellen om hier verder geen tijd meer aan te besteden. Er zijn ook geen directe reacties naar aanleiding van de mailing binnengekomen.

3 Conclusie en aanbevelingen

Welke conclusies kunnen nu getrokken worden uit dit project? Als eerste is het zeer moeilijk de tuincentra als groep te benaderen. Dit kan het beste via de overkoepelende bedrijven. Zij hebben nauwe contacten met hun leden. Als contact wordt gezocht met individuele tuincentra dan zijn dat er zeer veel en zijn er zeer grote verschillen. Er zijn heel kleine, maar ook heel grote tuincentra; tuincentra met alleen wat koude teelt tot tuincentra met een complete dierenhoek. Hiervoor is geen gespecialiseerde contactlijst (bekend). Daarnaast ligt de interesse bij het tuincentrum meestal niet op energiegebied. Hierdoor is het moeilijk interesse op te wekken via mailings of artikelen. Als het al gelezen wordt, wordt er nog geen actie op ondernomen. De energiekosten worden niet gezien als een probleem of een kans, maar als een noodzakelijk kwaad.

Het is lastig de overkoepelende organisaties mee te krijgen en dan nog is succes niet verzekerd. Zij hebben als primaire taak inkoop voor hun leden. Zij kunnen wel voorstellen doen aan hun leden, maar geen zaken 'opleggen'. De relatie met de leden is gevoelig. Het is afhankelijk van de organisatie en het doel van de overkoepelende organisatie hoe goed de boodschap door kan komen. Bijvoorbeeld organisatie 1 is zeer specifiek ook bezig met overkoepelende energiecontracten en blijkt de leden te kunnen aansporen om de cursus te volgen. Organisatie 3 heeft ook voor een gedeelte van de leden een overkoepelend energiecontract kunnen afsluiten maar is toch, ondanks veel inzet van de verantwoordelijke, er niet in geslaagd de leden in groten getale te motiveren de cursus te volgen. Als voorbeeld kan ook Organisatie 5 worden gegeven. Na het afsluiten van een energiecontract via een andere branche is de ondersteuning van de cursus geheel komen te vervallen. Dit terwijl in het voortraject toch duidelijk is aangegeven welke doelen dit project had. Deze doelen en de werkwijze werden door alle organisaties onderschreven.

Duurzame energie is belangrijk voor het imago van de onderneming. Dit gevoel leeft in ieder geval bij de overkoepelende organisatie, maar minder bij de afzonderlijke tuincentra. Duurzame energie moet ook zichtbaar zijn, consumenten moeten zich er gemakkelijk mee kunnen identificeren. Als eerste wordt dan ook altijd de windmolen genoemd. Het mag ook echter niet te veel kosten en het wordt ook al gauw gezien als te complex of te bedrijfsvreemd. De energievraag van de tuincentra is vaak te laag om echt grote investeringen te kunnen doen. De meeste kansen biedt het aanbieden van duurzame energie als compleet pakket of zelfs het compleet outsourcen van het energiebeheer.

Er is veel tijd en energie gestoken in het werven en motiveren van de deelnemers. Het is gebleken dat dit de bottleneck is geworden bij de uitvoering van het project. Ook de mislukte bijeenkomst kan voor een groot deel verklaard worden uit de werving. De wrijving kwam uiteindelijk niet over de gepresenteerde inhoud, maar door het verschil tussen gewekte verwachting en projectdoel.

De tuincentrumbranche is nog niet zo ver dat zij druk voelen werkelijk aan energiebeheer te doen, anders dan kostenbeheersing als het uit de hand loopt. Vergelijking van bedrijfsgegevens zoals in de glastuinbouw is niet aan de orde. Energiemanagement is geen hoofdtaak, zoals bij sommige utiliteitsbedrijven. Om de tuincentra te bewegen meer aan energiebeheer te doen, zal

heel individueel benadering moeten worden gezocht in de vorm van eenvoudige scan's die met minimale inzet van de ondernemer kunnen worden gedaan.

Bijlage: Inhoudsopgave werkboek

Het totale werkboek beslaat 80 bladzijden.

1. Inleiding
2. Gebruikswijzer
3. Energiemanagement
 - 3.1. Waarom energiemanagement
 - 3.2. De vrije energiemarkt
 - 3.3. De uitvoering
 - 3.4. Partners
4. Elektriciteit
 - 4.1. Afnamepatroon
 - 4.2. Bemetering
 - 4.3. Inkoop elektriciteit
5. Gas en warmte
 - 5.1. Afnamepatroon
 - 5.2. Bemetering
 - 5.3. Inkoop gas
6. Koude
7. Energiebesparing
 - 7.1. Analyse
 - 7.2. Opties aardgas
 - 7.3. Opties elektriciteit
8. Duurzame energie
 - 8.1. Inleiding
 - 8.2. Bio-energie
 - 8.3. Bio-olie
 - 8.4. Groene stroom
 - 8.5. Warmtepomp
 - 8.6. Zonne-energie
 - 8.7. Wind
9. Internetadressen
 - 9.1. Advies
 - 9.2. Regelgeving
 - 9.3. Energiebedrijven
 - 9.4. Duurzame energie
 - 9.5. Leveranciers
 - 9.6. Klimaat
10. Werkbladen
11. Woordenlijst

Bijlage: Brochure

- Kennis en vaardigheden voor energiemanagement afgestemd op tuincentra
- Twee actieve workshops onder deskundige begeleiding
- Na afloop beschikt u over alle materialen voor energiemanagement in een handige werkmap

200
Euro

- Bereid u optimaal voor op energiecontracten
- Bespaar tot 30% op energiekosten
- Haal voordeel met Duurzame Energie
- Start cursus eind februari 2003



Cursus Energiemanagement voor Tuincentra

Quint & Partners BV in samenwerking met DLV-BMT BV

Beheer van de energievoorziening vraagt veel aandacht van tuincentra in de komende jaren. Uw beleid op dit gebied is bepalend voor de toekomstige energiekosten, de voorzieningszekerheid en de duurzame uitstraling van het bedrijf.

Reden genoeg om daar meer vanaf te willen weten. Temeer omdat de kosten van deelname zeer beperkt zijn gehouden. Een investering van slechts € 200 (excl BTW) die u gegarandeerd terugverdient.

Aan de hand van praktische cases van tuincentra leert u:

- De voorbereiding van energiecontracten
- Onverwachte mogelijkheden te besparen op energie
- Winst met duurzame energie
- Peak-shaving met bio-olie
- Monitoren en managen van uw energieverbruik

DLV
Bouw, Milieu en Techniek

quint & partners
milieu en energiecommunicatie

Voor cursusopgaaf of meer informatie:

Quint & Partners
Ir. S.J. Koster
Postbus 122
7300 AC Apeldoorn
Tel: 055-5266899

Fax: (055) 578 56 83
E-mail: s.koster@q-p.nl

Hoe ziet de cursus er uit ?

De cursus Duurzaam Energiemanagement voor Tuincentra gaat eind februari van start met een workshop over de contractvorming en liberalisering van de energiemarkt. In het najaar gaan we in een tweede workshop in op de mogelijkheden op locatieniveau op het gebied van energiecontracten, energiebesparing en duurzame energie aan de hand van praktijkgegevens van tuincentra.

U ontvangt hiervoor een degelijke uitgevoerd werkboek, waarin ook achtergrondinformatie, de presentaties en modelvoorbeelden op basis van een inventarisatie van realistische tuincentra zijn opgenomen

Na afloop van de cursus beschikt u over de kennis, hulpmiddelen en een gefundeerd plan energiebeheer, toegespitst op uw bedrijf. Tijdens de cursus verzamelt u zelf aan de hand van instructies en hulpmiddelen de basisgegevens die nodig zijn voor beheersing van de energiekosten, betere energiecontracten en de toepassing van Duurzame Energie.

Deelnemers

De workshops zijn bedoeld voor degenen die verantwoordelijk zijn voor het energiemanagement op locatieniveau bij een tuincentrum.

De cursus wordt uitgevoerd door DLV-BMT en Quint & Partners, in reactie op vragen van de tuincentra. Bij de opzet van het project zijn alle grotere groepen van tuincentra betrokken.

Inmiddels nemen 117 bedrijven aan de cursus deel. Er is echter nog ruimte voor een aantal deelnemers.

Aanmelding is mogelijk voor tuincentra van de groepen Ranzijn Tuin & Dier, Vesatuin, Intratuin, Tuinspectrum, Groenblok, Europatuin en Garden Masters International.

U kunt zich tot 21 februari aanmelden met behulp van onderstaand aanmeldingsformulier. Als u meer informatie wilt kunt u bellen met Quint & Partners, ir. S.J. Koster, telefoon 055-5266899. Eind februari start de eerste workshop van de cursus. Meld u daarom snel aan.

Aanmeldingformulier

Ik schrijf me hierbij in als deelnemer voor de cursus Energiemanagement voor Tuincentra.

Stuurt u mij een factuur voor € 200 (excl 19% BTW).

Naam deelnemer :-----
Naam bedrijf :-----
Postadres :-----
Postcode en Plaats :-----
Telefoonnummer :-----
E-mail :-----

Ondertekening. -----
Plaats -----
Datum -----

Opsturen naar Q&P, ter attentie van S.J. Koster
Postbus 122, 7300 AC Apeldoorn, of per fax naar 055-5785683