

Wat doet de deur dicht?



Pakken energie. Dat is wat winkeliers verspillen met open winkeldeuren. Hoe kunnen we winkeliers helpen besparen terwijl ze toch klanten blijven aantrekken? Stadslab2050 vroeg het aan **Koen Van de Vel** en **Patrick Steurbaut** van **Eandis** en **Johan De Herdt** van **Stad Antwerpen**. Zij trekken samen het project '**Klant binnen, verlies buiten**'.

Een open winkeldeur staat gelijk aan een winkel die open is en zijn klanten verwelkomt. Tegelijkertijd leidt dit tot enorm veel energieverlies. Een gesloten winkeldeur daarentegen zou een drempel kunnen vormen en potentiële klanten kunnen afschrikken met een omzetsdaling tot gevolg. Maar is dat wel zo?

Een grondig onderzoek is nodig om na te gaan hoe we zowel winkelier als klant kunnen overtuigen de deur te sluiten. Dat kan zowel door het gebruik van nieuwe technologie als gedragssturing.

Wie is wie?

- Koen Van de Vel: marketeer bij Eandis, distributienetbeheerder van energie
- Patrick Steurbaut: projectleider energiediensten bij Eandis, hij coördineerde de inventarisatie van 75 winkels
- Johan De Herdt: projectleider bij Energie en Milieu van Stad Antwerpen

Gedrag moet veranderen

Johan De Herdt: “De meeste winst boek je wanneer zowel winkelier als klant zijn gedrag verandert.”

Waar staan we nu met het onderzoek?

Patrick: “De inventaris is gemaakt van 75 winkels. Hier hebben we zowel de technische kant als de belevenis bij de winkelier bekeken. We hebben alle elementen in kaart gebracht: over welk type winkels gaat het, welke winkels sluiten hun deuren, wie is eigenaar of huurder, wie heeft last van tocht en hoeveel bedraagt het ruw geschat energieverlies en het potentieel.” (Bekijk ook het artikel over ‘[Klant binnen, verlies buiten](#) [1].) ”

Wat is jullie uiteindelijke doel?

Johan: “We willen ervoor zorgen dat het gedrag verandert bij de consument zodat de winkelier rustig kan overschakelen op een gesloten deur. We merken dat enkel sensibiliseren vaak niet werkt. Daarom gaan we alles op een wetenschappelijke manier meten en dit bewezen gedrag gebruiken.”

Koen: “Onbewust gedrag is moeilijk te bevragen. Daarom organiseren we geen klassiek marktonderzoek, maar willen we werken met observaties van shoppers. Lopen klanten effectief een gesloten winkeldeur voorbij en waarom? We vullen dit wel aan met diepte-interviews met winkeliers.

Johan: “Op basis van het onderzoek willen we inspelen op een bepaalde zorg of nood. Wat is een bepaalde rem om een gesloten winkeldeur niet binnen te stappen en hoe kunnen we die wegnemen zodat hij de winkel met gesloten deur toch binnenstapt en zo zijn gedrag niet verandert? Dat sluit trouwens ook volledig aan op het onderzoek naar gedragseconomie.” ([Lees meer over gedragseconomie](#) [2].) ”

Koen: “We gaan op zoek naar nudges, duwtjes in de rug die mensen stimuleren om de deur toch te openen. De observatie start in de eindejaarsperiode, het uittesten van de nudges rond de krokusvakantie. Eens duidelijk is welke nudges succesvol zijn, zouden we het project op grote schaal willen uitrollen.”



Klanten aantrekken

Waar zit de moeilijkheid?

Patrick: “80% van de winkeliers zijn huurders. Bij grote ketens ligt de beslissing dan in het buitenland. Op de meeste hoofdkantoren primeert het commerciële aspect.” Weegt de energiewinst dan niet op tegen het potentiële omzetverlies?

Koen: “De corebusiness van winkeliers is verkopen en energie hoort er gewoon bij. Daarom gaan we vooral op zoek naar nudges die hen helpen om geen klanten te verliezen, zodat ze zonder zorgen energie kunnen besparen met gesloten deuren.”

Gebundelde krachten

Koen Van de Vel: “Door te overleggen weet je beter wat de andere bezighoudt, wat kan en niet kan. Winkeliers zijn zelf ook bezig met energiebesparing.” Wie werkt allemaal mee aan dit project?

Johan: “Dit is echt een gebundelde samenwerking tussen Stad Antwerpen, Eandis en Vlaams Energie Agentschap (VEA). Daarnaast werken we ook met een marktonderzoeksbureau en een extern bedrijf dat de technische inventarisatie doet. Tot slot is ook Unizo een erg belangrijke partner in dit verhaal. Via de ondernemersvereniging spreek je toch gemakkelijker winkeliers aan.”

Hoe helpt Stadslab2050 jullie hierbij?

Koen: “We willen de stad en de lokale besturen zoveel mogelijk helpen in hun streven naar minder uitstoot. Daarnaast willen we de inzichten uit dit soort projecten ook uitrollen verder in Vlaanderen. De aanpak van de stad is hier uniek. De kennis en knowhow die we hier delen. Dat kan bij een kleine gemeente gewoonweg niet. Het echte startschot is gegeven tijdens de ontmoetingsruimte

‘Energie voor het Antwerpse hart’. Daar hebben we ook winkeliers en retailketens ontmoet. Zij zijn zelf ook met energiebesparing bezig. Door te overleggen weet je beter wat de andere bezighoudt, wat kan en niet kan.”

Wat zou jullie nog kunnen helpen?

Koen: “Op basis van inzichten van het onderzoek willen we een drietal experimenten voorzien. We weten nog niet welke nudges zullen helpen, die ideeën halen we uit de eerste observatiefase. Misschien zijn er nog bijkomende partners met ideeën die ze willen laten uittesten. Niks is te gek. Naast technische knowhow, zijn we altijd nog op zoek naar winkeliers en leveranciers van oplossingen die mee experimenten willen opzetten.” Ben je geïnteresseerd om mee te werken aan het project ‘Klant binnen, verlies buiten’? Neem dan contact op via energiesdiensten@eandis.be [3].



[gedrag](#) [4]

[winkeldeuren](#) [5]

Bron URL: <https://stadslab2050.be/energie/klant-binnen-verlies-buiten/wat-doet-de-deur-dicht>

Links

[1] <https://stadslab2050.be/duurzame-energie/klant-binnen-verlies-buiten/klant-binnen-verlies-buiten>

[2] https://www.uantwerpen.be/images/uantwerpen/container19300/files/SAMPOL_november2015_Van%20Humbeeck%20ea.pdf

[3] <http://energiesdiensten@eandis.be>

[4] <https://stadslab2050.be/taxonomy/term/93>

[5] <https://stadslab2050.be/taxonomy/term/94>