



Marketing Consultancy bv

Evaluatie
instrumentarium
woningbouw
T.b.v. SenterNovem

31 maart 2010

“© 31 maart AgentschapNL

De in deze uitgave vermelde gegevens zijn strikt vertrouwelijk en alle hierop betrekking hebbende auteursrechten, databankrechten en overige (intellectuele) eigendomsrechten worden uitdrukkelijk voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van SenterNovem worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt.”



Voorwoord

Voor u ligt de rapportage van de evaluatie van het instrumentarium van SenterNovem voor de woningbouw, dat USP Marketing Consultancy voor SenterNovem heeft uitgevoerd. SenterNovem heet per 1 januari 2010 Agentschap NL, maar wordt in dit onderzoek nog met SenterNovem aangeduid. Middels dit onderzoek wil SenterNovem te treffen marketing en/of technisch inhoudelijke acties en maatregelen vaststellen die het gebruik van de verschillende ontwikkelde instrumenten rond mogelijk te treffen energiebesparende maatregelen in bestaande woningen door relevante intermediairs stimuleren.

Voor het onderzoek zijn in februari 2010 in totaal 504 telefonische enquêtes afgenomen onder installateurs (101 enquêtes), adviseurs (101), makelaars (100) en hypotheekverstrekkers (101) actief in de woningbouw en Verenigingen van Eigenaren (101).

USP is ervan overtuigd dat voorliggend rapport een gedegen evaluatie is van het instrumentarium en samen met de informatie over de houding jegens energiebesparing in het algemeen afdoende handvatten biedt voor SenterNovem om een werkbare en realistische strategie naar de toekomstige marketing doelstellingen te formuleren en bovenal concreet vorm te geven. USP wenst SenterNovem hier alle succes en genoegen bij.

Rotterdam, april 2010

Gerwin Sjollema B.Ec.

Maaïke Bajwa-de Visser B.E.S.

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Inhoudsopgave	5
Onderzoeksverantwoording	7
1 Inleiding.....	7
2 Aanleiding en doel	7
3 Onderzoeksverloop.....	8
4 Responsoverzicht en betrouwbaarheid.....	9
5 Kwaliteit databestanden.....	10
6 Achtergrondkenmerken.....	10
7 ESOMAR / ICC code	12
8 Rapportopbouw	12
Managementsamenvatting	13
1 Algemene kenmerken.....	23
1.1 Inleiding.....	23
1.2 Algemene kenmerken installateurs, adviseurs, makelaars en hypotheekverstrekkers	23
1.3 Algemene kenmerken Verenigingen van Eigenaren.....	25
1.4 Achtergrondkenmerken vanuit diepte interviews met VvE's	28
2 Betrokkenheid bij energiebesparing.....	31
2.1 Inleiding.....	31
2.2 Kennis van energiebesparing.....	31
2.3 Rol energiebesparing.....	35
2.4 Bevindingen diepte interviews VvE's – betrokkenheid energiebesparing.....	39
3 Informatie over energiebesparing	41
3.1 Inleiding.....	41
3.2 Informatievergaring rondom energiebesparing	41
3.3 Waardering informatieaanbod	45
3.4 Bevindingen diepte interviews VvE's – informatie over energiebesparing	47
4 Instrumentarium woningbouw	49
4.1 Inleiding.....	49
4.2 Bekendheid SenterNovem en Meer met Minder.....	50
4.3 Bekendheid en gebruik instrumenten	53
4.4 Waardering instrumenten.....	59
4.5 Bevindingen diepte interviews VvE's – instrumentarium woningbouw	64
Bijlage 1: Vragenlijst.....	67

Onderzoeksverantwoording

1 Inleiding

In de onderzoeksverantwoording wordt inzicht gegeven in de achtergronden van het onderzoek. Hierdoor kan de lezer zich een beeld vormen over de wijze waarop het onderzoek is opgezet en uitgevoerd. Allereerst wordt ingegaan op de aanleiding en de doelstellingen van het onderzoek (paragraaf 2), waarna in paragraaf 3 het onderzoeksverloop aan bod komt. Paragraaf 4 behandelt de respons en de betrouwbaarheid, gevolgd door een beschrijving van de kwaliteit van de databestanden (paragraaf 5). De achtergrondkenmerken van de intermediairs worden in paragraaf 6 weergegeven. De ESOMAR / ICC code, waar USP zich als onderzoeksbureau aan dient te houden wordt besproken in paragraaf 7, waarna dit hoofdstuk wordt afgesloten met de opbouw van het rapport (paragraaf 8).

2 Aanleiding en doel

SenterNovem (per 1 januari 2010 Agentschap NL geheten, maar in dit onderzoek nog met SenterNovem aangeduid) voert in opdracht van het ministerie van VROM / WWI het programma Kompas, energiebewust wonen en werken, uit. Dit koepelprogramma vormt een onderdeel van de verschillende activiteiten die de Nederlandse regering onderneemt om de doelstellingen van het Kyoto-verdrag te realiseren. De centrale doelstelling binnen KOMPAS is het realiseren van CO₂-reductie in de gebouwde omgeving.

Meer Met Minder is een gezamenlijk initiatief van overheid, energiebedrijven, woningcorporaties, bouwbedrijven en installatie bedrijven met als doel om gedurende de periode 2008 - 2011 500.000 bestaande woningen en bedrijfsgebouwen minimaal 30% zuiniger te maken. Het programma loopt tot 2020 met de ambitie om tenminste 2,4 miljoen bestaande woningen en bedrijfsgebouwen aan te pakken. Het programma is erop gericht woning- en gebouweigenaren zo eenvoudig mogelijk en zonder hogere maandlasten energie te laten besparen.

Binnen het onder Kompas vallende deelprogramma "Vraaggestuurde Ondersteuning Convenanten en Meer met Minder", heeft SenterNovem verschillende instrumenten ontwikkeld die een bijdrage leveren aan het stimuleren van het nemen van energiebesparende maatregelen in bestaande woningen. Deze instrumenten zijn, naast het reduceren van woonlasten door energiebesparing, ook gericht op het verbeteren van de kwaliteit en het wooncomfort dat met energiebesparende maatregelen kan worden behaald.

Concreet ontwikkelde instrumenten, met hun kenmerken zijn de volgende:

- **Energiebesparingsverkenner voor woningen (EBVW):** internet tool, zoomt in op bouwkundige en installatietechnische maatregelen, integrale beschouwing, basis is de EPBD methodiek, individuele

woningen als projecten die doorgerekend kunnen worden, voor corporaties, gemeenten en Verenigingen van Eigenaren.

- **Energiebespaarscan (EBS):** familielid EBVW met de volgende specifieke kenmerken: Meer met Minder huisstijl, eigen kostenkanten die bewaard kunnen worden.
- **Energiesubsidiewijzer:** internettool, maakt inzichtelijk waar welke subsidies gelden, primair gericht op particuliere woningeigenaren, woningcorporaties, huurders, verhuurders, gemeenten. In Meer met Minder huisstijl, compleet overzicht subsidies met links naar relevante achtergrond informatie.
- **Energiecheck van Vereniging Eigen Huis (=EBVW in Aankoopkeuring);** familie EBVW, wordt gebruikt door VEH bij aankoopkeuringen, maakt isolatiekwaliteit en mogelijk te nemen maatregelen inzichtelijk. Deze tool zal in dit onderzoek buiten beschouwing worden gelaten omdat dit voor een andere doelgroep is, dan de doelgroepen in dit onderzoek

SenterNovem wil nu een beeld krijgen wat voor houding relevante intermediairs (voor met name de koopwoningenmarkt) hebben aangaande energiebesparing en in welke mate het door SenterNovem ontwikkelde instrumentarium de doelgroepen helpt en stimuleert om met energiebesparing aan de slag te gaan. Aan de hand van dit inzicht kan worden bepaald op welke maatregelen (marketing om bewustheid dan wel bekendheid te creëren of technische optimalisatie (betere tools)) met name ingezet dient te worden om de belangrijke intermediairs meer stimulerend te laten opereren op het gebied van te nemen energiebesparende maatregelen.

De relevante intermediairs in dit kader zijn installateurs en adviseurs actief in de woningbouw, makelaars, hypotheekverstrekkers en Verenigingen van Eigenaren. Er dient te worden opgemerkt dat, hoewel over hypotheekverstrekkers wordt gesproken, het grootste deel van de ondervraagden logischerwijze uit hypotheekbemiddelaars bestaat (die als tussenpersoon tussen kredietverstrekker en consument fungeren), aangezien slechts een kleine groep kredietverstrekkers rechtstreeks met de consument onderhandelt.

3 Onderzoeksverloop

In dit deel wordt het tijdsplan aangegeven waarbinnen het onderzoek is uitgevoerd. Allereerst heeft 15 december 2009 een kick-off meeting tussen USP en SenterNovem plaatsgevonden. Hierna zijn 7 verschillende diepte interviews met voorzitters VvE en beheerders uitgevoerd om een stuk diepgang in de rol van de voorzitter VvE te krijgen bij het nemen van energiebesparende maatregelen en om de verschillende tools aan hen voor te kunnen leggen. Na afstemming van de vragenlijst met SenterNovem is deze begin februari geprogrammeerd. In week 6 tot en met week 8 is het telefonische veldwerk verricht. Hierna zijn de resultaten in week 9 tot en met week 13 geanalyseerd (in SPSS en Excel) en gerapporteerd in voorliggend rapport. Ook bevat het rapport de bevindingen naar aanleiding van de diepte interviews.

Tijdspad	December 2009	Januari 2010	Februari 2010	Maart 2010
Startbijeenkomst (week 51)				
Diepte interviews (week 53-12)				
Opstellen vragenlijst (week 4)				
Programmeren vragenlijst (week 5)				
Veldwerk (week 6-8)				
Analyse + rapportage (week 9-13)				

Overzicht 1. Overzicht onderzoeksfases en activiteiten.

4 Responsoverzicht en betrouwbaarheid

Onderstaand overzicht geeft de respons weer per respondentgroep. De bruto steekproef omvat alle telefoonnummers in het sample die benaderd zijn. Wanneer hiervan de respondenten die niet bereikbaar waren, geen gehoor gaven, geen Nederlands spraken, of niet aan de criteria voldeden, vanaf worden getrokken ontstaat de netto steekproef. Het verschil tussen de netto steekproef en de geslaagde enquêtes is het aantal respondenten dat weigerde deel te nemen.

Zoals uit het overzicht blijkt is een gemiddeld responspercentage van 69% behaald, wat hoger is dan bij veel andere onderzoeken die USP Marketing Consultancy uitvoert. Er is wel een groot verschil tussen de bruto en netto steekproef. Dit wordt veroorzaakt door respondenten die aangeven niet in de doelgroep te vallen omdat zij niet actief zijn in woningbouw. Verder bevatte het bestand van Verenigingen van Eigenaren veel foutieve telefoonnummers, wat veroorzaakt wordt door het feit dat bij deze doelgroep particulieren benaderd worden van wie het telefoonnummer snel verouderd raakt (sneller dan bij bedrijven het geval is).

	Totaal	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypotheek-verstrekkers	VvE
Bruto steekproef	2.443	493	745	313	361	531
Netto steekproef	726	165	169	123	138	131
Totaal geslaagd	504	101	101	100	101	101
Respons %	69%	61%	60%	81%	73%	77%

Overzicht 2. Responseoverzicht.

In dit onderzoek liggen de marges op 90%-betrouwbaarheidsniveau. 90%-betrouwbaarheidsniveau houdt in dat wanneer het onderzoek 100 keer herhaald wordt, 90 keer dezelfde resultaten behaald worden. Dit zegt dus niets over de nauwkeurigheid op zich, alleen over de mate van betrouwbaarheid.

Naast de betrouwbaarheid moet er ook rekening gehouden worden met een steekproeffout. De fout geeft aan hoever een gevonden onderzoeksresultaat af kan wijken van de 'realiteit'. De steekproeffout wordt gedefinieerd als de fout die ontstaat doordat niet heel de populatie, maar slechts een deel van de populatie (namelijk de steekproef) wordt onderzocht. De steekproeffout in dit onderzoek bedraagt 6,5% en 8% voor de

VvE's. De steekproeffout is voor de VvE's iets hoger omdat de populatie vele malen groter is (circa 18.500) dan de populatie van de andere doelgroepen (installateurs 6.074, adviseurs 500, makelaars 7.000 en hypotheekverstrekkers 3.500).

5 Kwaliteit databestanden

Voor het onderzoek is voor hypotheekverstrekkers en VvE gebruik gemaakt van bestanden die door de Kamer van Koophandel zijn aangeleverd.

Daarnaast is voor de installateurs, adviseurs en makelaars gebruik gemaakt van de eigen database van USP. Deze bestaat uit bouwbedrijven en aanverwante partijen (zoals makelaars, gemeenten, woningbouwcorporaties, etc.), waaronder leden van het BouwPanel (het eigen panel van USP Marketing Consultancy met daarin onder meer installateurs en adviseurs die hebben aangegeven regelmatig aan onderzoek te willen deelnemen) en overige bedrijven uit de database van USP. Deze bestanden zijn initieel bij de Kamer van Koophandel aangekocht, maar zijn reeds voor andere onderzoeken gebruikt.

6 Achtergrondkenmerken

In dit deel van de onderzoeksverantwoording wordt inzicht gegeven in de achtergrondkenmerken van de intermediairs. Allereerst toont overzicht 3 de meest bevraagde functionarissen, waaruit blijkt dat verreweg het vaakst met een directeur / eigenaar gesproken is, wat in feite logisch is gezien de bedrijfsgrootte. Bij hypotheekverstrekkers is slechts in 44% van de gevallen met een directeur gesproken en in 42% van de gevallen met een hypotheekadviseur.

Functionaris	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypotheekverstrekkers
Directeur/eigenaar	78%	85%	75%	44%
Adviseur	2%	3%	2%	42%
Makelaar	-	-	20%	1%
Project Manager	4%	3%	1%	-
Installateur	5%	1%	-	-
Bedrijfsleider	4%	-	-	-

Overzicht 3. Functionaris.

Overzicht 4 toont het aantal FTE van de onderzochte doelgroepen. De uitkomsten van het onderzoek zijn getoetst aan de werkelijke verdeling in Nederland (op basis van gegevens van de Kamer van Koophandel). Hieruit bleek dat er een discrepantie is tussen de onderzochte doelgroep en de totale populatie. Zo zijn er bij installateurs, adviseurs en makelaars te weinig ZZP-ers bevraagd en juist teveel bedrijven met 2 tot 4 FTE. Voor hypotheekverstrekkers geldt het omgekeerde. Omdat de onderzoeksresultaten representatief moeten zijn voor de gehele populatie, dienen deze afwijkingen gecorrigeerd te worden. Dit gebeurt middels een

weegfactor, waarbij de resultaten van de ondervertegenwoordigde respondenten (bijvoorbeeld ZZP-ers) 'zwaarder' meetellen dan de antwoorden van de oververtegenwoordigde respondentgroepen.

Aantal FTE	Installateurs			Adviseurs			Makelaars			Hypotheek-verstrekkers		
	Ongewogen	Werkelijke verdeling	Gewogen	Ongewogen	Werkelijke verdeling	Gewogen	Ongewogen	Werkelijke verdeling	Gewogen	Ongewogen	Werkelijke verdeling	Gewogen
<i>Gemiddeld</i>	7,1	-	4,7	6,0	-	4,1	3,3	-	2,9	5,3	-	4,5
ZZP-er	32%	50%	46%	24%	63%	43%	16%	51%	28%	6%	0%	2%
2-4 FTE	13%	22%	20%	26%	21%	27%	59%	36%	52%	46%	72%	65%
5-9 FTE	13%	11%	11%	17%	7%	12%	15%	10%	14%	31%	20%	23%
10-19 FTE	10%	8%	8%	11%	4%	8%	4%	2%	3%	9%	4%	5%
20-49 FTE	16%	5%	9%	13%	3%	6%	2%	1%	1%	4%	2%	4%
50-99 FTE	5%	2%	2%	5%	1%	3%	1%	0%	1%	1%	0%	1%
meer dan 99 FTE	10%	1%	4%	4%	1%	2%	2%	0%	1%	3%	1%	1%

Overzicht 4. Aantal FTE.

De gewogen resultaten komen niet geheel overeen met de werkelijke verdeling, omdat de resultaten ook op regionale spreiding zijn teruggewogen naar de werkelijke verdeling (zie overzicht 5). Omdat naar twee achtergrondkenmerken gewogen wordt (FTE en regio) kan voor beide kenmerken de werkelijke verdeling nooit exact benaderd worden, wat overigens ook niet noodzakelijk is.

Tot slot toont overzicht 5 de verdeling naar regio. Hieruit blijkt dat de verdeling naar regio min of meer overeenkomt met de werkelijke verdeling. Alleen bij de Verenigingen van Eigenaren zijn redelijk grote afwijkingen waarneembaar, hoewel de verhoudingen wel kloppen. Toch is besloten om ook voor wat betreft de regionale spreiding de resultaten terug te wegen naar de werkelijke verdeling. De gewogen percentages laten zien in hoeverre de werkelijke verdeling benaderd is.

Regio	Installateurs			Adviseurs			Makelaars			Hypotheek-verstrekkers			VvE		
	Ongewogen	Werkelijke verdeling	Gewogen	Ongewogen	Werkelijke verdeling	Gewogen	Ongewogen	Werkelijke verdeling	Gewogen	Ongewogen	Werkelijke verdeling	Gewogen	Ongewogen	Werkelijke verdeling	Gewogen
Noord-Oost	36%	26%	28%	30%	23%	26%	36%	33%	30%	36%	30%	31%	11%	21%	21%
West	45%	49%	47%	43%	43%	48%	45%	48%	47%	44%	47%	49%	82%	62%	61%
Zuid	20%	26%	25%	28%	34%	26%	19%	18%	23%	21%	22%	21%	7%	17%	18%

Overzicht 5. Regio.

7 ESOMAR / ICC code

USP Marketing Consultancy houdt zich bij het uitvoeren van een marktonderzoek aan de internationale code voor marktonderzoek, die is opgesteld door de Europese Vereniging voor Marktonderzoek ESOMAR in samenwerking met de Internationale Kamer van Koophandel (ICC) en aan de gedragscode inzake de bescherming van de privacy. De internationale code voor het marktonderzoek regelt de ethische en zakelijke basisprincipes van de uitvoering van markt- en opinieonderzoek zoals:

- de rechten van de respondent
- de waarborg van de anonimiteit van de respondent
- de beroepsmatige verantwoordelijkheid van de onderzoeker
- de wederzijdse rechten en verantwoordelijkheden van onderzoekers en opdrachtgevers

De ESOMAR/ICC-code verbiedt elke vorm van verkoop. Marktonderzoek verzamelt meningen van personen. De gegevens worden anoniem verwerkt. Opdrachtgevers krijgen alleen de beschikking over de gegevens van alle ondervraagde personen tezamen.

8 Rapportopbouw

Allereerst worden in hoofdstuk 1 de algemene kenmerken van de intermediairs op doelgroep niveau in kaart gebracht. Voorts behandelt hoofdstuk 2 de betrokkenheid van de doelgroepen bij energiebesparing, welke tot uiting komt in de mate waarin men op de hoogte is van energiebesparing en de mate waarin energiebesparing een rol speelt in de bedrijfsvoering van de doelgroepen. Daarna gaat hoofdstuk 3 in op de informatievergaring rondom energiebesparing en de waardering van het informatieaanbod. Tot slot gaat hoofdstuk 4 in op de bekendheid, toepassing en waardering van het instrumentarium van SenterNovem voor de woningbouw. Elk hoofdstuk wordt afgesloten met een paragraaf welke de bevindingen uit de diepte interviews met VvE's beschrijft.

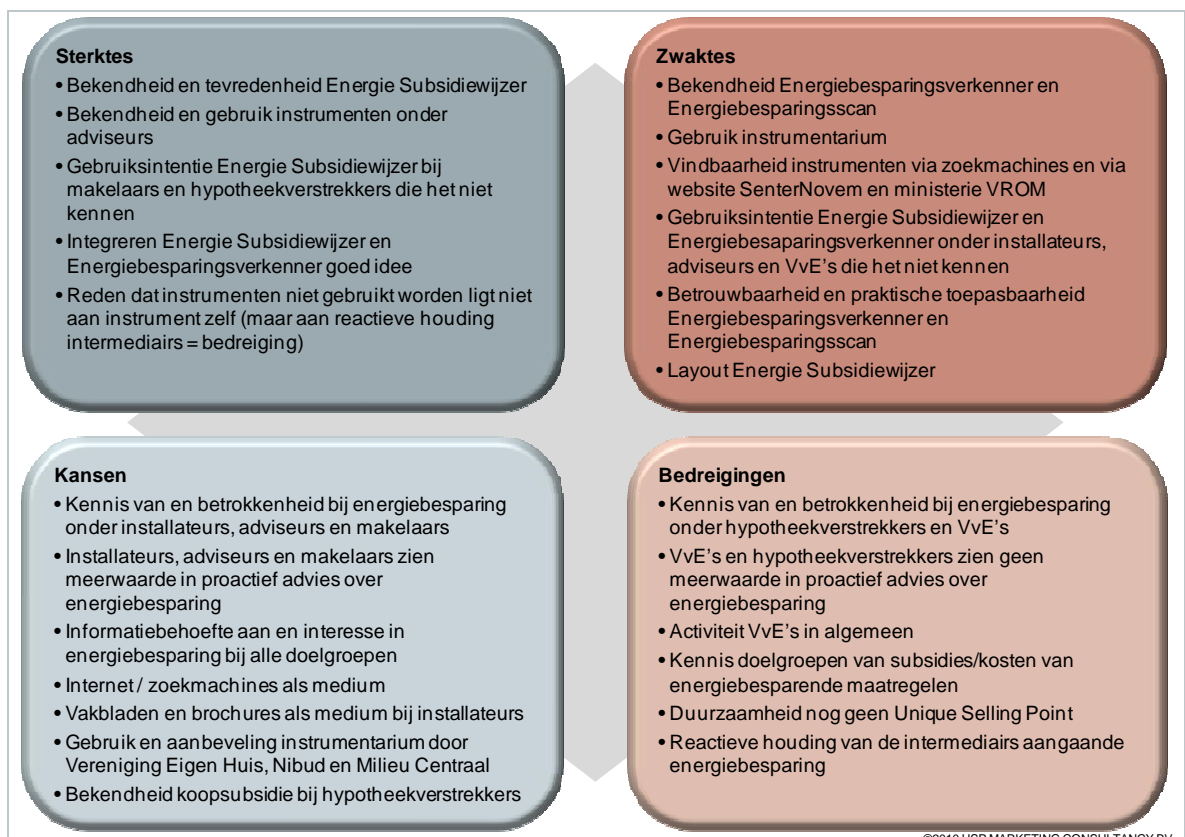
Aan het begin van het rapport geeft de management samenvatting de conclusie weer, waarin de belangrijkste onderzoeksbevindingen geresumeerd worden en een concrete aanbeveling wordt gedaan op basis waarvan SenterNovem haar toekomstige marketing inspanningen kan baseren.

In het gehele rapport (met uitzondering van een deel van hoofdstuk 4) zullen de resultaten uitgesplitst worden naar doelgroep. De uitkomsten met betrekking tot het gebruik van de instrumenten (hoofdstuk 4) worden op totaalniveau weergegeven, omdat – gezien het geringe aandeel intermediairs dat de instrumenten gebruikt – te weinig waarnemingen per doelgroep zijn verkregen om hier betrouwbare uitspraken over te kunnen doen.

Managementsamenvatting

Energiebesparing is een thema waar in de hedendaagse samenleving almaar meer aandacht aan wordt besteed. Onder invloed van klimaatverandering raakt de wereld steeds meer doordrongen van de noodzaak om de CO₂-uitstoot te reduceren door zuinig en verstandig met energie om te gaan. Ook de Nederlandse overheid ontplooit diverse activiteiten om de doelstellingen van het Kyoto-verdrag te realiseren, waarvan het programma KOMPAS, energiebewust wonen en werken, er één is. In dit kader heeft SenterNovem verschillende instrumenten ontwikkeld die een bijdrage leveren aan het stimuleren van het nemen van energiebesparende maatregelen in bestaande woningen. Deze instrumenten, waaronder de in dit onderzoek meegenomen Energiesubsidiewijzer, Energiebesparingsverkenner en Energiebespaarscan, zijn enige tijd in gebruik en SenterNovem wil nu graag te treffen marketing en/of technisch inhoudelijke acties en maatregelen vaststellen die het gebruik van de instrumenten door relevante intermediairs verder en versneld stimuleren. Dit is dan ook de centrale onderzoeksvraag van dit rapport.

Om deze vraag te kunnen beantwoorden is een SWOT-analyse gemaakt op basis van de belangrijkste onderzoeksbevindingen. De sterktes en zwaktes worden gevormd door omstandigheden waar SenterNovem zelf invloed op heeft (de bekendheid, het gebruik en de waardering van de instrumenten). De kansen en bedreigingen worden gevormd door omstandigheden bij de doelgroepen, waar SenterNovem in beginsel zelf geen invloed op heeft (de betrokkenheid bij energiebesparing en de informatievergaring omtrent energiebesparing. Figuur MS1 toont de SWOT analyse van dit onderzoek.



MS 1. SWOT-analyse.

Op de volgende pagina's wordt de SWOT analyse uit figuur MS1 uitgebreid toegelicht om daarna in de conclusie te komen tot het beantwoorden van de centrale onderzoeksvraag, namelijk welke marketing en/of technisch inhoudelijke acties en maatregelen nodig zijn om het gebruik van de instrumenten door relevante intermediairs verder en versneld stimuleren. Hierna wordt nog een beknopt overzicht gegeven van de belangrijkste onderzoeksresultaten per doelgroep.

Kansen

- Installateurs, adviseurs en makelaars zijn goed op de hoogte van mogelijkheden, voordelen en kosten van energiebesparende maatregelen. Zij zien het ook als hun verantwoordelijkheid om op de hoogte te zijn. Vooral installateurs en adviseurs, maar ook de meerderheid van de makelaars vinden dat zij klanten een duidelijke meerwaarde kunnen bieden door proactief te adviseren over energiebesparing. De helft van de makelaars vindt daarnaast dat een energiezuinige woning makkelijker kan worden verkocht. Deze intermediairs zouden dan ook zeer open moeten staan voor de instrumenten van SenterNovem. Dit blijkt ook wanneer de instrumenten worden toegelicht bij degenen die ze niet kennen en wordt gevraagd of men deze denkt te gaan gebruiken in de toekomst.
- De overgrote meerderheid van de intermediairs oriënteert zich op energiebesparing. Makelaars, hypotheekverstrekkers en VvE's doen dit vooral via internet zoekmachines. Adviseurs en installateurs lezen daarentegen voornamelijk vakbladen (ondanks dat internet bij hen ook een belangrijke rol speelt). Daarnaast is voor makelaars (NVM), installateurs en adviseurs (Uneto-VNI) de brancheorganisatie een belangrijke informatiebron en voor de installateur tevens de leverancier.
- Internet zoekmachines zijn erg belangrijk bij de informatievergaring omtrent energiebesparing. De intermediairs die de instrumenten kennen, zijn hier vooral via internet zoekmachines mee bekend geraakt (hoewel de vindbaarheid van de instrumenten via zoekmachines een zwakte is, wat de lage bekendheid deels verklaart). Echter onder de groep intermediairs die via zoekmachines zoeken, wordt het huidige informatieaanbod slechter beoordeeld. Hier ligt een duidelijke kans voor SenterNovem om middels actieve zoekmachine marketing en duidelijk vindbare links op relevante sites de beschikbare instrumenten beter vindbaar te maken.
- In tegenstelling tot de andere doelgroepen zijn bij de installateur het vakblad (vooral Installatie Journaal) en de leverancier belangrijk bij het inwinnen van informatie over energiebesparing. Ook kennen zij de instrumenten vaker van collega's dan onder de andere doelgroepen het geval is. Verder zou één op de vijf installateurs door SenterNovem geïnformeerd willen worden over energiebesparing middels brochures (die zij wellicht ook van leveranciers krijgen).
- De meerderheid van de intermediairs verwacht een toenemende aandacht voor energiebesparing onder klanten/leden. Zelf zijn de intermediairs vanwege de toenemende maatschappelijke aandacht voor energiebesparing ook gemotiveerd om maatregelen te nemen. De meerderheid van de intermediairs zou zich graag door SenterNovem laten informeren over energiebesparing, liefst via een gerichte digitale mailing. Ook is er behoefte aan informatie over de Energiesubsidiewijzer en de Energiebesparingsverkenner onder intermediairs die deze instrumenten niet kennen.
- De intermediairs vinden het belangrijk dat partijen als Vereniging Eigen Huis, Nibud of Milieu Centraal met de instrumenten werken en deze richting hun achterban aanbieden. Zelf zouden zij ook eerder geneigd zijn de instrumenten te gebruiken als deze partijen er ook mee werken. Het is dus zeker nuttig om gebruik van de instrumenten door deze partijen te communiceren in marketinguitingen.

- De meerderheid van de intermediairs is niet voldoende op de hoogte van relevante subsidies en wetgeving om klanten/leden te adviseren. Veel makelaars geven aan informatie in het huidige aanbod te missen over subsidies en kosten. Hier kan de Energiesubsidiewijzer, geïntegreerd met de Energiebesparingsverkenner, als overzichtelijk totaalbeeld goed op inspelen.
- Uit de bedreigingen blijkt dat de groep hypotheekverstrekkers de moeilijkste intermediair is om de instrumenten onder de aandacht te brengen. Onder deze groep blijkt de koopsubsidie wel een veel toegepast instrument te zijn. SenterNovem kan hierop inspelen door op de website van de koopsubsidie een link te plaatsen naar de instrumenten, met toelichting waarom het juist wel van toegevoegde waarde is deze instrumenten bij de klant aan te bieden.

Bedreigingen

- Hypotheekverstrekkers en VvE's (als voorzitter niet werkzaam is in energie/milieu) zijn niet goed op de hoogte van mogelijkheden, voordelen en kosten van energiebesparende maatregelen. Zij zien het ook niet als hun verantwoordelijkheid om op de hoogte te zijn. Hypotheekverstrekkers leggen de verantwoordelijkheid bij de makelaar, VvE's bij de bewoners. De minderheid van de hypotheekadviseurs en VvE's denkt klanten/leden duidelijk meerwaarde te kunnen bieden door proactief te adviseren over energiebesparing. Slechts een derde van de hypotheekadviseurs denkt dat een energiezuinige woning makkelijker kan worden verkocht. Hier ligt een taak voor SenterNovem om hypotheekverstrekkers het belang te laten inzien van advies over energiebesparing richting klanten. Grote partijen, zoals Triodos en Rabobank, nemen hier een voortrekkersrol in, waar de kleine adviseurs zich nog aan moeten optrekken. Zoals bij de kansen valt te lezen, zijn kleine hypotheekadviseurs goed te bereiken via de koopsubsidie.
- Bij de meeste VvE's is geen budget gereserveerd voor energiebesparing en ook bij onderhoudswerkzaamheden houdt men geen rekening met energiebesparing. Enige uitzondering hierop zijn VvE's die een voorzitter hebben die zelf in zijn werkgebied met energie/milieu te maken heeft. Deze VvE's zijn juist erg betrokken bij energiebesparing, houden rekening met energiebesparing bij onderhoudswerkzaamheden, hebben budget gereserveerd voor energiebesparing en zijn goed op de hoogte van mogelijkheden, voordelen en kosten. Het engagement van de voorzitter is vaak doorslaggevend of de VvE veel aan energiebesparing doet.
- Een aanzienlijk deel van de intermediairs (hoewel geen absolute meerderheid) vindt dat energiebesparende maatregelen voor klanten/leden weinig interessant vanwege de lange terugverdientijd op de investeringen. Dit kan enerzijds een drempel voor het gebruik van de instrumenten met zich meebrengen, maar kan ook kansen bieden indien de instrumenten inzichtelijk maken dat ook maatregelen met korte terugverdientijd mogelijk zijn. Hier zou bij communicatie van de voordelen van de instrumenten dan ook zeker aandacht aan besteed moeten worden.
- Duurzaamheid is (nog) geen aspect waarop veel intermediairs zich direct positief van de concurrentie onderscheiden. Van alle doelgroepen is dit voor adviseurs nog het meest van toepassing. Wel vinden veel intermediairs dat zij hun klanten/leden een duidelijke meerwaarde kunnen bieden door proactief te adviseren over energiebesparing (bij installateurs, adviseurs en makelaars de meerderheid). Ook verwacht men dat de aandacht voor energiebesparing onder klanten zal toenemen. Duurzaamheid zal dus in de toekomst wel in belang toenemen als middel om zich positief van de concurrentie te onderscheiden. Op dit moment geven de intermediairs echter aan de instrumenten niet te gebruiken

omdat ze geen vraag vanuit de klant te zien (en zich dus blijkbaar ook niet actief geroepen voelen om de instrumenten onder de aandacht te brengen). Hier ligt een taak voor SenterNovem om de reactieve houding van de intermediairs om te zetten in proactief advies. Men geeft tenslotte zelf aan dat de aandacht voor energiebesparing toeneemt en dat proactief een duidelijke meerwaarde kan bieden. Duidelijke argumenten waarmee intermediairs proactief advies kunnen onderbouwen, zijn dan ook nodig om een actief gebruik te stimuleren.

Sterktes

- De Energiesubsidiewijzer is het bekendste en meest gebruikte instrument voor de woningbouw. Ruim de helft van de installateurs en adviseurs kent het. Voor makelaars is dit bijna de helft en voor VvE's 39%. Alleen onder hypotheekverstrekkers loopt de bekendheid achter. Gebruikers zijn over het algemeen tevreden met de Energiesubsidiewijzer. Alleen aan de layout zou nog wat verbeterd kunnen worden.
- Voor alle drie de voorgelegde instrumenten geldt dat de bekendheid en het gebruik het hoogst is onder adviseurs. Zij zijn dan ook beroepsmatig veel met energiebesparing en innovatie bezig.
- Een groot deel van de makelaars en hypotheekverstrekkers, die de Energiesubsidiewijzer niet kennen, acht de kans wel groot het instrument in de toekomst te gaan gebruiken nadat uitgelegd is wat het instrument inhoudt. Er is dus een positieve attitude omtrent de instrumenten.
- Het integreren van de Energiesubsidiewijzer en de Energiebesparingsverkenner is volgens de meerderheid van de intermediairs, die beide instrumenten kennen, een goed idee. Gezien het feit dat de Energiesubsidiewijzer het meest bekend is én het feit dat men de meeste behoefte heeft aan informatie over subsidies/kosten kan de Energiebesparingsverkenner hier qua bekendheid goed op meeliften. Bovendien geven de intermediairs aan behoefte te hebben aan één duidelijke locatie (op internet) waar alle informatie overzichtelijk te vinden is.
- Verreweg de meest genoemde reden waarom men de instrumenten nog niet gebruikt heeft, is omdat er geen vraag is vanuit klanten/leden. Op zich is deze reactieve houding van de intermediairs een bedreiging, maar het betekent ook dat het niet aan de instrumenten zelf ligt (op technisch-inhoudelijk gebied) dat men ze niet gebruikt. SenterNovem kan zich dus op dit moment het beste vooral op de marketing rond de instrumenten richten dan op inhoudelijke verbetering van de instrumenten.

Zwaktes

- De bekendheid van de Energiebesparingsverkenner en de Energiebespaarscan loopt achter op die van de Energiesubsidiewijzer.
- Het gebruik van alle drie de instrumenten is (nog) niet erg groot. Dit geldt het sterkst voor de Energiebesparingsverkenner en de Energiebespaarscan. Dit komt veelal doordat er geen vraag vanuit klanten/leden is omdat de problematiek niet speelt (hoewel de problematiek natuurlijk wel latent aanwezig is, gezien de toenemende maatschappelijke aandacht voor energiebesparing).
- Anderzijds komt het geringe gebruik doordat de instrumenten niet doeltreffend worden gecommuniceerd (via internet) en zolang er geen grote bekendheid is, zal ook het gebruik niet significant toenemen. Het blijkt namelijk dat intermediairs vooral naar informatie zoeken via internet zoekmachines en de website van SenterNovem en die van het ministerie van VROM. Op deze sites is echter geen duidelijke verwijzing naar de instrumenten te vinden en ook bij zoekmachines komen de

instrumenten niet prominent naar voren. Hier ligt een taak voor SenterNovem om de instrumenten beter vindbaar te maken via internet.

- Intermediairs, die de Energiebesparingsverkenner niet kennen, achten de kans niet groot het in de toekomst wel te gaan gebruiken. Dit geldt onder installateurs, adviseurs en VvE's ook voor de Energiesubsidiewijzer (makelaars en hypotheekverstrekkers achten de kans wel groot het in de toekomst te gaan gebruiken). Desalniettemin hebben de doelgroepen wel interesse in informatie over de instrumenten (vooral de Energiesubsidiewijzer).
- Gebruikers van de Energiebesparingsverkenner en de Energiebespaarscan zijn het minst tevreden met de betrouwbaarheid en de praktische toepasbaarheid ervan. Ze hebben hun twijfels bij de eerlijkheid van de informatie en vinden het te theoretisch. Op dit punt zou SenterNovem de instrumenten inhoudelijk aan kunnen passen. De vraag is echter of dit noodzakelijk is en of het probleem niet vooral zit in de kennis hoe de informatie te gebruiken (als eerste stap om globaal inzicht te hebben welke energiebesparende maatregelen interessant zijn). Bij de Energiesubsidiewijzer speelt dit probleem minder. Hier loopt alleen de tevredenheid met de lay-out achter.

Conclusie

Uit het onderzoek is gebleken dat gebruik van de instrumenten door relevante intermediairs op dit moment het meest doeltreffend is te stimuleren door nadruk te leggen op de verbetering van de marketing rondom de instrumenten. Daarnaast zijn ook enkele technisch inhoudelijke acties van belang om de intermediairs te stimuleren tot gebruik van de instrumenten.

De belangrijkste marketinggeoriënteerde acties zijn:

- Verbeteren van de vindbaarheid van de instrumenten via zoekmachines en websites (VROM, SenterNovem en koopsubsidie (voor hypotheekverstrekkers))
- Gebruik en aanbeveling van de instrumenten door belangenorganisaties (Vereniging Eigen Huis, Nibud, Milieu Centraal) benadrukken
- Reactieve houding intermediairs ombuigen in proactieve houding door duidelijk te maken hoe de klant wel degelijk baat heeft bij advies over energiebesparing door de intermediairs (benadruk bij hypotheekverstrekkers de voortrekkersrol van bijvoorbeeld Triodos en Rabobank). Dit kan SenterNovem doen op de website van de instrumenten zelf, maar ook middels een digitale mailing, publicaties in relevante vakbladen of via branche- en belangenorganisaties.
- Bij de voorzitter VvE is het de vraag in hoeverre deze rechtstreeks te benaderen, dan wel via beheerderorganisaties of de bewoners rechtstreeks. Om hier acties doorgevoerd te krijgen, zal een integrale aanpak van alle drie de partijen noodzakelijk zijn. Het makkelijkst is om hier gebruik te maken van de organisaties VvE Belang (waarmee beheerders en voorzitters VvE bereikt worden) als ook vereniging Eigen Huis (waar alle partijen worden bereikt, ook bewoners).

De belangrijkste technisch inhoudelijke acties zijn:

- Integreeren van de Energiesubsidiewijzer en Energiebesparingsverkenner tot één instrument
- Layout van de instrumenten onder de loep nemen
- Benadrukken dat SenterNovem onafhankelijk advies biedt (in tegenstelling tot energieleveranciers) en aandacht besteden aan de gepercipieerde betrouwbaarheid van de informatie

- Duidelijkheid van de informatie onder de loep nemen, aangezien deze ook voor 'leken' op energiegebied te begrijpen moet zijn

Belangrijkste bevindingen per doelgroep

Hieronder wordt per doelgroep een beknopte samenvatting gegeven van de belangrijkste onderzoeksresultaten. Daarnaast wordt beschreven hoe SenterNovem de vastgestelde marketinggeoriënteerde acties en/of technisch inhoudelijke acties binnen deze doelgroep het beste gestalte kan geven.

Installateurs

- Een ruime meerderheid van de installateurs (71%) zegt goed op de hoogte te zijn om klanten te adviseren op het gebied van energiebesparende maatregelen voor de woning. Ook over de bouwkundige maatregelen geeft een kleine meerderheid (52%) aan voldoende kennis te hebben om te kunnen adviseren. Het overgrote deel van de installateurs (85%) ziet het dan ook als hun verantwoordelijkheid om op de hoogte te zijn van de voordelen en mogelijkheden op het gebied van energiebesparing. Opvallend laag is wel de kennis over relevante subsidies (18%).
- De meeste installateurs (71%) vinden dat zij hun klanten een duidelijke meerwaarde kunnen bieden door proactief te adviseren over energiebesparing. Volgens 75% kan een energiezuinige woning dan ook makkelijker worden verkocht. Veel installateurs geven aan zich van de concurrentie te onderscheiden door kwaliteit. Advies over energiebesparing kan de kwaliteit van de dienstverlening verbeteren en zo een rol spelen in de bedrijfsvoering.
- Ruim de helft van de installateurs (55%) is tevreden met het huidige informatieaanbod omtrent energiebesparing en mist geen informatie (57%). De meest genoemde oriëntatiebron is het vakblad (56%, vooral Installatie Journaal). Slechts 27% zoekt via internet zoekmachines naar informatie over energiebesparing, wat beduidend minder is dan de andere doelgroepen. Ook speelt informatievergaring via leveranciers (37%) en branche organisaties (35%) een belangrijke rol. Ruim tweederde van de installateurs wil door SenterNovem geïnformeerd worden over energiebesparing (voornamelijk via digitale mailing (45%), maar ook via brochures (20%)). Indien men informatie mist, is dit vooral over relevante subsidies. Dit is niet verwonderlijk, aangezien slechts 35% aangeeft goed op de hoogte te zijn van subsidies op energiebesparende maatregelen.
- Ruim de helft van de installateurs kent de Energie Subsidiewijzer (53%) en 8% heeft het weleens gebruikt. De Energiebesparingsverkenner (26%) en de Energiebespaarscan (25%) zijn beduidend minder bekend. Anders dan de andere intermediairs, kennen installateurs de instrumenten vooral van collega's of een advertentie in een vakblad. Onder installateurs, die de Energie Subsidiewijzer en/of de Energiebesparingsverkenner niet kennen, bevinden zich niet veel potentiële gebruikers. Wel zou de meerderheid de instrumenten eerder gebruiken als ze tot één instrument geïntegreerd zouden worden (65%). Verder vinden veel installateurs het belangrijk dat branche- en belangenorganisaties de instrumenten gebruiken en richting hun achterban aanbieden (82%). Zelf zou een meerderheid (59%) ook eerder geneigd zijn om de instrumenten te gebruiken als de branche- en belangenorganisaties dit ook zouden doen.
- Gezien de rol die installateurs zichzelf zien innemen in het advies naar klanten omtrent energiebesparing, zijn er kansen om het gebruik van de instrumenten te vergroten. Een gezamenlijke

aanpak met Uneto-VNI heeft hierbij de voorkeur. De insteek zal vooral moeten liggen hoe de installateur haar adviesrol kan versterken door het aan de klant snel inzichtelijk maken van het totale pakket aan te nemen maatregelen, inclusief mogelijke subsidies.

Adviseurs

- Van alle doelgroepen geven de meeste adviseurs aan goed op hoogte te zijn wat zij klanten kunnen adviseren op het gebied van energiebesparing (79%). Voor de bouwkundige maatregelen is 62% goed op de hoogte. In lijn hiermee zien bijna alle adviseurs het als hun verantwoordelijkheid om op de hoogte te zijn van energiebesparende maatregelen (88%).
- Veel adviseurs (70%) vinden dat zij hun klanten een duidelijke meerwaarde kunnen bieden door proactief te adviseren over energiebesparing, waarbij bovendien 65% aangeeft dat een energiezuinige woning makkelijker kan worden verkocht. Adviseurs onderscheiden zich op dit moment vooral positief door specialistische kennis en dienstverlening, waar kennis van energiebesparing deel van uit kan maken. Één op de tien adviseurs noemt duurzaamheid al spontaan als unieke selling point.
- Adviseurs zijn wel kritisch over het informatieaanbod. Minder dan de helft is tevreden met het huidige informatieaanbod over energiebesparing en ruim één op de vier mist informatie. Het valt op dat slechts 5% informatie over subsidies mist, terwijl slechts 39% aangeeft over voldoende kennis over subsidies te beschikken. Net als installateurs, is ook bij adviseurs het vakblad de meest genoemde informatiebron (54%), maar wel op de voet gevolgd door internet zoekmachines (48%). Onder adviseurs komt echter niet één vakblad duidelijk naar voren.
- Ruim de helft van de adviseurs kent de Energie Subsidiewijzer (54%) en 23% heeft het weleens gebruikt, wat beduidend hoger is dan bij de andere intermediairs. Anders dan bij de andere doelgroepen, zijn ook de Energiebespaarscan (50%) en de Energiebesparingsverkenner (36%) bij een groot deel van de adviseurs bekend, vooral van internet zoekmachines en specifieke websites. De bekendheid van de instrumenten zou echter nog veel hoger kunnen liggen als de instrumenten goed vindbaar zouden zijn via internet zoekmachines en de website van VROM en SenterNovem. Net als onder installateurs, bevinden zich ook onder adviseurs, die de Energie Subsidiewijzer en/of de Energiebesparingsverkenner niet kennen, niet veel potentiële gebruikers. Er zijn namelijk meer adviseurs, die de kans op toekomstig gebruik van de instrumenten klein achten, dan adviseurs die dit wel aannemelijk vinden. Ook zou slechts 47% de instrumenten eerder gebruiken als ze geïntegreerd zouden worden tot één instrument, wat lager is dan bij de andere intermediairs. Ook vinden adviseurs het minder belangrijk dan de andere doelgroepen dat branche- en belangenorganisaties met de instrumenten werken en deze richting hun achterban aanbieden.
- De adviseurs zijn wel het meest actief op het gebied van advisering op energiebesparing, maar maken daarbij vooral gebruik van hun eigen kennis en instrumenten. Om hen te overtuigen de instrumenten van SenterNovem te stimuleren onder hun klanten, zal goed de afbakening tussen deze instrumenten en de diepgaande informatie die zij zelf leveren gecommuniceerd moeten worden. De instrumenten kunnen drempelverlagend werken voor klanten om een adviseur een concreet advies te laten geven.

Makelaars

- Een ruime meerderheid van de makelaars (70%) zegt goed op de hoogte te zijn wat zij klanten kunnen adviseren aangaande energiebesparing voor hun woning. Driekwart voelt zich tevens verantwoordelijk om hiervan op de hoogte te zijn. Opvallend is dat van alle intermediairs de makelaars het meest aangeven voldoende kennis over subsidies te hebben (41%).
- Een lichte meerderheid (56%) denkt klanten een duidelijke meerwaarde te kunnen bieden door proactief te adviseren over energiebesparing. De meeste makelaars geven aan zich positief van de concurrentie te onderscheiden door persoonlijk contact en service. Hierbij kan advies over energiebesparing een mooie rol spelen, al denkt slechts 47% dat een energiezuinige woning makkelijker wordt verkocht.
- Makelaars zijn vrij kritisch over het bestaande informatieaanbod; slechts 38% is er tevreden over en 49% mist informatie, vooral over relevante subsidies (32%) en kosten (29%). Dit is opvallend, aangezien 41% goed op de hoogte zegt te zijn van subsidies en 53% van de kosten om klanten te adviseren. Blijkbaar heeft men dus behoefte aan meer informatie. Onder makelaars zijn internet zoekmachines verreweg de meest genoemde oriëntatiebron (58%), wat mede de oorzaak is van hun kritische houding ten aanzien van het informatieaanbod. Het blijkt namelijk dat vooral intermediairs, die via internet zoekmachines naar informatie over energiebesparing zoeken, ontevreden zijn met het huidige informatie aanbod.
- Bijna de helft van de makelaars kent de Energie Subsidiewijzer (46%) en 11% heeft het weleens gebruikt. De Energiebesparingsverkenner (22%) en de Energiebespaarscan (28%) zijn beduidend minder bekend. De bekendheid van de instrumenten zou hoger kunnen liggen als de instrumenten makkelijker vindbaar zouden zijn via zoekmachines, wat nu niet het geval is. In tegenstelling tot installateurs en adviseurs, zij er bij makelaars, die de Energie Subsidiewijzer niet kennen, wel veel potentiële gebruikers van het instrument (52% acht de kans op toekomstig gebruik groot). Voor de Energiebesparingsverkenner acht slechts 31% van de makelaars de kans op gebruik groot. Daarom zou het een goed idee zijn de instrumenten te integreren, zodat de Energiebesparingsverkenner zich kan optrekken aan de Energiesubsidiewijzer. Van de makelaars zou 70% zo'n geïntegreerd instrument namelijk eerder gaan gebruiken. Verder vinden bijna alle makelaars het belangrijk dat branche- en belangenorganisaties de instrumenten gebruiken en richting hun achterban aanbieden (87%).
- Door het vergroten van de vindbaarheid en de bekendheid van de instrumenten kan het gebruik onder makelaars snel toenemen. Zeker als tevens de commerciële meerwaarde van de verkoop van een energiezuinige woning duidelijk kan worden toegelicht. Een integratie van de instrumenten en een samenwerking met branche organisaties als NVM zijn hierbij essentieel.

Hypotheekverstrekkers

- Slechts 27% van de hypotheekverstrekkers zegt goed op de hoogte te zijn van wat zij klanten kunnen adviseren over energiebesparing voor hun woning. Dit is beduidend lager dan bij installateurs, adviseurs en makelaars, wat ook niet verwonderlijk is aangezien 59% van de hypotheekverstrekkers het niet hun verantwoordelijkheid vindt om op de hoogte te zijn van energiebesparing. Zij leggen deze verantwoordelijkheid veelal bij de makelaar. Ook van relevante subsidies is slechts 30% op de hoogte.
- Bijna de helft van de hypotheekverstrekkers (42%) denkt klanten een duidelijke meerwaarde te kunnen bieden door proactief te adviseren over energiebesparing, wat lager is dan onder installateurs, adviseurs en makelaars. Hypotheekverstrekkers geven vooral aan zich van de concurrentie te

onderscheiden door kwaliteit en persoonlijk contact. Advies over energiebesparing kan de kwaliteit van de dienstverlening wel degelijk verbeteren en zo een rol spelen in de bedrijfsvoering.

- Hypotheekverstrekkers zijn het meest kritisch over het huidige informatieaanbod omtrent energiebesparing, aangezien slechts 16% het aanbod goed vindt en bijna de helft informatie mist (48%). Welke informatie men concreet mist, komt niet eenduidig naar voren. Wel blijkt dat bijna twee derde zich middels internet zoekmachines op energiebesparing oriënteert (64%), wat deels de ontevredenheid verklaart. Het blijkt namelijk dat vooral intermediairs, die via internet zoekmachines naar informatie over energiebesparing zoeken, ontevreden zijn met het huidige informatie aanbod.
- Onder hypotheekverstrekkers zijn de instrumenten het minst bekend van alle intermediairs (Energie Subsidiewijzer 25%, Energiebesparingsverkenner 14% en Energiebespaarscan 12%). SenterNovem is met name bekend vanuit subsidievragen (86%, waarschijnlijk koopsubsidie). SenterNovem zou de bekendheid van de instrumenten kunnen vergroten door een link te plaatsen op de website van de koopsubsidie. Verder geeft bijna de helft van de hypotheekverstrekkers, die de Energie Subsidiewijzer nog niet kennen, aan dat zij de kans op toekomstig gebruik wel groot achten (48%). Voor de Energiebesparingsverkenner ligt dit percentage een stuk lager (29%). De meerderheid van de hypotheekverstrekkers zou de instrumenten eerder gebruiken als ze tot één instrument geïntegreerd zouden worden (64%). Verder vinden bijna alle hypotheekverstrekkers het belangrijk dat branche- en belangenorganisaties de instrumenten gebruiken en richting hun achterban aanbieden (91%). Zelf zou het overgrote deel van de hypotheekverstrekkers eerder geneigd zijn om de instrumenten te gebruiken als de branche- en belangenorganisaties dit ook zouden doen (73%).
- Bij de hypotheekverstrekkers zal eerst hun rol op het gebied van advies in energiebesparing verscherpt moeten worden. Hier kunnen voortrekkers als Triodos en Rabobank een rol bij spelen. Daarnaast zal de bekendheid en vindbaarheid van de instrumenten vergroot moeten worden met opnieuw een duidelijke uitleg hoe hypotheekverstrekkers dit voor hun klanten kunnen gebruiken. Door het lage kennis niveau kan bij een verandering in de attitude de rol van de huidige instrumenten een zeer belangrijk rol spelen.

Verenigingen van Eigenaren

- Net als hypotheekverstrekkers, zijn ook voorzitters van een VvE beduidend minder goed op de hoogte van mogelijkheden, voordelen en kosten van energiebesparing. Iets meer dan de helft houdt zichzelf verantwoordelijk om op de hoogte te zijn van voordelen en mogelijkheden op het gebied van energiebesparing, wat beduidend minder is dan bij installateurs, adviseurs en makelaars. Voorzitters die zichzelf niet verantwoordelijk vinden (42%), leggen de verantwoordelijkheid veelal bij de bewoner, maar ook de beheerder wordt als verantwoordelijke gezien. Het blijkt dat voorzitters die zelf vanuit hun werkgebied betrokken zijn bij energie en milieu, veel beter op de hoogte zijn van energiebesparing en zich hier ook veel meer verantwoordelijk voor voelen. Ook zijn zij binnen hun eigen VvE veel meer met energiebesparing bezig en reserveren ze er budget voor. Deze voorzitters vervullen dus een voortrekkersrol op het gebied van energiebesparing. Andere voorzitters zijn namelijk nauwelijks met energiebesparing bezig en zijn sowieso niet erg actief. Ze laten veel aan de eigen verantwoordelijkheid van de bewoners c.q. leden over.
- Ongeveer de helft van de voorzitters VvE vindt dat zij leden een duidelijke meerwaarde kunnen bieden door proactief te adviseren over energiebesparing (48%) en 37% beweert dit ook echt te doen.

- Net als de meeste andere doelgroepen, oriënteren ook de meeste VvE's zich via internet zoekmachines op energiebesparing (48%). Gemiddeld 43% vindt het huidige informatieaanbod goed en 37% mist informatie. Men mist vooral duidelijke informatie en informatie over relevante subsidies. In lijn hiermee geeft slechts 31% van de VvE's aan goed op de hoogte te zijn van relevante subsidies voor energiebesparing in de eigen woning.
- Bijna één op de vier voorzitters kent de Energie Subsidiewijzer (39%) en 10% heeft het weleens gebruikt. De Energiebesparingsverkenner (13%) en de Energiebespaarscan (19%) zijn beduidend minder bekend. Net als adviseurs, makelaars en hypotheekverstrekkers kennen de VvE's de instrumenten vooral van internet zoekmachines. De bekendheid van de instrumenten zou hierdoor onder deze doelgroep nog veel hoger kunnen liggen als de instrumenten goed vindbaar zouden zijn via internet zoekmachines, wat nu niet het geval is. Net als bij installateurs en adviseurs, zij er bij VvE's, die de Energie Subsidiewijzer niet kennen, niet veel potentiële gebruikers van het instrument (25% acht de kans op toekomstig gebruik groot). Voor de Energiebesparingsverkenner is dit ook 25%. Van de VvE's zou 60% een geïntegreerde versie van de Energie Subsidiewijzer en de Energiebesparingsverkenner eerder gaan gebruiken. Verder vinden alle VvE's het belangrijk dat belangenorganisaties (als Vereniging Eigen Huis en VvE Belang) de instrumenten gebruiken en richting hun achterban aanbieden en 60% zou zelf ook eerder geneigd zijn de instrumenten te gaan gebruiken als belangenorganisaties de instrumenten gebruiken.
- Voorzitters van een VvE zijn een moeilijk te benaderen doelgroep. De kennis als ook de verantwoordelijkheid met betrekking tot energiebesparing is beperkt. Toch kunnen de instrumenten een belangrijke rol spelen in het inzichtelijk maken van de voordelen en terugverdientijden. Zowel vanuit goede zoekmachine marketing als ook middels communicatie via organisaties als VvE Belang (waarbij zowel de bestuursleden van een VvE als ook de VvE beheerders kunnen worden benaderd) en Vereniging Eigen Huis (waarbij de voorzitters en de bewoners worden benaderd) kunnen de relevante partijen geattendeerd worden op de mogelijkheden tot het nemen van maatregelen en de rol die de instrumenten hierbij kunnen hebben. De instrumenten hebben als voordeel dat een voorzitter/beheerder snel bij de eerste informatievergaring een overzicht kan maken om bewoners tot vervolgstappen te mobiliseren. Voor het gemak en snelle overzicht verdient een geïntegreerd instrument de voorkeur. Echter voor de VvE's zal dit niet toereikend zijn en zal daarnaast concrete informatie gedeeld moeten worden binnen VvE's zodat energiebesparende maatregelen goed verkocht kunnen worden binnen de vereniging.

1 Algemene kenmerken

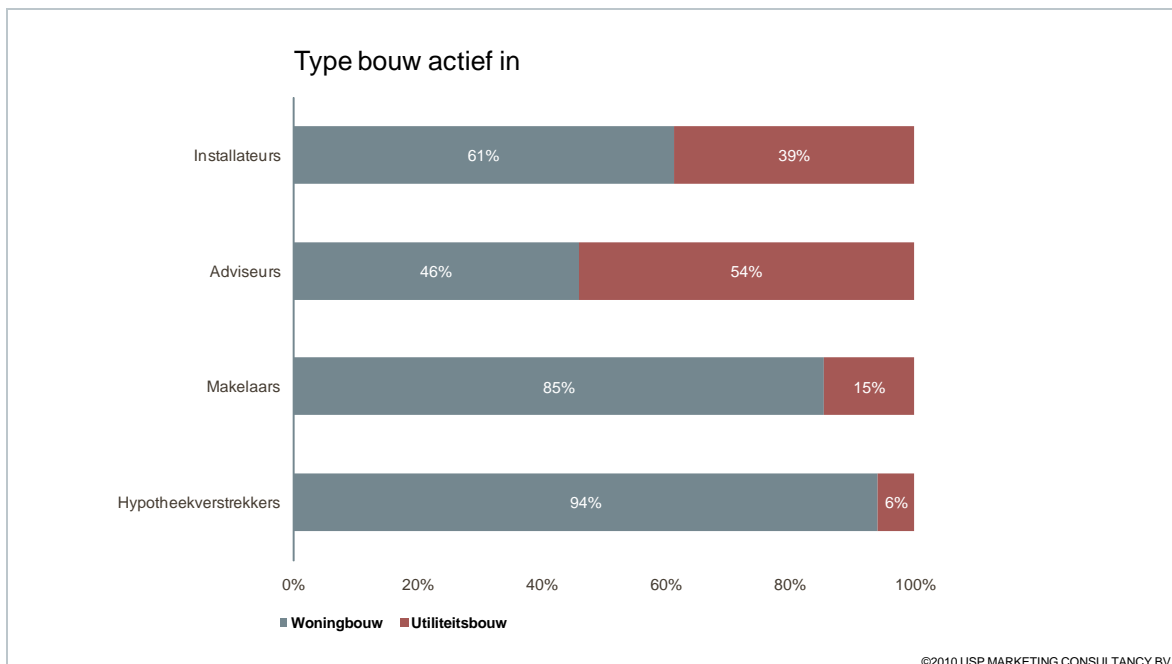
1.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt inzicht verkregen in de algemene kenmerken van de ondervraagde respondentgroepen. Allereerst gaat paragraaf 1.2 in op de specifieke achtergrondkenmerken van de installateurs, adviseurs, makelaars en hypotheekverstrekkers. Daarna geeft paragraaf 1.3 de specifieke achtergrondkenmerken van de Verenigingen van Eigenaren weer. De achtergrondkenmerken dienen enerzijds om een beeld te vormen van de onderzochte doelgroepen en anderzijds om kruisverbanden te leggen met andere onderzoeksresultaten (zijn de instrumenten bijvoorbeeld bekender onder installateurs die vooral in de elektrosector actief zijn dan onder werktuigbouwkundige installateurs?). Tot slot beschrijft paragraaf 1.4 de uitkomsten van de diepte interviews met Verenigingen van Eigenaren.

1.2 Algemene kenmerken installateurs, adviseurs, makelaars en hypotheekverstrekkers

In deze paragraaf komen enkele achtergrondkenmerken specifiek voor de installateurs, adviseurs, makelaars en hypotheekverstrekkers aan bod. In dit kader laat figuur 1 zien of men met name actief is in woningbouw of utiliteitsbouw. Voor makelaars en hypotheekverstrekkers was de vraagstelling wel iets anders ("Hoeveel procent van uw omzet zit in woningen en hoeveel in bedrijfspanden?") dan voor installateurs en adviseurs ("In wat voor soort werken bent u met name actief? Zou u een schatting willen maken van de aandelen in woningbouw en utiliteitsbouw"). Hierbij dient te worden opgemerkt dat de figuur alleen de uitkomsten toont van de bedrijven die actief zijn in de woningbouw. Indien dit niet het geval bleek te zijn, viel men buiten de doelgroep van het onderzoek en is de enquête afgebroken. Dit was het geval bij 15 installateurs, 20 adviseurs en 3 makelaars.

Uit de figuur blijkt dat makelaars en hypotheekverstrekkers vrijwel hun gehele omzet uit woningen halen (85% en 94%). Ook installateurs zijn vooral actief in woningbouw (61%). Adviseurs daarentegen zijn met name actief in de utiliteitsbouw (54%). Dit is logisch, aangezien een adviseur vooral bij complexe werken in de arm wordt genomen en dus niet in het geval van seriematig bouwen (woningbouw).



Figuur 1. Type bouw actief in.

Aan makelaars is gevraagd hoeveel woningen zij in 2008 verkocht hebben en aan hypotheekverstrekkers hoeveel hypotheeken zij in 2008 verstrekt hebben. Hierbij wordt alleen de eigen vestiging van de respondent in ogenschouw genomen. Tabel 1 toont hiervan de uitkomsten, waaruit naar voren komt dat makelaars gemiddeld 40 huizen verkocht hebben en hypotheekverstrekkers 74 hypotheeken hebben verstrekt.

Aantal woningen verkocht/hypotheeken verstrekt	Makelaars	Hypotheekverstrekkers
Gemiddeld	40,4	74,3
Minder dan 11	15%	9%
11-25	14%	14%
26-50	21%	17%
51-100	16%	24%
Meer dan 100	8%	24%
Weet niet/geen mening	26%	12%

Tabel 1. Aantal woningen verkocht/hypotheeken verstrekt.

Vervolgens laat tabel 2 zien wat de verdeling is van het type werken waar de installateurs actief in zijn. Installateurs zijn met name actief in onderhoud en renovatie (64% van de werken) van kleinere werken (72%). Bij adviseurs is de verdeling tussen nieuwbouw en renovatie/onderhoud fifty-fifty en is men meer actief in kleinere werken (60%) dan in grootschalige projecten.

Type werken actief in	Installateurs	Adviseurs
Nieuwbouw	36%	50%
Onderhoud/renovatie	64%	50%
Grootschalige projecten	28%	40%
Kleinere werken	72%	60%

Tabel 2. Type werken actief in.

Tot slot geeft tabel 3 weer dat de meeste ondervraagde installateurs actief zijn in de elektrosector (53%). De meeste adviseurs zijn echter actief in de klimaatsector (40%) of beide sectoren (34%).

Sector actief in	Installateurs	Adviseurs
Klimaatsector	26%	40%
Elektrosector	53%	26%
Beide sectoren	21%	34%

Tabel 3. Sector actief in.

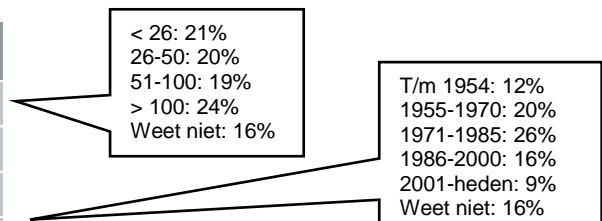
1.3 Algemene kenmerken Verenigingen van Eigenaren

Deze paragraaf behandelt de achtergrondkenmerken van de Verenigingen van Eigenaren. Deze achtergrondkenmerken kunnen worden ingedeeld in kenmerken van het gebouw, kenmerken van de vereniging en kenmerken van de voorzitter VvE.

Allereerst geeft tabel 4 de kenmerken van het gebouw weer. Hieruit blijkt dat het gebouw gemiddeld uit 73 woningen bestaat, welke per woning gemiddeld 105 vierkante meter woonoppervlak hebben. De totale gemiddelde oppervlakte komt uit op 6.157 vierkante meter (dit komt niet precies overeen met 73,4 maal 105,2 omdat het gemiddelde op respondentniveau is berekend in plaats van op totaalniveau). Een gemiddeld gebouw is 40 jaar oud. De meerderheid van de gebouwen dateert van voor 1986 (58%).

Kenmerken gebouw	VvE
Gemiddeld aantal woningen	73,4
Gemiddelde oppervlakte van het gebouw	6.157,0 m ²
Gemiddelde oppervlakte per woning	105,2 m ²
Gemiddeld bouwjaar	1970

Tabel 4. Type werken actief in -2.



Verder is de VvE's gevraagd wat in hun ogen de staat van het gebouw is op het gebied van energiezuinigheid. Tabel 5 geeft weer dat men het gebouw veelal enigszins energiezuinig vindt (37%), maar dat er nog het nodige valt te verbeteren. Logischerwijze worden relatief nieuwe gebouwen energiezuiniger gevonden dan oudere gebouwen.

Energiezuinigheid gebouw	Totaal	Nieuwe gebouwen (1986-heden)	Oude gebouwen (t/m 1985)
Zeer energiezuinig	12%	35%	4%
Enigszins energiezuinig	37%	39%	34%
Niet zuinig, maar ook niet onzuinig	22%	19%	27%
Enigszins onzuinig	14%	0%	24%
Zeer onzuinig	5%	0%	9%
Weet niet/geen mening	11%	8%	3%

Tabel 5. Energiezuinigheid gebouw.

Vervolgens geeft tabel 6 de kenmerken van de VvE weer. Hieruit blijkt het volgende:

- De VvE komt gemiddeld 2 keer per jaar bijeen. Van alle VvE's komt 39% slechts één keer per jaar samen en slechts 20% vaker dan twee keer. VvE's van oudere panden (voor 1986) zijn wat actiever (gemiddeld 2,1 keer) dan wanneer het een relatief nieuw gebouw betreft (1,8 keer). Ook VvE's van grote gebouwen (meer dan 50 woningen) zijn actiever (2,2 keer) dan die van kleine complexen (1,8 keer).
- Ruim een derde (34%) van de VvE's is gelieerd aan een woningbouwcorporatie. Er zijn grote verschillen waarneembaar tussen nieuwe (65%) en oude gebouwen (24%), maar ook tussen grote (21%) en kleine (41%) gebouwen. Vooral kleine, nieuwere complexen zijn dus aan een corporatie verbonden.
- Bijna één op de drie VvE's heeft de afgelopen drie jaar energiebesparende maatregelen genomen. Logischerwijze is dit bij veel meer oudere (41%) dan nieuwe gebouwen (8%) het geval, omdat nieuwere gebouwen energiezuiniger zijn (zie tabel 5). In lijn hiermee is bij meer VvE's van een ouder gebouw voor de komende jaren budget gereserveerd voor energiebesparende maatregelen (24%, tegenover 15% bij nieuwere gebouwen). Uit diepere analyse blijkt dat 32% van de VvE's, die de afgelopen 3 jaar energiebesparende maatregelen genomen heeft, budget gereserveerd heeft voor de komende jaren. Van de VvE's, die de laatste jaren geen maatregelen hebben genomen, heeft slechts 18% budget gereserveerd voor de komende jaren. Dit betekent dat de meeste VvE's, die van plan zijn maatregelen te treffen, hier in het verleden al mee begonnen zijn.

Kenmerken VvE	Totaal	Nieuwe gebouwen	Oude gebouwen
Gemiddeld aantal keer dat VvE per jaar samenkomt	2,0	1,8	2,1
Aandeel VvE's gelieerd aan WBC	34%	65%	24%
Aandeel VvE's met individueel bemeterde <u>gaskosten</u>	76%	77%	81%
Aandeel VvE's met individueel bemeterde <u>elektriciteitskosten</u>	78%	81%	83%
Aandeel VvE's dat energiebesparende maatregelen genomen heeft	31%	8%	41%
Aandeel VvE's met budget voor energiebesparende maatregelen	21%	15%	24%

Tabel 6. Kenmerken VvE.

Tabel 7 behandelt de kenmerken van de voorzitter van de VvE. Uit de tabel kan het volgende worden opgemaakt:

- Gemiddeld is men al 5,5 jaar voorzitter van de VvE. Voor gebouwen daterend van voor 1986 is dit gemiddelde wat hoger (6,4 jaar) dan voor nieuwere gebouwen (3,8 jaar).
- Het voorzitterschap vergt ruim 29 uur per maand. Het blijkt dat voorzitters van VvE's van grote wooncomplexen (meer dan 50 woningen) beduidend meer tijd in het voorzitterschap steken (35,4 uur) dan voorzitters van VvE's van kleine gebouwen (21,8 uur), wat in feite logisch is.
- De helft van de voorzitters is nog actief in een betaalde functie (49%). Van hen geeft 47% aan dat zij in hun werkgebied te maken hebben met energie of milieu (dus 23% van alle voorzitters). Dit kenmerk van de voorzitter blijkt van essentieel belang te zijn voor het al dan niet nemen van energiebesparende maatregelen binnen de VvE. Zo geeft 61% van de voorzitters, die in hun werkgebied te maken hebben met energie of milieu, aan dat de VvE de afgelopen 3 jaar energiebesparende maatregelen genomen heeft en 53% van hen heeft budget gereserveerd voor energiebesparing in de komende jaren. Voorzitters, die in hun werkgebied *niet* met energie of milieu te maken hebben, geven bijna allemaal aan dat zij de afgelopen drie jaar geen energiebesparende maatregelen hebben genomen (91%) en slechts 5% zegt budget gereserveerd te hebben voor energiebesparende maatregelen in de toekomst.
- Tot slot blijkt dat de meeste voorzitters hoog opgeleid zijn.

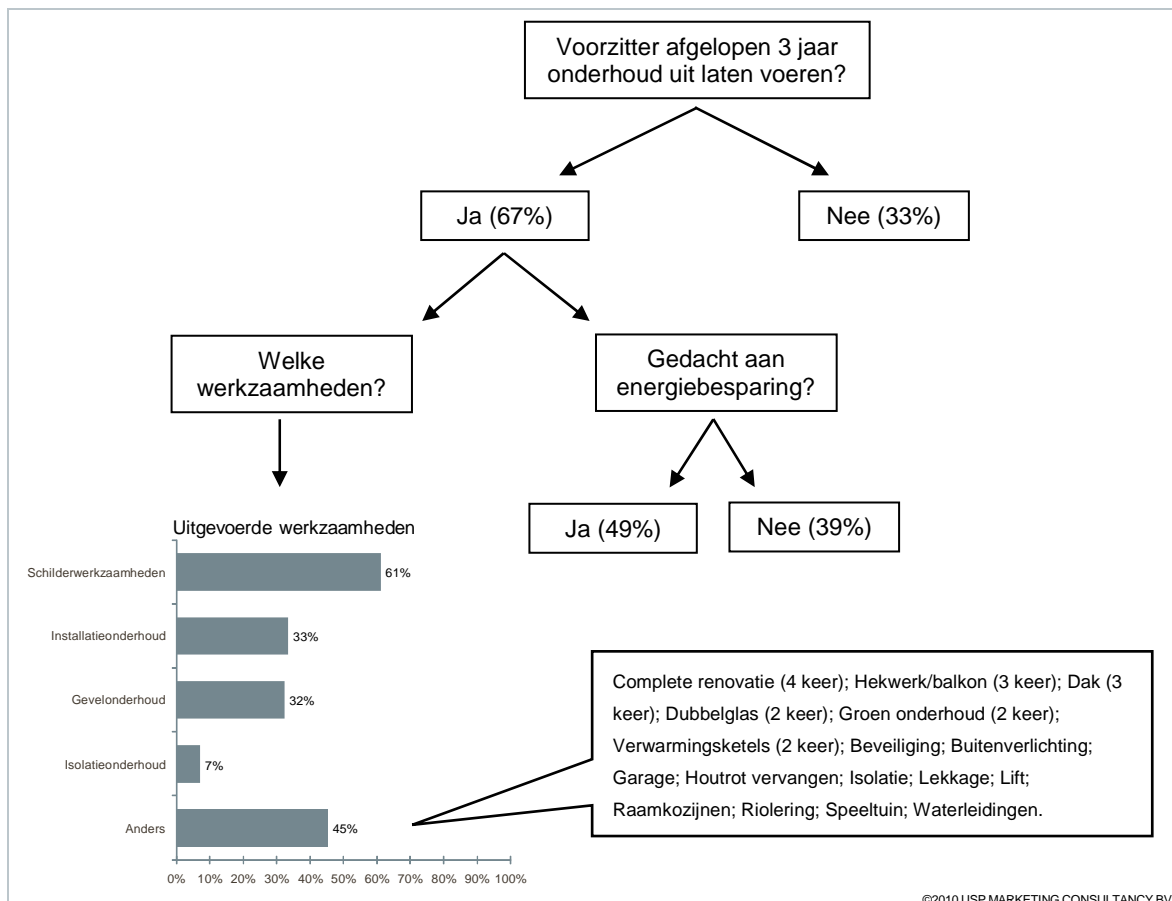
Kenmerken voorzitter VvE	Totaal
Gemiddeld aantal jaar dat men voorzitter van VvE is	5,5
Gemiddeld aantal uur per maand besteed aan voorzitterschap	29,1
Aandeel voorzitters nog actief in betaalde functie	49%
Aandeel voorzitters op werkgebied te maken met energie of milieu	47% van 49%
Aandeel hoog opgeleide voorzitters (HBO, universitair of hoger)	74%
Aandeel laag opgeleide voorzitters (MBO, LBO of lager)	25%

Tabel 7. Kenmerken voorzitter VvE.

Tot slot geeft figuur 2 weer of de VvE de afgelopen drie jaar onderhoudswerkzaamheden uit heeft laten voeren. Dit blijkt bij tweederde van de VvE's het geval te zijn (67%). Wanneer gevraagd wordt welke werkzaamheden men uit heeft laten voeren, komt naar voren dat schilderwerkzaamheden het meest voorgekomen zijn (61%).

In de helft van de gevallen is bij de onderhoudswerkzaamheden gedacht aan energiebesparing (49%). Wederom blijkt uit diepere analyse dat het veel verschil maakt of de voorzitter van de VvE in zijn werkgebied te maken heeft met energie of milieu. Bij voorzitters waar dit het geval is, heeft 65% gedacht aan energiebesparing. Voorzitters die geen werk doen wat met energie of milieu te maken heeft is dit slechts 14%. Ook is bij meer VvE's van een oud gebouw (van voor 1986) gedacht aan energiebesparing (60%) dan wanneer het een complex van na 1985 betreft (8%). Daarnaast is ook bij meer grote VvE's (meer dan 50 woningen) aan energiebesparing gedacht (58%) dan bij VvE's van gebouwen met maximaal 50 woningen (45%). Tot slot valt op dat veel minder VvE's, die gelieerd zijn aan een corporatie bij de onderhoudswerkzaamheden aan energiebesparing hebben gedacht (17%) dan onafhankelijke VvE's (62%).

Dit komt omdat vooral VvE's van kleine, relatief nieuwe complexen aan een corporatie verbonden zijn, terwijl juist de VvE's van grote, relatief oude gebouwen rekening hebben gehouden met energiebesparing.



Figuur 2. Onderhoudswerkzaamheden uit laten voeren door voorzitter VvE.

1.4 Achtergrondkenmerken vanuit diepte interviews met VvE's

Om een stuk diepgang te krijgen in de achtergronden van een VvE hebben 6 gesprekken plaatsgevonden met voorzitters VvE, als ook twee gesprekken met de betrokken partijen vanuit de beheerderskant (VvE beheerder en woningbouwcorporatie). De planning van de gesprekken verliep een stuk moeizamer dan de telefonische interviews omdat vooraf gekozen was om deze bij de voorzitter te laten plaatsvinden om tevens een usability test te kunnen uitvoeren. De benaderde voorzitters bleken echter allen een zeer drukke agenda te hebben, met zeer beperkte vrije momenten om dit gesprek te laten plaatsvinden. Hier komt dan ook meteen een belangrijk aandachtspunt naar voren. Wil je als SenterNovem deze doelgroep benaderen zal dit zeer gericht en efficiënt dienen te gebeuren, omdat beschikbare tijd voor hen zeer kostbaar is. Hier zal verder op ingegaan worden in hoofdstuk 3 – informatie over energiebesparing. In deze paragraaf zullen de achtergrondkenmerken van de gesproken voorzitters worden toegelicht.

Tabel 8 toont de belangrijkste kenmerken van de ondervraagde VvE's. De gebouwen waarvoor de voorzitters verantwoordelijk zijn, zijn allen ouder dan veertig jaar. Hier is bij de selectie van de voorzitters specifiek naar gezocht om te borgen dat energiebesparing wel een relevant onderdeel is. De staat van de gebouwen is op gebied van energiezuinigheid van slecht tot redelijk te noemen. Dit hangt vooral af van de reeds genomen maatregelen in de afgelopen jaren. Het gebouw dat als slecht wordt gedefinieerd, heeft nog volledig enkel glas, geen thermostaat, verouderde stadsverwarming met laag rendement en geen individuele bemetering voor water en verwarming. Ook bij de meeste overige gebouwen zit de winst die te halen valt in energiezuinigheid met name in de verwarminginstallatie, de beglazing en de isolatie. De reserveringen voor meerjarig onderhoud en de maandlasten zijn erg afhankelijk van de benodigde werkzaamheden in combinatie met het inkomensniveau van de bewoners. Bij enkele gebouwen zijn de woningen eerder verhuurd geweest en hebben de bewoners de mogelijkheid gekregen van de woningbouwcorporaties om de woning over te nemen. In deze gevallen is het inkomensniveau laag en de bereidheid tot het doen van investeringen beperkt tot het hoogst noodzakelijke. In het jongste gebouw is met name het energieverbruik in de gemeenschappelijke ruimten een aandachtspunt (verlichting en liften) waar verbetering mogelijk is.

Kenmerken VvE – kwalitatieve fase	Bouwjaar	Aantal woningen	Energiezuinigheid gebouw	Maandlasten VvE	Budget OH
VvE Isabellaland - Den Haag	1969	60	Redelijk	€220	€150.000
VvE Oostmaaslaan - Rotterdam	1964	100	Slecht	€400	€300.000
Vve Schotlandstraat - Haarlem	1960	112	Matig	€217	€90.000
VvE Nwe Binnenweg - Rotterdam	1938	104	Redelijk	€300	€300.000
VvE Van Karnebeekstraat - Dordrecht	1962	60	Redelijk	€220	€125.000
VvE Maasresidentie – Rotterdam	1991	165	Redelijk	€150-250	€400.000

Tabel 8. Kenmerken VvE – kwalitatieve fase.

Als we kijken naar de achtergrondkenmerken van de voorzitters (tabel 9), dan is er een groot verschil in het aantal uren dat in de VvE wordt gestoken. Dit is afhankelijk van de mate waarin de VvE actief is als ook de mate waarin de door de voorzitter uitgevoerde werkzaamheden al dan niet gedelegeerd zijn naar ofwel bestuursleden ofwel de beheerder. Bij de actieve voorzitters zie je een zeer beperkte rol van de VvE beheerder (puur administratief). Bij de voorzitters die minder tijd (kunnen) besteden aan de VvE zie je dat de beheerder veel meer taken overneemt (zoals bijvoorbeeld actieve advisering, opzet en begeleiding onderhoudswerkzaamheden). Bij een drietal verenigingen werden ook veel taken op het gebied van de financiële en technische activiteiten door een deskundig bestuurslid uitgevoerd. Bij één VvE is een bewoner werkzaam bij het Rotterdam Climate Initiative, waardoor energiebesparingsmogelijkheden zeer actief worden meegenomen. Bij de VvE waar nog een deel van de woningen in het bezit is van een woningbouwcorporatie worden de beheerderstaken door de betreffende corporatie opgenomen. Bij alle voorzitters kwam het aspect tijdgebrek in meer of mindere mate naar voren. Uitgezonderd twee voorzitters, zijn alle gesproken voorzitters actief werkzaam en kunnen de werkzaamheden met moeite inpassen in hun overige activiteiten. De rol van de voorzitter wordt met name gezien in het aanjagen om de nodige beslissingen vanuit de leden (bewoners) doorgevoerd te krijgen. Bewoners zijn zich niet altijd bewust van het belang en hun plicht binnen een VvE en hier worstelen verschillende voorzitters dan ook mee. Echter de meest actieve voorzitter geeft aan dat een voorzitter hier een bepalende rol in kan spelen. Hij ziet 90% van

de VvE's als stoffige verenigingen waar weinig beslist wordt. Door juist actief de leden te betrekken en goed op de hoogte te zijn van de mogelijkheden en resultaten van de benodigde maatregelen kan je onder de leden een groot draagvlak creëren.

Kenmerken voorzitter VvE – kwalitatieve fase	Uren/maand in VVE	Actief werkzaam	Opleiding	Werk energie-gerelateerd?
Voorzitter VvE Isabellaland - Den Haag	24	Nee	MBO	Nee
Voorzitter VvE Oostmaaslaan - Rotterdam	16	Ja	WO	Nee
Voorzitter Vve Schotlandstraat - Haarlem	30	Ja	HBO	Nee
Voorzitter VvE Nieuwe Binnenweg - Rotterdam	32	Ja	WO	Ja
Voorzitter VvE Van Karnebeekstraat - Dordrecht	20	Ja	HBO	Nee
Voorzitter VvE Maasresidentie - Rotterdam	60	Nee	HBO	Nee

Tabel 9. Kenmerken voorzitter VvE – kwalitatieve fase.

De leeftijd van de gebouwen resulteert bij bijna alle VvE's in de noodzaak tot het uitvoeren van grootschalige onderhoudswerkzaamheden. Veelgenoemde werkzaamheden zijn het inlopen op achterstallig onderhoud (gevelonderhoud, betonrot, houtrot, lift, stadsverwarming, olietketel). Dit zijn grote investeringen waarbij door een meerderheid van de voorzitters kort gekeken is naar de mogelijkheden van het nemen van extra energiebesparende maatregelen, maar waar vanuit lange terugverdiertijden (vaak een gevoel, niet financieel uitgewerkt) en de druk van de leden om de investering zo laag mogelijk te houden, niet noodzakelijk voor een energiezuinige oplossing is gekozen. Bij de VvE met het jongste gebouw zijn de onderhoudswerkzaamheden vooral gericht op het electraverbruik in de gemeenschappelijke ruimtes (vervanging liften, lichtplan portieken).

2 Betrokkenheid bij energiebesparing

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de betrokkenheid van de doelgroepen bij energiebesparing. Naast hun professionele betrokkenheid wordt hier ook de relatie gelegd met de persoonlijke betrokkenheid om te achterhalen in hoeverre zij het belang van energiebesparing inzien om zodoende hun klanten/leden proactief te ondersteunen. Paragraaf 2.2 behandelt de mate waarin men op de hoogte is, en denkt te moeten zijn, van energiebesparing. Daarna gaat paragraaf 2.3 in op de rol die energiebesparing speelt in de bedrijfsvoering van installateurs, adviseurs, makelaars en hypotheekverstrekkers. Bij Verenigingen van Eigenaren is onderzocht in welke mate energiebesparing een rol speelt binnen de VvE. Tenslotte worden in paragraaf 2.4 de bevindingen uit de diepte interviews met Verenigingen van Eigenaren beschreven.

2.2 Kennis van energiebesparing

Allereerst is de intermediairs gevraagd hoe hoog zij de jaarlijkse energiekosten zouden schatten van een gemiddelde rijtjeswoning uit 1995 met vier bewoners met 100 vierkante meter woonoppervlak. Uit tabel 10 blijkt dat alle doelgroepen de kosten gemiddeld iets hoger dan €2000 euro schatten. Bij de meerderheid van de intermediairs ligt de schatting dan ook tussen de 1500 en 2500 euro, wat een vrij realistische schatting is.

Wel valt op, dat 37% van de installateurs geen schatting weet te maken, wat beduidend hoger is dan bij de andere doelgroepen. Dit kan veroorzaakt worden door het feit dat installateurs niet in staat zijn buiten hun eigen vakgebied (bijvoorbeeld CV-ketels) te kijken. Anderzijds kan het ook zo zijn dat installateurs moeilijk een schatting kunnen geven omdat zij denken hiervoor meer informatie nodig te hebben (zoals het soort verwarmingsketel, isolatie, etc.). Interessant voor een volgende meting zou zijn om aan de hand van een case studie te kijken hoe goed men op de hoogte is van de energiekosten van een woning.

Jaarlijkse energiekosten doorsnee woning	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypotheekverstrekkers	VvE
Gemiddeld	€ 2.042	€ 2.154	€ 2.183	€ 2.199	€ 2.007
Tot en met €1500	13%	17%	12%	14%	21%
€1501-€2000	16%	26%	22%	22%	26%
€2001-€2500	22%	21%	36%	39%	21%
€2501-3000	2%	14%	9%	16%	8%
Meer dan €3000	11%	7%	12%	2%	6%
Weet niet/geen mening	37%	15%	9%	8%	19%

Tabel 10. Jaarlijkse energiekosten doorsnee woning.

Tabel 11 toont de mate waarin men het (zeer) eens is met een drietal stellingen omtrent het op de hoogte zijn van energiebesparende maatregelen. Uit deze tabel blijkt het volgende:

- Een ruime meerderheid van de installateurs (76%), adviseurs (86%) en makelaars (77%) vindt dat zij goed op de hoogte zijn van de mogelijkheden, voordelen en kosten voor het nemen van energiebesparende maatregelen voor de eigen woning. Bij hypotheekverstrekkers (42%) en Verenigingen van Eigenaren (47%) is dit in veel mindere mate het geval. Van de voorzitters VvE, die vanwege hun werk te maken hebben met energie of milieu, geeft 63% aan goed op de hoogte te zijn van energiebesparing voor de eigen woning.
- Waar de meeste installateurs, adviseurs en makelaars wel op de hoogte zijn van de voordelen, mogelijkheden en kosten van energiebesparing voor de eigen woning, zijn veel minder van hen op de hoogte van subsidies voor energiebesparende maatregelen in de eigen woning (installateurs 35%, adviseurs 53% en makelaars 48%). Van de hypotheekverstrekkers en VvE's is bijna een derde goed op de hoogte van subsidies (beide 31%). Wederom is van de voorzitters, die beroepsmatig te maken hebben met energie/milieu, wel de meerderheid op de hoogte van subsidies (63%).
- In lijn met het feit dat men vindt dat men veel kennis heeft van energiebesparing voor de eigen woning, achten installateurs (71%), adviseurs (79%) en makelaars (70%) zichzelf goed in staat om klanten te adviseren over energiebesparende maatregelen voor hun woning. Bij hypotheekverstrekkers (27%) en VvE's (36%) is dit wederom veel minder het geval. Onder voorzitters werkzaam in de energie/milieu sector is dit ook slechts 44%.
- Al met al blijkt dus dat installateurs, adviseurs en makelaars voor zowel hun persoonlijke situatie als beroepsmatig beweren goed op de hoogte te zijn van mogelijkheden, voordelen en kosten van energiebesparing. Voor een volgende meting zou het interessant zijn om te bekijken hoe goed men daadwerkelijk op de hoogte is.
- Hypotheekverstrekkers en VvE's zijn zowel privé als zakelijk in veel minder goed op de hoogte. Het is dus niet zo dat deze partijen zich in hun persoonlijke situatie wel veel met energiebesparing bezighouden, maar zich beroepsmatig niet betrokken voelen bij dit thema.

Op de hoogte van energiebesparing % = zeer mee eens + mee eens	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypotheek- verstrekkers	VvE
Ik ben goed op de hoogte van de mogelijkheden, voordelen en kosten voor het nemen van energiebesparende maatregelen voor mijn woning.	76%	86%	77%	42%	47%
Ik ben goed op de hoogte wat ik mijn klanten/leden kan adviseren op het gebied van energiebesparende maatregelen voor hun woning.	71%	79%	70%	27%	36%
Ik ben goed op de hoogte van de subsidies voor het nemen van energiebesparende maatregelen voor mijn woning.	35%	53%	48%	31%	31%

Tabel 11. Op de hoogte van energiebesparing.

Uit diepere analyse blijkt dat de bekendheid en het gebruik van de instrumenten van SenterNovem beduidend groter is onder intermediairs, die goed op de hoogte zeggen te zijn van energiebesparende

maatregelen voor hun eigen woning, die van hun klanten/leden en subsidies voor het nemen van energiebesparende maatregelen voor de eigen woning, dan onder intermediairs, die het niet met de stellingen eens zijn. Tabel 12 toont hiervan de resultaten. Dit betekent dat men niet alleen claimt goed op de hoogte te zijn van mogelijkheden, kosten, voordelen en subsidies voor energiebesparende maatregelen, maar dat het in de meeste gevallen ook echt zo is.

Op de hoogte van energiebesparing versus bekendheid en gebruik instrumenten SenterNovem	Energiebesparingsverkenner		Energie Subsidiewijzer		Energiebesparings-scan	
	Kent	Gebruikt	Kent	Gebruikt	Kent	Gebruikt
WEL goed op de hoogte van mogelijkheden, voordelen en kosten voor energiebesparende maatregelen voor <u>eigen woning</u>	30%	8%	56%	16%	35%	7%
NIET goed op de hoogte van mogelijkheden, voordelen en kosten voor energiebesparende maatregelen voor <u>eigen woning</u>	8%	2%	20%	2%	11%	3%
WEL goed op de hoogte wat <u>klanten/leden</u> te adviseren over energiebesparende maatregelen voor hun woning.	34%	10%	59%	19%	39%	9%
NIET goed op de hoogte wat <u>klanten/leden</u> te adviseren over energiebesparende maatregelen voor hun woning.	8%	1%	23%	2%	10%	1%
WEL goed op de hoogte van <u>subsidies</u> voor energiebesparende maatregelen voor eigen woning.	32%	9%	66%	22%	39%	10%
NIET goed op de hoogte van <u>subsidies</u> voor energiebesparende maatregelen voor eigen woning.	16%	4%	28%	4%	18%	3%

Tabel 12. Op de hoogte van energiebesparing versus bekendheid en gebruik instrumenten SenterNovem.

Tabel 13 toont de zaken waarvan men vindt voldoende op de hoogte te zijn om klanten c.q. leden te kunnen adviseren (zaken zijn geholpen voorgelegd). Hieruit blijkt dat de doelgroepen beter op de hoogte zijn van de voordelen en mogelijkheden dan van de kosten van energiebesparende maatregelen. In relatie hiermee geeft ook slechts de minderheid aan voldoende op de hoogte te zijn van relevante subsidies en wetgeving. Ook van de rol van het energielabel is alleen bij makelaars de meerderheid (58%) voldoende op de hoogte.

Zaken voldoende kennis van om klanten/leden te adviseren	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypotheekverstrekkers	VvE
Voordelen van het nemen van energiebesparende maatregelen	90%	80%	73%	39%	57%
Mogelijkheden tot nemen energiebesparende maatregelen	81%	84%	74%	37%	51%
Rol energielabel	45%	49%	58%	47%	43%
Kosten van het nemen van energiebesparende maatregelen	72%	61%	53%	18%	37%
Relevante subsidies	18%	39%	41%	30%	23%
Relevante wetgeving	39%	37%	36%	12%	28%

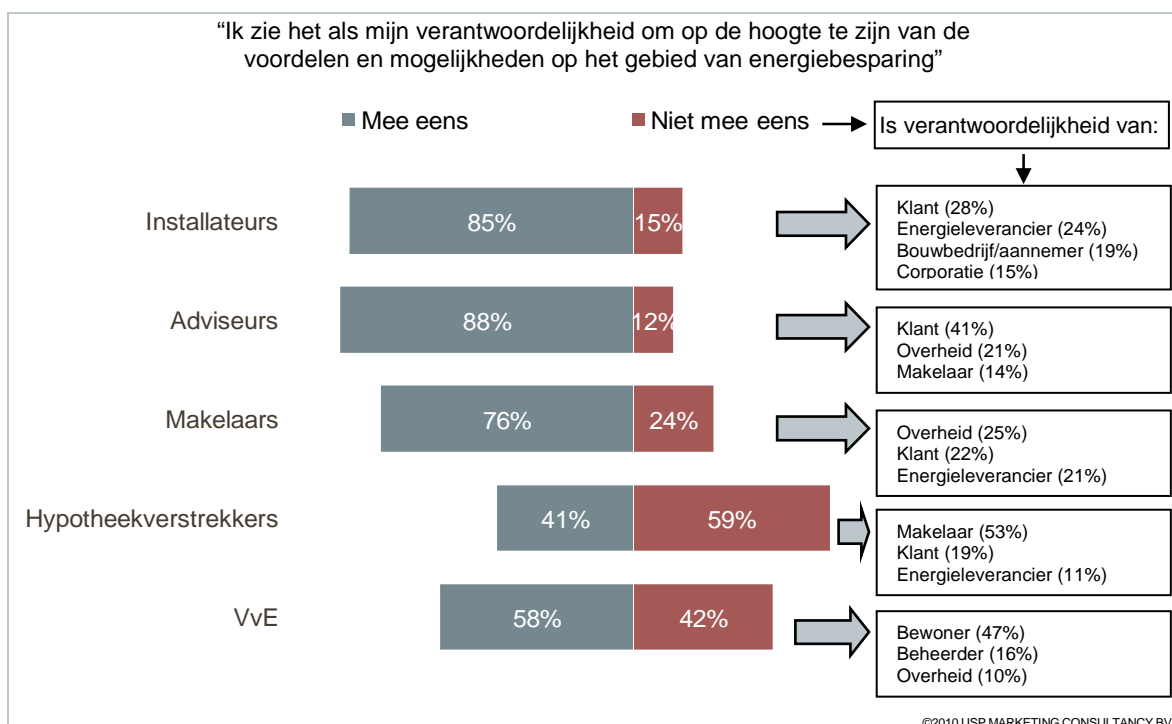
Geen van de genoemde zaken	6%	6%	9%	28%	29%
----------------------------	----	----	----	-----	-----

Tabel 13. Zaken voldoende kennis van om klanten/leden te adviseren.

Verder valt op dat 28% van de hypotheekverstrekkers en 29% van de VvE's van geen enkele van de voorgelegde zaken voldoende op de hoogte is. Bij installateurs (6%), adviseurs (6%) en makelaars (9%) is dit veel minder het geval. Er valt dus op communicatiegebied nog veel te winnen voor SenterNovem.

Tevens is aan installateurs en adviseurs gevraagd of men in staat is om het advies te geven welke bouwkundige energiebesparende maatregelen genomen kunnen worden. Van de adviseurs zegt 63% dit advies te kunnen geven. Bij installateurs ligt het percentage op 52%.

Het is gebleken dat installateurs, adviseurs en makelaars veel beter op de hoogte zijn van energiebesparende maatregelen dan hypotheekverstrekkers en Verenigingen van Eigenaren. Dit is ook niet verwonderlijk, omdat hypotheekverstrekkers (41%) en VvE's (58%) het ook veel minder als hun verantwoordelijkheid zien om op de hoogte te zijn van voordelen en mogelijkheden op het gebied van energiebesparing dan installateurs (85%), adviseurs (88%) en makelaars (76%). Dit alles blijkt uit figuur 3.



Figuur 3. Verantwoordelijke partij om op de hoogte te zijn van voordelen/mogelijkheden van energiebesparing.

Hypotheekverstrekkers die zich er niet verantwoordelijk voor voelen om op de hoogte te zijn van energiebesparing (59%) vinden voornamelijk dat dit de verantwoordelijkheid van de makelaar is (53% van 59%), wat overeenkomt met het beeld wat makelaars hier zelf van hebben. VvE's die zichzelf niet verantwoordelijk houden (42%) vinden vooral dat het de verantwoordelijkheid van de bewoner zelf is (47% van 42%). Overigens vindt 75% van de VvE's met een voorzitter die zelf werkzaam is in de milieu-/energiebranche het wel zijn verantwoordelijkheid om op de hoogte te zijn, tegenover 47% van de voorzitters

die beroepsmatig niet bij milieu/energie betrokken zijn. Ook vinden meer VvE-voorzitters van een groot gebouw (meer dan 50 woningen) het hun verantwoordelijkheid (61%) dan wanneer het een klein complex betreft (54%). Ook maakt het verschil of het gebouw relatief oud (van voor 1986) is (60% vindt zichzelf verantwoordelijk) of nieuw (48%). Dit wordt overigens deels veroorzaakt door het feit dat zich bij VvE's van oudere gebouwen meer voorzitters bevinden die werkzaam zijn in de energie/milieu sector dan bij VvE's van nieuwere gebouwen.

Binnen de groep hypotheekverstrekkers is gekeken naar intermediairs die deel uitmaken van een keten (zoals De Hypotheker, De Hypotheekshop, Raedtgevers Groep) en zelfstandige adviseurs. Er blijken echter geen verschillen te zijn tussen deze twee groepen voor wat betreft het verantwoordelijkheidsgevoel om op de hoogte te zijn van energiebesparing. Er is echter wel een groot verschil tussen de groep ondervraagde hypotheekverstrekkers (kleine adviesbureaus) en grote kredietverstrekkers als Rabobank en Triodos bank. Zij vervullen een voortrekkersrol met betrekking tot advies over energiebesparing en speciaal hiervoor ontwikkelde concepten. Kleine intermediairs zouden zich hier nog aan moeten optrekken.

Ook de kleine groep installateurs (15%), adviseurs (12%) en makelaars (24%) die niet vinden dat zij zelf verantwoordelijk zijn, wijzen vooral de klant/bewoner aan als degene die verantwoordelijk is om op de hoogte te zijn van voordelen en mogelijkheden van energiebesparing (installateurs 28%, adviseurs 41% en makelaars 22%). Vrijwel niemand wijst de hypotheekverstrekker of VvE als verantwoordelijke partij aan.

2.3 Rol energiebesparing

Deze paragraaf brengt in kaart wat de rol van energiebesparing is in de bedrijfsvoering van installateurs, adviseurs, makelaars en hypotheekverstrekkers. Daarnaast wordt behandeld in hoeverre de doelgroepen geëngageerd zijn in energiebesparing. Allereerst is installateurs, adviseurs, makelaars en hypotheekverstrekkers spontaan gevraagd aan te geven op welke aspecten hun organisatie zich van de concurrentie onderscheidt. Deze vraag is gesteld om te achterhalen in hoeverre duurzaamheid/energiebesparing als een marketinginstrument wordt gezien om zich positief van de concurrentie te onderscheiden.

Tabel 14 toont alle aspecten die door minimaal 10% van één of meerdere doelgroepen worden genoemd. Het blijkt dat voor installateurs kwaliteit het belangrijkste concurrentievoordeel is (23%), gevolgd door persoonlijk contact (16%). Adviseurs willen zich juist vooral onderscheiden op specialistische kennis en dienstverlening (24%). Voor makelaars en hypotheekverstrekkers is persoonlijk contact het belangrijkste concurrentievoordeel (beide 25%), bij makelaars gevolgd door service (21%) en bij hypotheekverstrekkers door kwaliteit (24%).

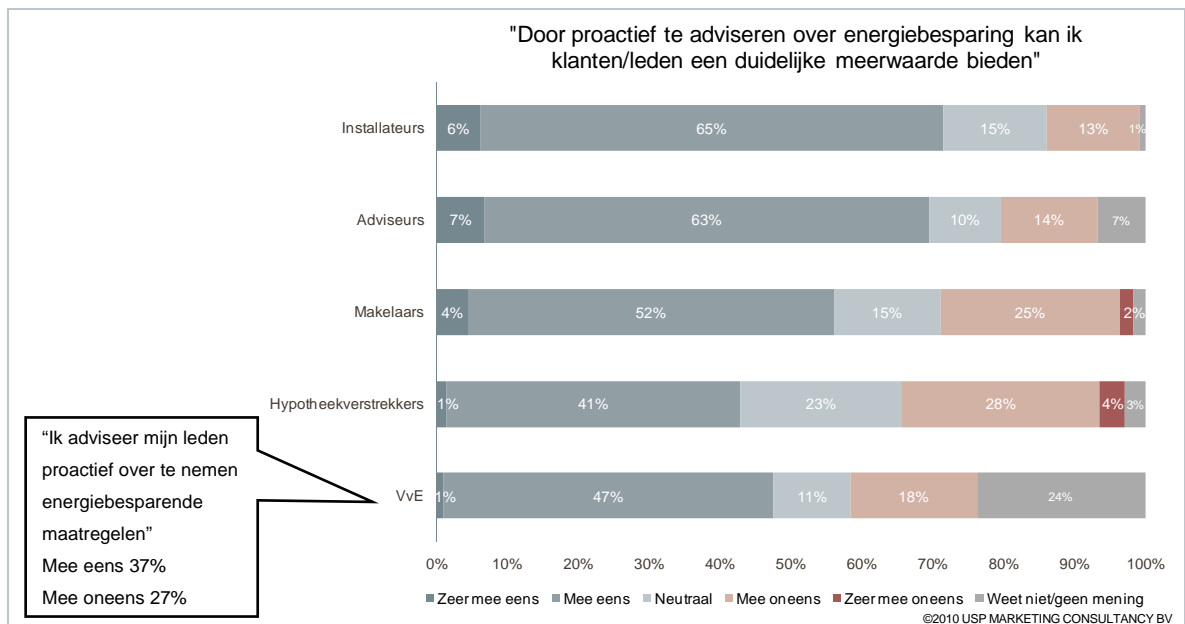
Duurzaamheid wordt door 10% van de adviseurs spontaan genoemd als aspect waarop men zich onderscheidt, wat beduidend meer is dan bij de andere doelgroepen. Dit is in lijn met de uitkomsten uit paragraaf 2.2, waaruit blijkt dat adviseurs het best op de hoogte zijn van energiebesparende maatregelen en dit het sterkst als hun verantwoordelijkheid zien.

Aspecten waarop men zich van de concurrentie onderscheidt	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypotheekverstrekkers
Kwaliteit	23%	13%	14%	24%
Persoonlijk contact	16%	9%	25%	25%
Specialistische kennis/dienstverlening	11%	24%	14%	10%
Service	12%	7%	21%	13%
Totaalpakket bieden	9%	5%	16%	9%
Prijs	4%	9%	3%	13%
Advisering	2%	3%	3%	18%
Naambekendheid/netwerk	8%	11%	3%	2%
Duurzaamheid	5%	10%	3%	1%
Weet niet/geen mening	12%	5%	10%	6%

Tabel 14. Aspecten waarop men zich van de concurrentie onderscheidt.

Duurzaamheid wordt dus nog niet expliciet veelvuldig als Unique Selling Point genoemd door de intermediairs. Wel kan duurzaamheid een rol spelen in de aspecten waarop men zich zegt wel te kunnen onderscheiden. Bij installateurs kan duurzaamheid (en het advies hieromtrent) een rol spelen bij het bieden van kwaliteit (een huis zo energiezuinig mogelijk maken). Bij adviseurs komt advies rondom duurzaamheid tot uiting in specialistische kennis en dienstverlening. Bij makelaars kan advies over duurzaamheid een rol spelen bij het verlenen van (extra) service. De helft van de makelaars vindt immers dat een energiezuinig huis makkelijker wordt verkocht (zie figuur 5).

Dit wordt onderstreept door het feit dat een groot deel van de intermediairs aangeeft dat zij hun klanten een duidelijke meerwaarde kunnen bieden door proactief te adviseren op het gebied van energiebesparende maatregelen (zie figuur 4), ondanks dat slechts een klein deel van de ondervraagden duurzaamheid spontaan noemt als competentie waarop men zich positief van de concurrentie kan onderscheiden. Dit geldt het sterkst voor installateurs (71%) en adviseurs (70%) en in mindere mate voor makelaars (56%), hypotheekverstrekkers (42%) en Verenigingen van Eigenaren (48%).



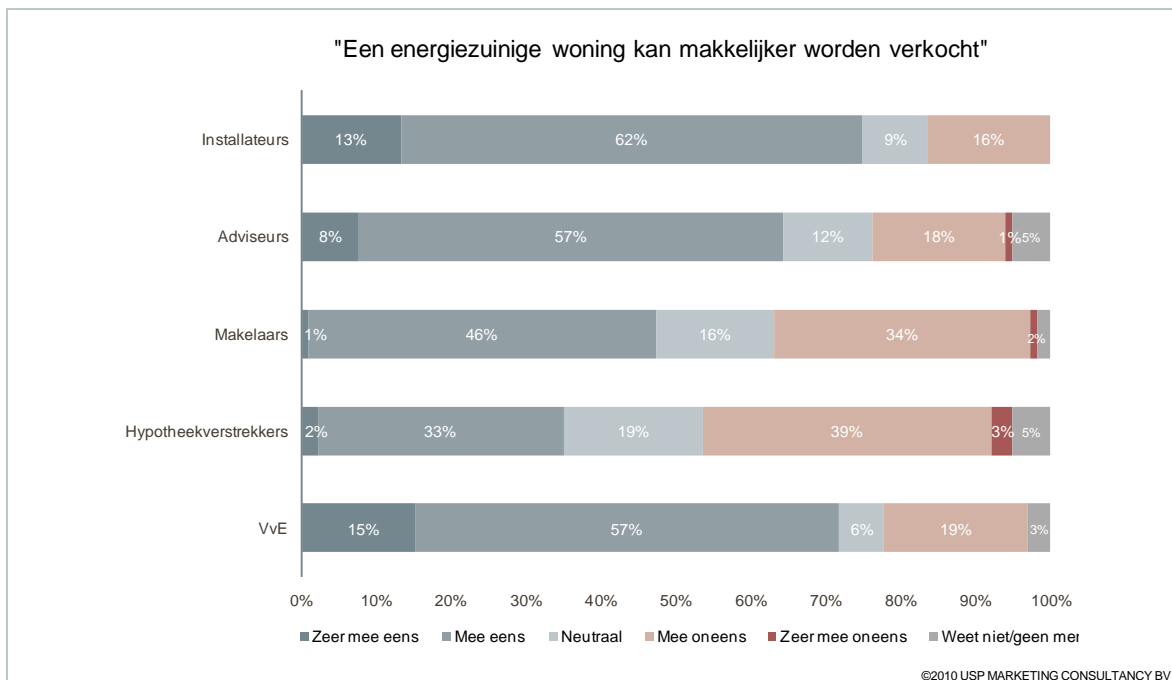
Figuur 4. Meerwaarde proactief advies over energiebesparing.

Verder blijkt dat een derde van de hypotheekverstrekkers (32%) en ruim een kwart van de makelaars (27%) vindt dat zij geen duidelijke meerwaarde kunnen bieden door te adviseren over energiebesparing. Uit diepere analyse blijkt dat het hier vooral gaat om bedrijven die het ook niet hun verantwoordelijkheid vinden om op de hoogte te zijn van voordelen en mogelijkheden op het gebied van energiebesparing (68% van hen vindt dat zij geen duidelijke meerwaarde kunnen bieden, tegenover 38% van de makelaars en hypotheekadviseurs die wel vinden dat het hun verantwoordelijkheid is om op de hoogte te zijn van energiebesparing).

Aan VvE's is ook gevraagd in hoeverre zij het met de stelling eens zijn dat zij hun leden proactief adviseren over te nemen energiebesparende maatregelen. Uit figuur 4 blijkt dat 37% het met de stelling eens is. Logischerwijze is een ruime meerderheid van de VvE's, die de leden daadwerkelijk proactief adviseert (37%), het ermee eens dat zij hun leden een duidelijke meerwaarde kunnen bieden door te adviseren over energiebesparing (84%). Onder leden, die niet proactief adviseren (27%) is slechts 27% het ermee eens dat advies over energiebesparing meerwaarde kan bieden voor de leden.

De meerderheid van de installateurs (75%), adviseurs (65%) en VvE's (72%) denkt dat een energiezuinige woning makkelijker kan worden verkocht, zo blijkt uit figuur 5. Partijen die direct betrokken zijn bij de verkoop van een woning zijn hier minder van overtuigd. Van de makelaars is 47% het ermee eens dat een energiezuinige woning makkelijker verkocht wordt en van de hypotheekverstrekkers slechts 35%.

Het blijkt dat meer intermediairs, die wel vinden dat een energiezuinige woning makkelijker wordt verkocht, ook vinden dat de aandacht voor energiebesparing onder klanten de afgelopen drie jaar toegenomen is (55%) en de komende drie jaar zal toenemen (70%) dan intermediairs, die het er niet mee eens zijn dat een energiezuinige woning makkelijker wordt verkocht (32% heeft de aandacht voor energiebesparing zien toenemen in de afgelopen 3 jaar en 51% ziet een toename voor de komende drie jaar).



Figuur 5. Een energiezuinige woning kan makkelijker worden verkocht.

Tabel 15 geeft weer hoe de doelgroepen denken over de aandacht voor energiebesparing. Uit deze tabel blijkt het volgende:

- De doelgroepen zijn zelf erg gemotiveerd om energiebesparende maatregelen te nemen, vanwege de toenemende maatschappelijke aandacht voor dit thema. Dit geldt vooral voor installateurs (87%) en adviseurs (81%) en opvallend genoeg ook voor Verenigingen van Eigenaren (79%) en hypotheekverstrekkers (65%). Dit terwijl zij toch beduidend minder goed op de hoogte zijn van energiebesparing dan installateurs, adviseurs en makelaars en het ook niet sterk als hun verantwoordelijkheid zien om op de hoogte te zijn. Dit duidt erop dat er een verschil is tussen wat men de klanten/leden adviseert, of denkt te moeten adviseren, en hetgeen waarvoor men zich voor de eigen woning interesseert met betrekking tot energiebesparing.
- Verder verwachten vooral adviseurs (64%) en makelaars (61%) dat de aandacht voor energiebesparing onder klanten de komende drie jaar toe zal nemen.
- Ook valt op dat alle doelgroepen, met uitzondering van installateurs, vooral een toenemende aandacht voor energiebesparing onder klanten/leden zien voor de komende drie jaar en minder voor de afgelopen drie jaar. Dit verschil is het grootst bij makelaars (komende drie jaar 61%, afgelopen drie jaar 36%), hypotheekverstrekkers (45% en 22%) en VvE's (53% en 36%).
- Het feit dat er een toenemende aandacht voor energiebesparing is onder klanten/leden betekent dat ook het belang van hulpmiddelen zal toenemen. Dit is een groeikans voor het instrumentarium van SenterNovem.

Aandacht voor energiebesparing % = zeer mee eens + mee eens	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypothotheek- verstrekkers	VvE
Vanuit de toenemende maatschappelijke aandacht voor energiebesparing ben ik gemotiveerd energiebesparende maatregelen te nemen	87%	81%	60%	65%	79%
Ik verwacht een toenemende aandacht onder mijn klanten/leden voor energiebesparing in de <u>komende</u> drie jaren	55%	64%	61%	45%	53%
Ik zie een toenemende aandacht onder mijn klanten/leden voor energiebesparing in de <u>afgelopen</u> drie jaren	58%	57%	36%	22%	36%

Tabel 15. Aandacht voor energiebesparing.

Tot slot toont tabel 16 in hoeverre men het ermee eens is dat energiebesparende maatregelen weinig interessant zijn (in algemene zin en specifiek voor klanten/leden) vanwege de lange terugverdientijd. Ongeveer vier à vijf op de tien ondervraagden is het met deze stellingen eens. Er zijn geen grote verschillen tussen de verschillende doelgroepen en de beide stellingen waarneembaar.

Van de ondervraagden, die energiebesparende maatregelen vanwege de lange terugverdientijd weinig interessant vinden, vindt desalniettemin meer dan de helft (53%) dat zij hun klanten/leden een duidelijke meerwaarde kunnen bieden door te adviseren op het gebied van energiebesparing. Onder intermediairs, die de terugverdientijd geen belemmering vinden om energiebesparende maatregelen interessant te maken is dit 62%.

Terugverdientijd van energiebesparende maatregelen % = zeer mee eens + mee eens	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypothotheek- verstrekkers	VvE
Door de lange terugverdientijd van investeringen zijn energiebesparende maatregelen <u>voor mijn klanten/leden</u> weinig interessant	53%	43%	46%	39%	51%
Door de lange terugverdientijd van investeringen, zijn energiebesparende maatregelen weinig interessant	46%	43%	52%	46%	40%

Tabel 16. Terugverdientijd van energiebesparende maatregelen.

2.4 Bevindingen diepte interviews VvE's – betrokkenheid energiebesparing

De gesproken voorzitters tonen een gelijkaardig beeld als uit de kwantitatieve fase komt omtrent hun proactieve rol in de advisering van hun leden omtrent energiebesparing. Alle voorzitters geven wel aan een redelijke kennis te hebben van de mogelijkheden en kosten op het gebied van energiebesparende maatregelen, maar voor de meesten is dit niet te vertalen naar een verdedigbare meerwaarde voor hun leden. Dit heeft enerzijds te maken met het feit dat verschillende voorzitters aangeven dat het budget dat leden aan hun VvE willen uitgeven beperkt is (wegens laag inkomensniveau niet meer mogelijk, ofwel kosten

voor VvE worden als noodzakelijk kwaad gezien) en derhalve de keuze bij investeringen vooral gaat naar de laagste aanschafkosten, zeker als veel noodzakelijke investeringen moeten plaatsvinden (nieuwe liften, aanpak betonrot/houtrot, installatie). Dan worden toch prioriteiten gesteld en komen energiebesparende maatregelen op een tweede plan. Als bewoners niet zelf actief energiebesparende maatregelen aandragen, zullen deze volgens twee voorzitters dan ook geen kans hebben binnen de VvE. Sowieso is de houding van de voorzitter hierbij van belang. De tijdfactor speelt opnieuw een rol, waardoor de meeste voorzitters er niet aan toe komen om mogelijkheden pro-actief goed te onderbouwen. Bovendien geeft een tweetal voorzitters aan dat het aan de beheerder is om hier een pro-actieve rol in te spelen. Dit hangt uiteraard zeer af van de rol die een VvE beheerder bij een VvE heeft. Dit is voorgelegd aan een VvE-beheerder die zich profileert in het ontzorgen van een VvE door zich niet alleen te beperken tot het uitvoeren van administratieve werkzaamheden, maar ook actief een VvE ondersteunt in bijvoorbeeld advies en begeleiding van de grootschalige onderhoudswerkzaamheden. Deze beheerder ziet dan ook vooral de rol omtrent het pro-actief adviseren bij de beheerder aangezien de expertise hier meer ligt dan bij een voorzitter. Echter de bemerking was wel dat dit lang niet voor alle beheerders van toepassing zal zijn, maar alleen voor die beheerders die een 'totaalpakket' leveren. Ook de corporatie die als beheerder fungeert ziet vanuit haar expertise vooral de rol bij haar weggelegd.

De uitzondering onder de gesproken voorzitters, is zelf zeer actief bezig met het combineren van de nodige onderhoudswerkzaamheden met de mogelijkheden op het gebied van energiebesparing. Hij heeft (in samenwerking met de overige bestuursleden) vele contacten met de gemeente, relevante fabrikanten en de energieleveranciers en is hierdoor zeer goed op de hoogte van de mogelijkheden, kosten, subsidies en de meerwaarde van het nemen van energiebesparende maatregelen. Dit is niet alleen beperkt tot het kosten/baten niveau, maar gaat ook in op de maatschappelijke verantwoordelijkheid. Dit heeft hij goed onderbouwd aan zijn leden kunnen communiceren en hen daarbij van hun verantwoordelijkheid kunnen overtuigen, waardoor deze VvE nu als eerste zal starten met restwarmte, een uitgebreid verlichtingsplan voor de portieken heeft (met led verlichting en bewegingsensoren) en een groen dak zal laten plaatsen in de komende jaren. Ook de VvE waarbij een bewoner werkt voor het Rotterdam Climate Initiative is (ondanks de jonge leeftijd van het gebouw) actief bezig met het zoeken naar relevante energiebesparende oplossingen. Voor het bepalen van de mogelijkheden en de beperkingen van bijvoorbeeld zonnepanelen of een groen dak is een extern adviesbureau ingeschakeld. Echter vanwege de vele obstakels op het dak en de lange terugverdientijd is besloten hier niet mee aan de slag te gaan. Wel wordt momenteel opnieuw een adviesbureau ingeschakeld om de mogelijkheden in kaart te brengen voor een verlichtingsplan van de portieken (led, bewegingsmelders, ..) en energiezuinige liften.

3 Informatie over energiebesparing

3.1 Inleiding

Zoals in hoofdstuk 2 is getoond voelt een meerderheid van bijna alle partijen zich verantwoordelijk om op de hoogte te zijn van energiebesparing en een meerwaarde kan bieden door hierover proactief te adviseren. Goede kennisvergaring is hierbij essentieel. In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de wijze waarop de intermediairs zich oriënteren op energiebesparing en hoe zij het informatieaanbod beoordelen. Als eerste wordt in paragraaf 3.2 in kaart gebracht op welke wijze de doelgroepen informatie vergaren rondom energiebesparing. Vervolgens behandelt paragraaf 3.3 de waardering van het huidige informatieaanbod omtrent energiebesparing. Tot slot brengt paragraaf 3.4 de bevindingen naar aanleiding van de diepte interviews in kaart.

3.2 Informatievergaring rondom energiebesparing

Als eerste is de doelgroepen gevraagd aan te geven waar zij hun informatie vandaan halen over de mogelijkheden, voordelen en kosten van energiebesparende maatregelen (spontane vraag, dus zonder hulp van de enquêteur). Tabel 17 toont hiervan de uitkomsten, waaruit blijkt dat makelaars (58%), hypotheekverstrekkers (64%) en VvE's (48%) zich vooral oriënteren via internet zoekmachines. Onder installateurs (27%) is dit veel minder het geval. Ook noemen zij specifieke websites (13%) veel minder dan de andere doelgroepen. Onder installateurs (56%) en adviseurs (54%) daarentegen zijn vakbladen het meest genoemde oriëntatiemiddel.

Oriëntatiebronnen energiebesparing	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypotheekverstrekkers	VvE
Internet via zoekmachine	27%	48%	58%	64%	48%
Vakbladen	56%	54%	38%	28%	29%
Branche- en belangenorganisaties	35%	26%	37%	7%	13%
Specifieke website op internet	13%	30%	24%	21%	25%
Collega's	15%	25%	19%	12%	20%
Beurzen, symposia	21%	35%	8%	1%	15%
Leverancier	38%	17%	4%	2%	10%
Extern advies	13%	10%	16%	4%	11%
Anders	3%	17%	13%	12%	14%
Weet niet/geen mening	3%	5%	3%	12%	17%

Tabel 17. Oriëntatiebronnen energiebesparing.

Andere verschillen tussen de doelgroepen zijn de volgende:

- Installateurs (35%), adviseurs (26%) en makelaars (37%) noemen branche- en belangenorganisaties beduidend meer dan hypotheekverstrekkers (7%) en VvE's (13%).
- Alleen onder installateurs wordt de leverancier frequent genoemd (38%), wat in feite logisch is aangezien zij de enige partij zijn die veel te maken hebben met inkoop van producten en onderdelen.
- Onder adviseurs worden beurzen en symposia veel frequenter genoemd (35%) dan onder de andere doelgroepen.
- Minder hypotheekverstrekkers dan andere partijen zoeken naar informatie over energiebesparing via collega's (12%) en/of externe adviseurs (4%).

Indien men aangaf zich middels vakbladen, specifieke websites en/of branche- en belangenorganisaties te oriënteren, is gevraagd welke vakbladen, websites en branche- en belangenorganisaties dit waren (spontane vraag). Logischerwijze verschillen de antwoorden hier per doelgroep, omdat men zich in verschillende branche begeeft. Tabel 18 toont de meest genoemde antwoorden per doelgroep per oriëntatiemiddel. De percentages tussen haakjes achter de doelgroepen duiden op het aandeel intermediairs dat zich middels een kanaal oriënteert (bijvoorbeeld 56% van de installateurs leest vakbladen). Uit deze tabel blijkt het volgende:

- Onder installateurs is Installatie Journaal (36% van 56%) het meest gelezen vakblad. Bij makelaars is Vastgoedmarkt (43% van 38%) het meest genoemde antwoord en bij Verenigingen van Eigenaren VVE Belang (50% van 29%). Onder adviseurs en hypotheekverstrekkers is er niet één vakblad wat er duidelijk uitspringt.
- Informatie via specifieke websites wordt vooral verkregen via de website van SenterNovem en/of het ministerie van VROM. Verder worden websites van energieleveranciers regelmatig genoemd. Wanneer de website van het ministerie van VROM wordt bekeken, valt op dat hier geen duidelijke link staat naar de website van SenterNovem en/of de instrumenten. Ook op de website van SenterNovem is niet in één oogopslag een link naar de instrumenten te vinden. Gezien het feit dat deze websites veelvuldig worden genoemd als bron om informatie over energiebesparing te vinden, valt er voor SenterNovem gemakkelijk winst te behalen door op de site (en die van het VROM) een duidelijke link naar de instrumenten te plaatsen. Verder is het belangrijk het onderscheidend vermogen ten opzichte van energieleveranciers te benadrukken, namelijk de onafhankelijkheid en dus ook het bieden van objectieve informatie.
- Aangaande branche- en belangenorganisaties wordt onder installateurs (60% van 35%) en adviseurs (36% van 26%) alleen Uneto-VNI regelmatig genoemd. Voor makelaars is NVM de meest geraadpleegde brancheorganisatie (64% van 37%) en voor VvE's VVE Belang (58% van 13%). Van de hypotheekverstrekkers geeft slechts 7% aan zich via branche- en belangenorganisaties te oriënteren. VBO en Vereniging Eigen Huis worden elk tweemaal genoemd.

Meest genoemde <u>vakbladen</u>				
Installateurs (56%)	Adviseurs (54%)	Makelaars (38%)	Hypotheekverstrekkers (28%)	VvE (29%)
Installatie Journaal (36%)	Verwarming en Ventilatie (12%)	Vastgoedmarkt (43%)	Vereniging Eigen Huis (25%)	VVE Belang (50%)
Elektropraktijk (18%)	Installatie Journaal (9%)	NVM (21%)	Assurantiemagazines (19%)	Vereniging Eigen Huis (28%)
GAWALO (9%)	TVVL (9%)	Vereniging Eigen Huis (6%)	De Hypotheekadviseur (11%)	Vastgoedmarkt (15%)
Meest genoemde <u>websites</u>				
Installateurs (13%)	Adviseurs (30%)	Makelaars (24%)	Hypotheekverstrekkers (21%)	VvE (25%)
SenterNovem (27%)	SenterNovem (54%)	VROM (41%)	SenterNovem (37%)	VROM (24%)
VROM (22%)	VROM (29%)	SenterNovem (22%)	VROM (26%)	Sites Energieleveranciers (24%)
Sites Energieleveranciers (19%)	Sites Energieleveranciers (11%)	Sites Energieleveranciers (10%)	Sites Energieleveranciers (11%)	SenterNovem (13%)
Meest genoemde <u>branche- en belangenorganisaties</u>				
Installateurs (35%)	Adviseurs (26%)	Makelaars (37%)	Hypotheekverstrekkers (7%)	VvE (13%)
Uneto-VNI (60%)	Uneto-VNI (36%)	NVM (64%)	VBO (22%)	VVE Belang (58%)
-	-	VBO (14%)	Vereniging Eigen Huis (18%)	Vereniging Eigen Huis (36%)

Tabel 18. Meest genoemde vakbladen, websites en branche- en belangenorganisaties.

Aan alle intermediairs (ongeacht of men SenterNovem voorheen al kende) is gevraagd of men door SenterNovem geïnformeerd zou willen worden aangaande energiebesparing en zo ja, op welke wijze. Deze vraag is op een later tijdstip in de enquête voorgelegd, nadat is uitgelegd wat SenterNovem is en gevraagd is of men SenterNovem kent (zie hoofdstuk 4, figuur 8).

Tabel 19 toont hiervan de resultaten, waarbij de percentages tussen haakjes achter de doelgroepen duiden op het aandeel intermediairs dat geïnformeerd wil worden, wat bij de meerderheid van alle partijen en dan vooral de makelaars (73%) en hypotheekverstrekkers (72%) het geval blijkt te zijn. Alle doelgroepen willen zich het liefst laten informeren via een gerichte digitale mailing. Op grote afstand worden ook brochures redelijk frequent genoemd. Andere kanalen, zoals beurzen, symposia, branche- en belangenorganisaties en perspublicaties worden nauwelijks genoemd.

Wijze informeren door SenterNovem over energiebesparing	Installateurs (69%)	Adviseurs (56%)	Makelaars (73%)	Hypotheekverstr. (72%)	VvE (64%)
Via gerichte digitale mailing	45%	53%	56%	58%	40%
Via brochures	22%	2%	15%	10%	17%
Anders	7%	4%	12%	9%	5%
Weet niet/geen mening	1%	1%	2%	3%	5%

Tabel 19. Wijze informeren door SenterNovem over energiebesparing.

Verder blijkt er vooral een informatiebehoefte te bestaan onder intermediairs die SenterNovem kennen (73% van de populatie). Van hen wil 71% geïnformeerd worden door SenterNovem over energiebesparing. Onder intermediairs, die SenterNovem niet kennen (27%), is dit in mindere mate het geval, maar toch bestaat er bij meer dan de helft een informatiebehoefte (56%).

Ook blijkt er een verband te bestaan tussen de behoefte om zich door SenterNovem te laten adviseren op het gebied van energiebesparing en verschillende zaken rondom de betrokkenheid bij energiebesparing (hoofdstuk 2). Tabel 20 geeft weer in hoeverre intermediairs, die behoefte hebben aan informatie over energiebesparing van SenterNovem (zie tabel 19 voor de aandelen intermediairs die hier behoefte aan hebben) zich betrokken voelen bij energiebesparing. Van een aantal relevante stellingen uit hoofdstuk 2 toont de tabel in hoeverre deze groep intermediairs het ermee eens dan wel oneens is.

Uit tabel 20 blijkt het volgende:

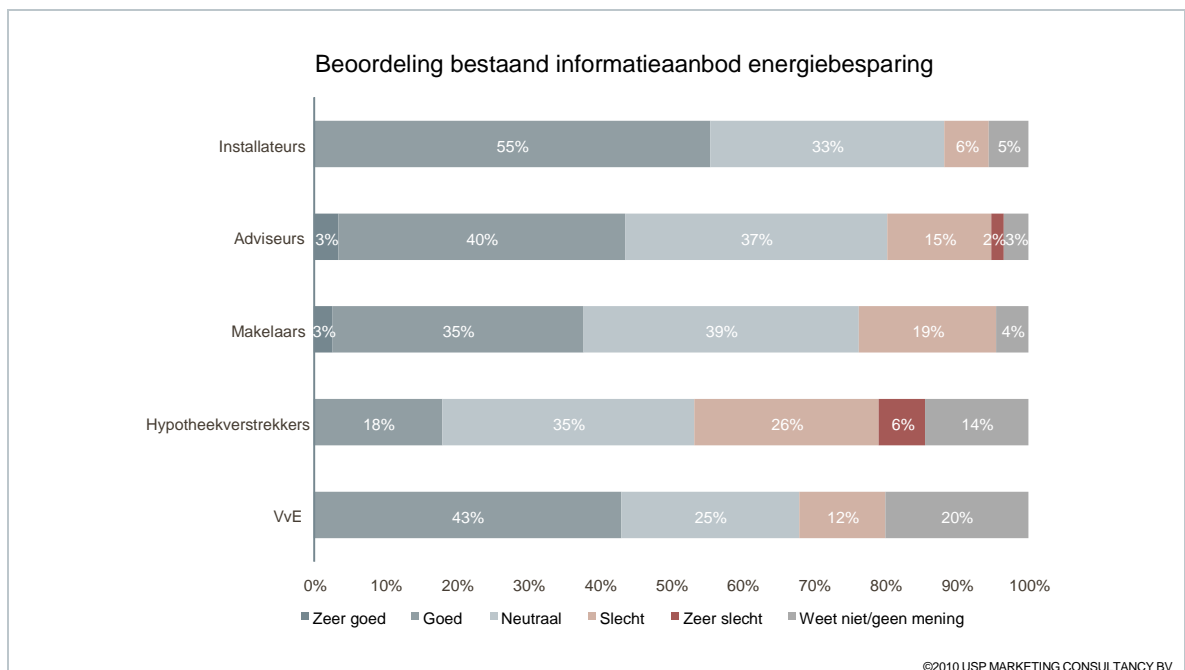
- Er bestaat vooral een informatiebehoefte bij intermediairs die zelf een duidelijke meerwaarde denken te bieden voor klanten/leden door zelf proactief te adviseren over energiebesparing (75%).
- Ook intermediairs die zichzelf verantwoordelijk achten om op de hoogte te zijn van voordelen en mogelijkheden van energiebesparing, willen zich in 72% van de gevallen door SenterNovem laten informeren over energiebesparing.
- Daarnaast willen vooral intermediairs, die de afgelopen en komende drie jaar een toenemende aandacht onder klanten/leden voor energiebesparing gesignaleerd hebben/signaleren, zich door SenterNovem laten informeren (72%).
- Hetzelfde geldt voor ondervraagden die zelf gemotiveerd zijn om energiebesparende maatregelen te nemen (71%).
- Intermediairs, die energiebesparende maatregelen weinig interessant vinden vanwege de lange terugverdientijd, willen zich in 63% van de gevallen laten informeren door SenterNovem. Onder intermediairs, die het niet met deze stelling eens zijn, is dit 71%.

Betrokkenheid bij energiebesparing onder intermediairs met behoefte aan informatie van SenterNovem (67% van de populatie)	Mee eens	Mee oneens
Door proactief te adviseren over energiebesparing kan ik mijn klanten/leden een duidelijke meerwaarde bieden.	75%	56%
Ik zie het als mijn verantwoordelijkheid om op de hoogte te zijn van de voordelen en mogelijkheden aangaande energiebesparing.	72%	57%
Ik verwacht een toenemende aandacht onder klanten/leden voor energiebesparing in de komende 3 jaren.	72%	58%
Ik zie een toenemende aandacht onder klanten/leden voor energiebesparing in de afgelopen 3 jaren.	72%	63%
Vanuit de toenemende maatschappelijke aandacht voor energiebesparing ben ik gemotiveerd energiebesparende maatregelen te nemen.	71%	56%
Door de lange terugverdientijd van investeringen zijn energiebesparende maatregelen weinig interessant	63%	71%

Tabel 20. Betrokkenheid bij energiebesparing onder intermediairs met behoefte aan informatie van SenterNovem.

3.3 Waardering informatieaanbod

Uit tabel 17 is gebleken dat de overgrote meerderheid van de doelgroepen minimaal één bron kan noemen waar zij informatie vandaan halen over mogelijkheden, voordelen en kosten van energiebesparende maatregelen. Dit betekent dat de meeste intermediairs zich goed een beeld kunnen vormen van het informatieaanbod over energiebesparende maatregelen. Aan alle intermediairs (ongeacht of men ergens informatie vandaan haalt) is gevraagd hoe men het bestaande informatieaanbod over energiebesparende maatregelen beoordeelt. Figuur 6 toont hiervan de resultaten, waaruit blijkt dat de meerderheid van de installateurs het huidige informatieaanbod goed vindt (55%). Voor adviseurs (43%), VvE's (43%) en makelaars (38%) ligt dit percentage iets lager. Hypotheekadviseurs zijn beduidend kritischer, aangezien slechts 18% het bestaande informatieaanbod goed vindt, en maar liefst 32% (zeer) slecht.



Figuur 6. Beoordeling bestaand informatieaanbod energiebesparing.

Uit diepere analyse blijkt dat het aantal oriëntatiebronnen dat men noemt belangrijk te zijn bij het oordeel erover. Uit tabel 21 komt naar voren dat hoe meer bronnen men noemt (zie tabel 17 voor de genoemde bronnen) des te beter men het informatieaanbod beoordeelt. Het vinden van informatie is dus met name het probleem.

Aantal gebruikte oriëntatiebronnen versus beoordeling informatieaanbod	0 (8%)	1 (39%)	2 (26%)	3 (12%)	> 3 (15%)
(zeer) Goed	9%	35%	47%	38%	52%
(zeer) Slecht	21%	21%	19%	14%	8%

Tabel 21. Aantal gebruikte oriëntatiebronnen versus beoordeling informatieaanbod.

Verder blijkt dat meer intermediairs, die via internet zoekmachines zoeken naar informatie over energiebesparende maatregelen, het informatieaanbod (zeer) slecht vinden (20%) dan intermediairs die hiervoor gebruik maken van vakbladen (12%), specifieke websites (14%) en/of branche- en belangenorganisaties (9%). Wanneer op internet bij zoekmachines wordt gezocht op een term als “energiebesparing woning” komen de website van SenterNovem en de websites van de instrumenten niet prominent naar voren. SenterNovem zou hier een slag kunnen maken door ervoor te zorgen dat de instrumenten in de top drie zoekresultaten van belangrijke zoekmachines (bijv. Google) naar voren komen bij het ingeven van relevante zoektermen (energiebesparing woning, subsidie energiebesparing, etc.).

Tot slot is aan alle intermediairs gevraagd welke informatie men op het gebied van energiebesparing mist in het huidige aanbod (spontane vraag, dus zonder hulp van de enquêteur). Uit tabel 22 komt naar voren dat de meerderheid van de installateurs (57%) geen informatie mist. Zij zijn dan ook het meest tevreden met het huidige informatieaanbod (zie figuur 6). Van de adviseurs mist 42% niets in het huidige aanbod. Bij makelaars (27%), hypotheekverstrekkers (21%) en VvE's (28%) ligt dit percentage beduidend lager.

Missen van informatie in huidig aanbod	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypotheekverstrekkers	VvE
Nee, ik mis geen informatie	57%	42%	27%	21%	28%
Weet niet/geen mening	15%	17%	24%	31%	35%
Ja, namelijk:	29%	41%	49%	48%	37%
Relevante subsidies	18%	5%	32%	13%	21%
Kosten	11%	10%	29%	16%	13%
Duidelijkheid informatie	12%	15%	9%	17%	22%
Informatie over specifieke maatregelen	4%	13%	17%	6%	10%
Mogelijkheden	10%	4%	11%	10%	9%
Totaaloverzicht met informatie	3%	10%	3%	15%	6%
Relevante wetgeving	10%	10%	10%	4%	4%
Terugverdientijden	9%	6%	12%	1%	12%
Informatie over het energielabel	0%	3%	11%	14%	0%
Voordelen	0%	3%	13%	4%	9%
Vindbaarheid informatie	7%	2%	6%	7%	0%
Eerlijkheid/objectiviteit informatie	13%	9%	2%	0%	2%
Anders	18%	24%	11%	25%	19%

Tabel 22. Missen van informatie in huidig aanbod.

Verder toont tabel 22 van alle intermediairs die informatie missen, welke informatie men dan mist. De meest genoemde antwoorden hierop zijn erg divers en verschillen bovendien sterk per marktpartij. De meest genoemde antwoorden zijn per doelgroep groen omcirkeld. Alleen bij makelaars komt een duidelijk beeld naar voren dat men informatie mist over relevante subsidies (32% van 49%) en kosten van het nemen van energiebesparende maatregelen (29% van 49%).

Logischerwijze blijkt uit diepere analyse dat vooral intermediairs, die het huidige informatieaanbod omtrent energiebesparende maatregelen als (zeer) slecht ervaren, informatie missen (69% van 18%). Tabel 23 toont hiervan de uitkomsten.

Beoordeling informatieaanbod versus missen informatie	(zeer) Goed (39%)	Neutraal/weet niet (43%)	(zeer) Slecht (18%)
Ja, ik mis informatie	28%	41%	69%
Nee, ik mis geen informatie	56%	26%	11%
Weet niet/geen mening	15%	33%	20%

Tabel 23. Aantal gebruikte oriëntatiebronnen versus beoordeling informatieaanbod.

Verder valt op, dat het grootste deel van de intermediairs, die meer dan drie oriëntatiebronnen genoemd hebben om informatie in te winnen over energiebesparing, toch nog informatie mist in het huidige aanbod (43% van 15%). Intermediairs, die geen oriëntatiebronnen weten te noemen, weten veelal ook niet of ze informatie missen (63% van 8%). Tabel 24 toont de resultaten.

Aantal gebruikte oriëntatiebronnen versus missen informatie	0 (8%)	1 (39%)	2 (26%)	3 (12%)	> 3 (15%)
Ja, ik mis informatie	17%	39%	49%	39%	43%
Nee, ik mis geen informatie	20%	35%	37%	37%	41%
Weet niet/geen mening	63%	26%	14%	24%	17%

Tabel 24. Aantal gebruikte oriëntatiebronnen versus beoordeling informatieaanbod.

3.4 Bevindingen diepte interviews VvE's – informatie over energiebesparing

De gesproken voorzitters zijn, zoals eerder vermeld, naar eigen zeggen redelijk op de hoogte van energiebesparing. Echter detailkennis over specifieke mogelijkheden en over concrete terugverdientijden versus investeringen in combinatie met subsidiemogelijkheden mist bij bijna alle voorzitters, waardoor energiebesparende maatregelen moeilijk onderbouwd kunnen worden naar hun leden toe. Als voornaamste reden wordt hierbij opnieuw gemeld dat er teveel tijd gaat zitten in het exact uitpluizen van de beschikbare informatiebronnen. De meest gebruikte informatiebronnen zijn het internet (via zoekmachines), de beheerder en de energieleveranciers. Bij de energieleveranciers als informatiebron heerst wel het wantrouwen dat het advies commercieel gekleurd is. Ook de website, het magazine en de congressen van VvE Belang worden genoemd (door drie voorzitters en door de VvE beheerder), maar over de kennis binnen deze organisatie en de commerciële grondslag worden door enkele voorzitters kritische kanttekeningen geplaatst. Gevraagd naar het gebruik van het blad van Vereniging Eigen Huis wordt aangegeven dat het diagonaal wordt doorgebladerd, maar wel een relevant medium voor informatievoorziening omtrent energiebesparing is. Voor informatie over subsidies worden de gemeenten als belangrijkste informatiebron aangegeven. Opvallend genoeg gebruikt niemand SenterNovem als informatiebron. Een algemene opmerking over het huidige informatieaanbod is dat naar het gevoel van de meeste voorzitters (uitgezonderd de voorzitter die zeer actief met energiebesparing bezig is) te weinig informatie vanuit de overheid komt die een VvE aanzet tot het

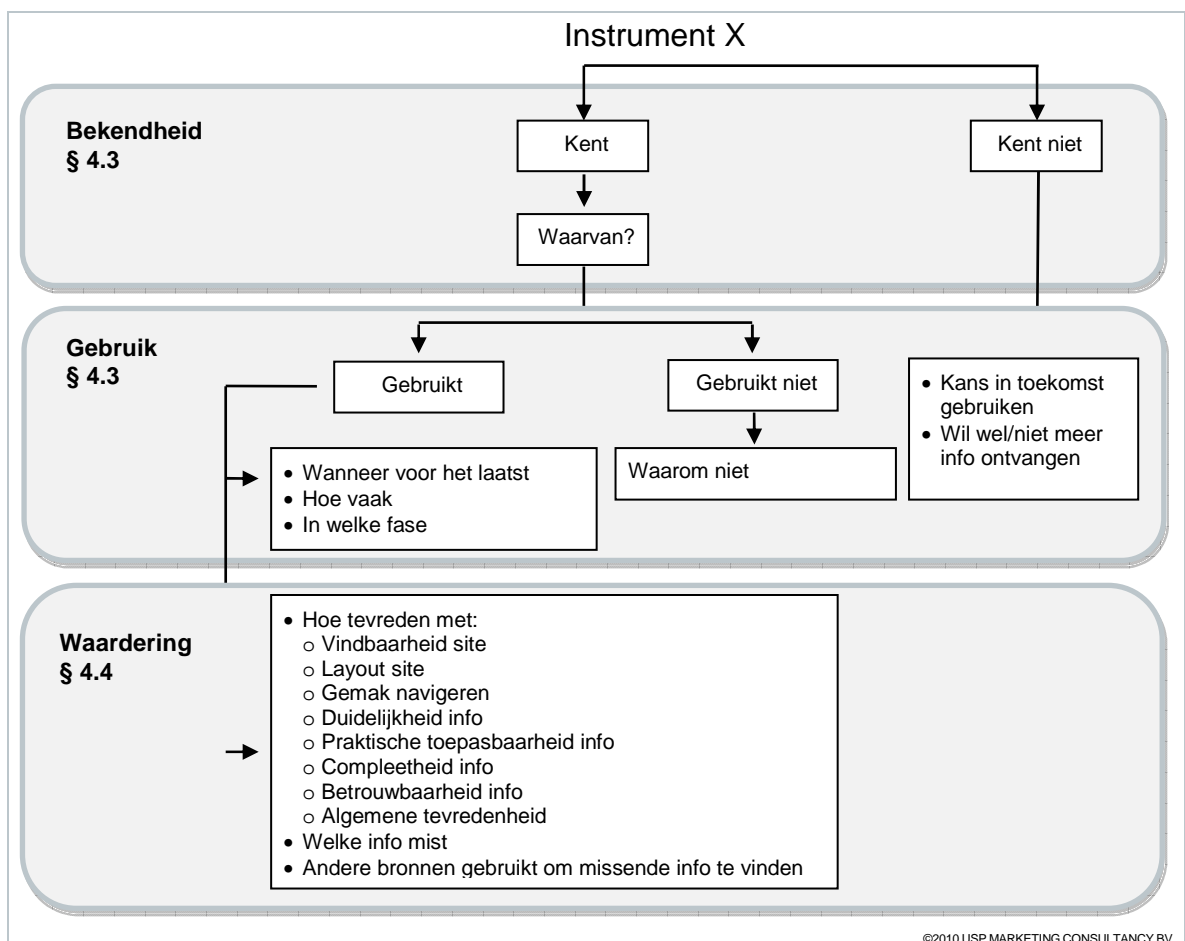
nemen van energiebesparende maatregelen. Hier valt nog veel in te verbeteren. Gevraagd hoe dit dan zou dienen te gebeuren, worden als mogelijkheden genoemd het informeren van de voorzitters via een digitale mailing, het melden van concrete mogelijkheden, voordelen en praktijkvoorbeelden in magazines als Eigen Huis en VvE Belang, het voeden van de beheerders/corporaties met informatie. Dit zal wel regelmatig dienen te gebeuren aangezien de voorzitters wel aangeven vooral voor de informatie open te staan als op dat moment iets concreets binnen hun vereniging speelt. De VvE met een bewoner actief binnen het Rotterdam Climate Initiative geeft daarnaast als advies om te vermijden om alleen over de standaard mogelijkheden te communiceren (dubbel glas, HR-ketel, isolatie), maar juist ook de echte innovatieve projecten in heldere taal, inclusief de concrete resultaten te delen met VvE's.

4 Instrumentarium woningbouw

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de bekendheid, het gebruik en de waardering van het instrumentarium van SenterNovem voor de woningbouw, te weten de Energiebesparingsverkenner, de Energiesubsidiewijzer en de Energiebespaarscan. Dit hoofdstuk geeft antwoord op de vraag of SenterNovem zich het beste kan richten op marketingacties rondom de instrumenten of juist op technisch inhoudelijke aanpassingen van de instrumenten. Allereerst brengt paragraaf 4.2 de bekendheid van de organisatie SenterNovem en de campagne Meer met Minder in kaart. Vervolgens behandelt paragraaf 4.3 de bekendheid en het gebruik van de Energiebesparingsverkenner, de Energiesubsidiewijzer en de Energiebespaarscan. Daarna gaat paragraaf 4.4 in op de waardering van het instrumentarium. Tot slot behandelt paragraaf 4.5 de uitkomsten van de diepte interviews met Verenigingen van Eigenaren.

Figuur 7 toont een overzicht hoe per instrument de bekendheid, het gebruik en de waardering in kaart is gebracht.



Figuur 7. Bekendheid, gebruik en waardering instrumentarium.

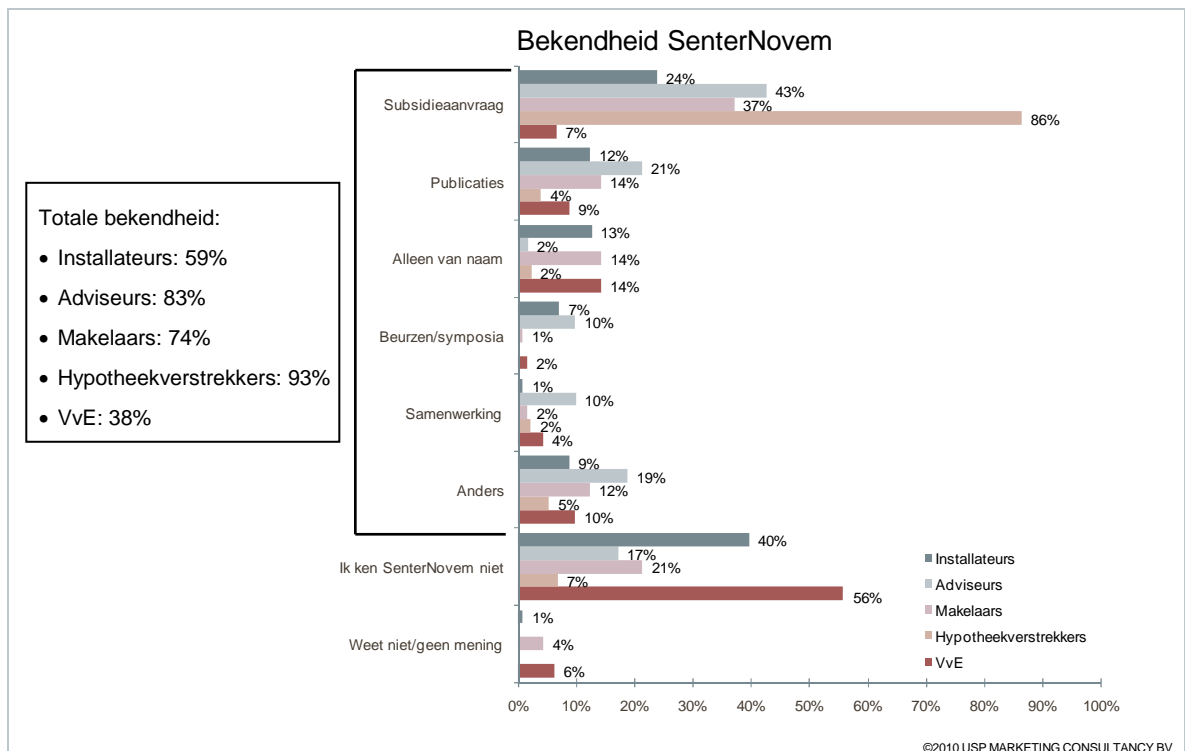
4.2 Bekendheid SenterNovem en Meer met Minder

De intermediairs is uitgelegd dat SenterNovem een agentschap van de overheid is, welke zich richt op duurzaamheid en innovatie en in dat kader dus ook energiebesparing. Voorts is gevraagd of men SenterNovem kent en zo ja, waarvan. De bekendheid getoond in figuur 8 betreft derhalve de *geholpen* bekendheid van SenterNovem.

Uit de figuur blijkt dat SenterNovem vooral bekend is bij hypotheekverstrekkers (93%), adviseurs (83%) en makelaars (74%). Bij installateurs (59%) en vooral VvE's (38%) ligt de bekendheid een stuk lager. Het blijkt bij VvE's nauwelijks van belang te zijn of de ondervraagde voorzitter zelf werkzaam is op het gebied van energie/milieu (54% kent SenterNovem) of niet (46% kent SenterNovem).

De meeste intermediairs kennen SenterNovem van een subsidie aanvraag. Vooral onder hypotheekverstrekkers is dit percentage erg hoog (86%). Het zal hier dan ook voornamelijk gaan om de koopsubsidie, welke erg populair is. Het is dan wellicht ook een goed idee om op de website van de koopsubsidie een link te plaatsen naar de instrumenten, om op deze wijze een grote groep hypotheekverstrekkers te bereiken.

Verder valt op dat de bekendheid van SenterNovem lager is onder installateurs woningbouw (doelgroep dit onderzoek, 59%), dan onder installateurs utiliteitsbouw, welke bevraagd zijn voor het recent uitgevoerde monitoringsonderzoek naar het EPA Maatwerkadvies en de campagne Slimme Energie voor het team Utiliteitsbouw en beleid van AgentschapNL (75% van hen kent SenterNovem).



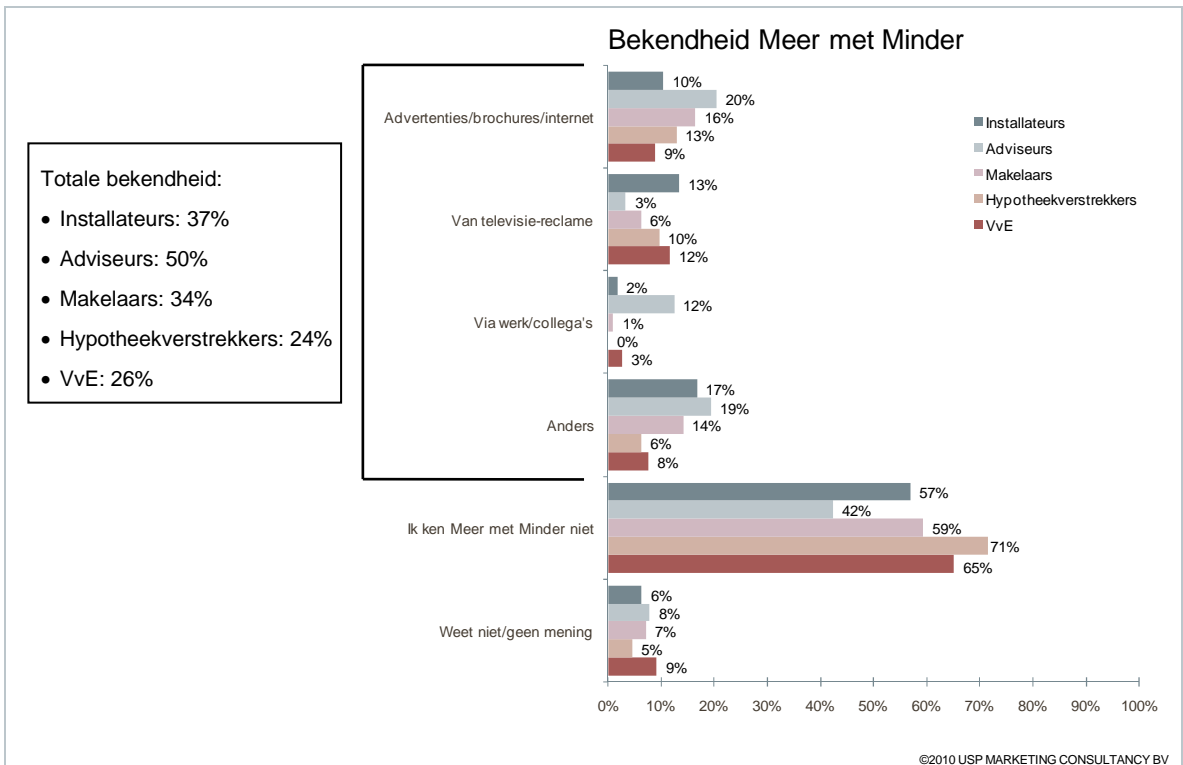
Figuur 8. Bekendheid SenterNovem.

Ook is de intermediairs uitgelegd dat SenterNovem actief betrokken is bij Meer met Minder, het nationale energieprogramma om tot en met 2020 500.000 bestaande woningen minimaal 30% energiezuiniger te maken. Vervolgens is gevraagd of men Meer met Minder kent en zo ja, waarvan. Het gaat hier dus wederom om de *geholpen* bekendheid.

Uit figuur 9 blijkt dat de helft van de adviseurs (50%) en meer dan een derde van de installateurs (37%) en makelaars (34%) het convenant Meer met Minder kent. Onder hypotheekverstrekkers (24%) en VvE's (26%) ligt de bekendheid lager. Dit is in lijn met de onderzoeksuitkomsten dat hypotheekverstrekkers en VvE's minder goed op de hoogte zijn van energiebesparing en hier minder belang aan toekennen (zie hoofdstuk 2).

Installateurs en VvE's kennen Meer met Minder vooral van televisiereclame (13% en 12%), terwijl onder adviseurs (20%), makelaars (16%) en hypotheekverstrekkers (13%) advertenties, brochures of internet het meest genoemd wordt. Het valt op, dat er niet één wijze van kennen is die er heel duidelijk uitspringt, zoals de subsidieaanvraag bij de bekendheid van SenterNovem (figuur 8). Het is tevens opmerkelijk, dat de branchevereniging van installateurs, Uneto VNI, niet regelmatig door hen wordt genoemd, ondanks dat installateurs middels Uneto VNI convenantspartner van de Meer met Minder campagne zijn.

Voor Verenigingen van Eigenaren valt tot slot op dat de bekendheid van Meer met Minder hoger is onder voorzitters, die beroepsmatig te maken hebben met milieu/energie (40% kent de campagne) dan onder voorzitters bij wie dit niet het geval is (29% kent het).

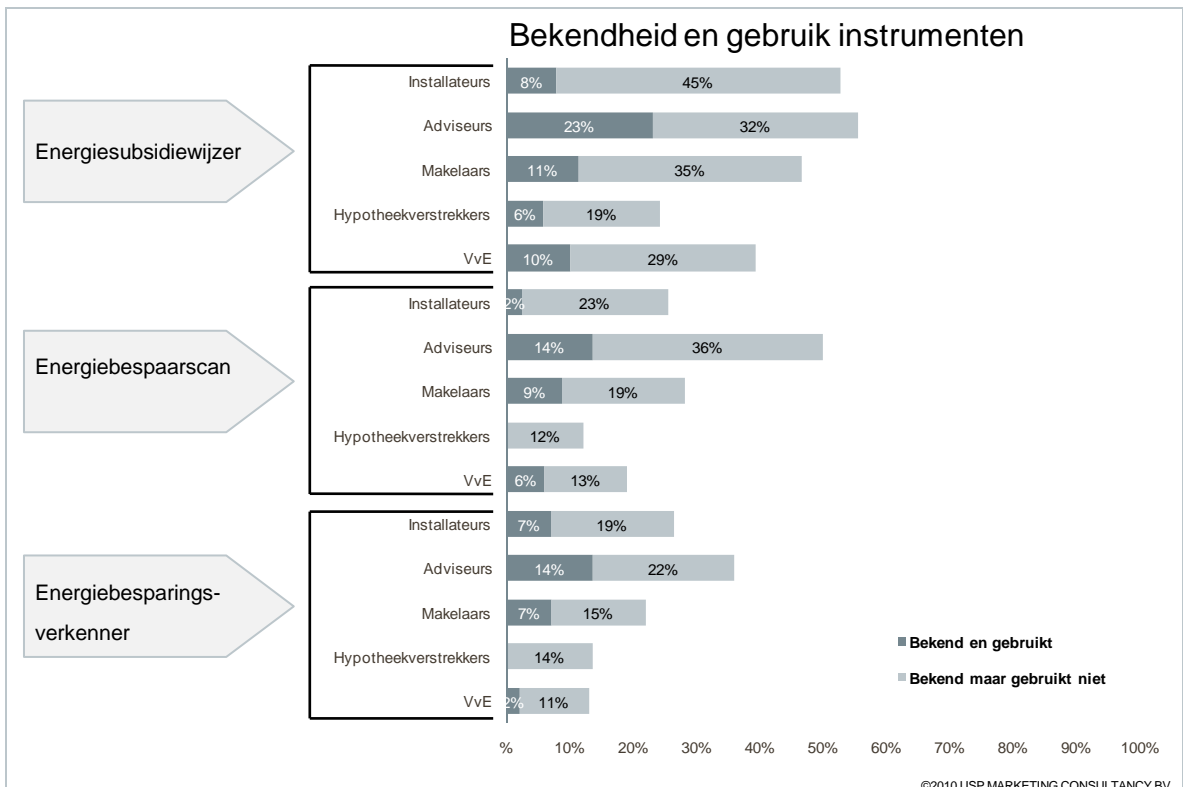


Figuur 9. Bekendheid Meer met Minder.

4.3 Bekendheid en gebruik instrumenten

Figuur 10 geeft weer in hoeverre de instrumenten voor de woningbouw bekend zijn bij de doelgroepen en of men deze ook gebruikt. Uit de figuur kan het volgende worden opgemaakt:

- De Energiesubsidiewijzer is het bekendste instrument. Ruim de helft van de adviseurs (55%) en installateurs (53%) kent dit instrument, alhoewel het gebruik bij adviseurs beduidend hoger ligt (23%) dan bij installateurs (8%). Dit geldt overigens ook voor de andere twee instrumenten.
- Ook van de makelaars (46%) en VvE's (39%) kent een groot deel de Energiesubsidiewijzer en ongeveer één op de tien heeft het weleens gebruikt (makelaars 11%, VvE 10%).
- Onder hypotheekverstrekkers is de bekendheid van de Energiesubsidiewijzer (25%) en ook van de Energiebespaarscan (12%) beduidend lager dan onder de andere doelgroepen. Geen enkele hypotheekverstrekker heeft de Energiebespaarscan of de Energiebesparingsverkenner weleens gebruikt.
- De Energiebespaarscan (50%) en de Energiebesparingsverkenner (36%) zijn beduidend bekender bij adviseurs dan bij de andere doelgroepen. Ook het gebruik is onder adviseurs het grootst (beide instrumenten 14%).



Figuur 10. Bekendheid en gebruik instrumenten.

Uit diepere analyse bleek reeds dat de bekendheid en het gebruik van de instrumenten beduidend groter is onder intermediairs, die goed op de hoogte zeggen te zijn van energiebesparende maatregelen voor hun

eigen woning, die van hun klanten/leden en subsidies voor het nemen van energiebesparende maatregelen voor de eigen woning (zie tabel 12). Dit betekent dat het kennen en/of gebruiken van de instrumenten ertoe leidt dat men goed op de hoogte is van de mogelijkheden, kosten, voordelen en subsidies voor energiebesparende maatregelen.

Per instrument is aan degenen die het kennen (en al dan niet gebruiken) gevraagd hoe men kennis heeft genomen van het instrument (spontane vraag, dus zonder hulp van de enquêteur). Tabel 25 toont hiervan de meest genoemde antwoorden. De percentages tussen haakjes achter de doelgroepen duiden op het aandeel intermediairs dat het instrument kent. Uit de tabel komt het volgende naar voren:

- De instrumenten zijn onder adviseurs, makelaars, hypotheekverstrekkers en Verenigingen van Eigenaren vooral bekend van internet en dan met name via zoekmachines. Specifieke websites worden ook regelmatig genoemd.
- Door installateurs worden internet zoekmachines veel minder frequent genoemd dan door de andere doelgroepen. Zij noemen juist collega's of advertenties in vakbladen meer als wijze waarop zij met de instrumenten bekend zijn geraakt.

Wijze van kennen instrumenten						
Energie-subsidiewijzer		Installateurs (53%)	Adviseurs (55%)	Makelaars (46%)	Hypotheekverstr. (25%)	VvE (39%)
	Internet zoekmachines	2%	34%	34%	31%	31%
	Specifieke website	18%	26%	17%	20%	14%
	Collega's	25%	12%	0%	18%	14%
	Advertentie vakbladen	18%	8%	6%	6%	17%
Energiebespaar-scan		Installateurs (26%)	Adviseurs (50%)	Makelaars (28%)	Hypotheekverstr. (12%)	VvE (19%)
	Internet zoekmachines	3%	33%	38%	22%	32%
	Specifieke website	9%	24%	13%	22%	16%
	Collega's	16%	5%	3%	18%	7%
	Advertentie vakbladen	24%	11%	5%	3%	19%
Energiebesparings-verkenner		Installateurs (25%)	Adviseurs (36%)	Makelaars (22%)	Hypotheekverstr. (14%)	VvE (13%)
	Internet zoekmachines	4%	30%	40%	38%	45%
	Specifieke website	16%	20%	16%	18%	20%
	Collega's	19%	10%	0%	7%	10%
	Advertentie vakbladen	15%	7%	2%	6%	18%

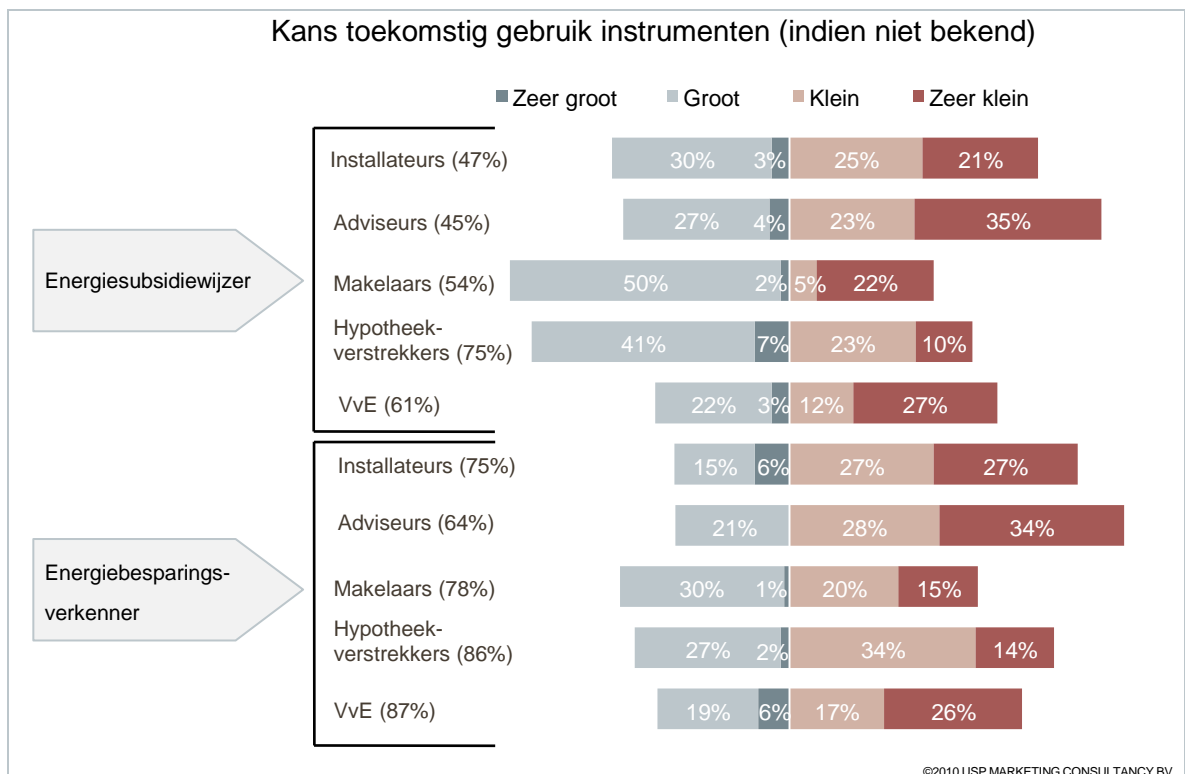
Tabel 25. Wijze van kennen instrumenten.

Voor de Energiesubsidiewijzer en de Energiebesparingsverkenner is aan diegenen, die het aangaven niet te kennen, uitgelegd wat het instrument inhoudt. Van de Energiesubsidiewijzer is de volgende uitleg gegeven: "De Energiesubsidiewijzer biedt één totaaloverzicht van de beschikbare subsidies, leningen en andere regelingen voor het nemen van energiebesparende maatregelen voor een woning." Van de Energiebesparingsverkenner is de volgende uitleg gegeven: "De Energiebesparingsverkenner laat in enkele

stappen de energiebesparingsmogelijkheden van een woning dan wel een woningproject zien en berekent meteen het financiële voordeel.”

Hierna is gevraagd hoe groot men de kans acht deze instrumenten te gaan gebruiken. Figuur 11 toont of de kans hierop groot dan wel klein is (de percentages tellen niet exact op tot 100%, het ontbrekende deel wordt gevormd door de antwoorden “niet groot, niet klein” en “weet niet/geen mening”). De percentages tussen haakjes achter de doelgroepen duiden op het aandeel intermediairs dat het instrument niet kent. Uit de figuur blijkt het volgende:

- Vooral onder makelaars (52% van 54%) en hypotheekverstrekkers (48% van 75%) is de kans groot dat men de Energiesubsidiewijzer zal gaan gebruiken. Onder adviseurs (58% van 45%), installateurs (46% van 47%) en VvE's (39% van 61%) zijn er meer ondervraagden, die de kans (zeer) klein achten dat zij de Energiesubsidiewijzer gaan gebruiken, dan intermediairs die deze kans (zeer) groot achten.
- Met betrekking tot de Energiebesparingsverkenner valt op, dat er onder alle doelgroepen meer intermediairs zijn die het onwaarschijnlijk vinden dat zij het instrument gaan toepassen ((zeer) kleine kans) dan intermediairs die de kans hierop wel (zeer) groot achten.
- Net als voor de Energiesubsidiewijzer geldt ook voor de Energiebesparingsverkenner dat zich vooral onder makelaars (31% van 78%) en hypotheekverstrekkers (29% van 86%) potentiële gebruikers bevinden.



Figuur 11. Kans toekomstig gebruik instrumenten (indien niet bekend).

Tot slot is aan degenen, die de Energiesubsidiewijzer en/of de Energiebesparingsverkenner niet kennen, gevraagd of men hierover meer informatie zou willen ontvangen. Tabel 26 toont de resultaten, waaruit blijkt

dat men vooral informatie wenst over de Energiesubsidiewijzer. Dit is in lijn met het feit dat de kans op toekomstig gebruik van dit instrument ook groter is (zie figuur 11).

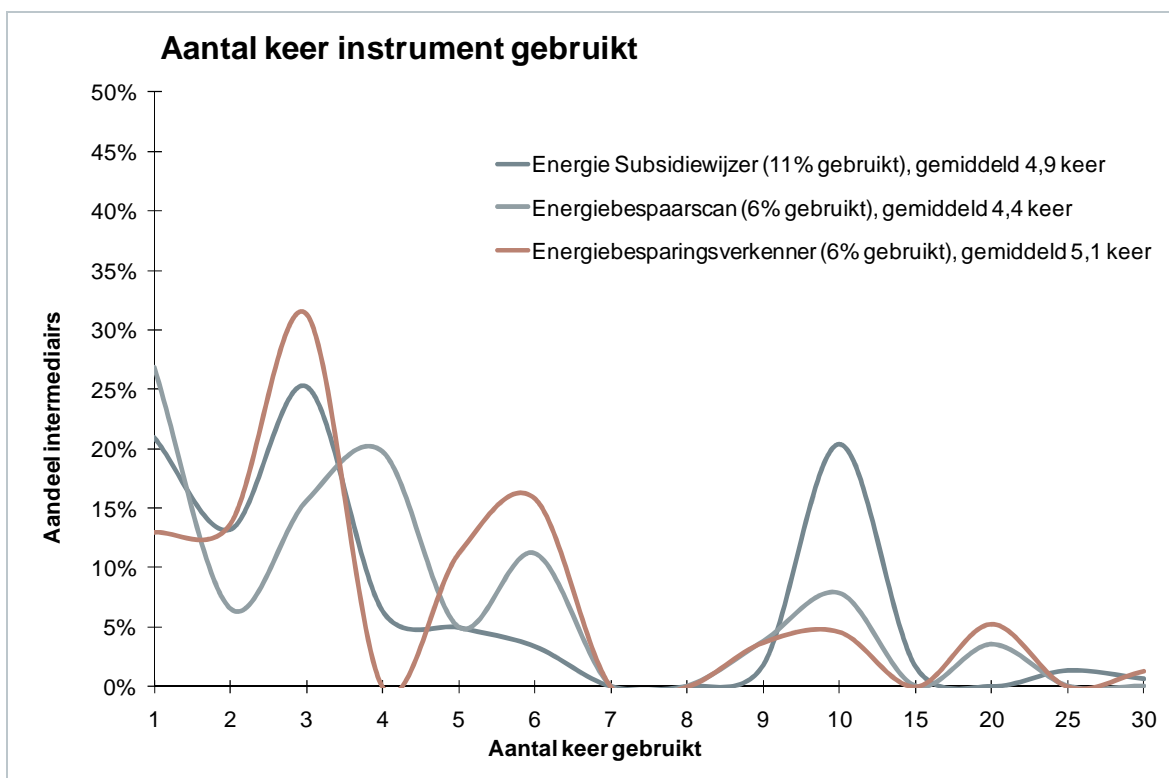
Verder valt op dat er vooral onder makelaars en hypotheekverstrekkers een informatiebehoefte bestaat. Ook dit is in lijn met de uitkomst dat onder deze doelgroepen ook de gebruiksententie het grootst is.

Behoefte aan meer informatie (%=ja)	Installateurs	Adviseurs	Makelaars	Hypotheekverstrekkers	VvE
Energiesubsidiewijzer	61%	56%	79%	76%	56%
Energiebesparingsverkenner	57%	49%	71%	70%	53%

Tabel 26. Behoefte aan meer informatie.

Aan diegenen, die de Energiebesparingsverkenner, de Energiebespaarscan en/of de Energiesubsidiewijzer weleens gebruikt hebben, is gevraagd hoe vaak zij dit al hebben gedaan en wanneer dit voor het laatst was. Gezien het geringe aandeel intermediairs bij wie dit het geval is, kunnen de resultaten niet per doelgroep worden weergegeven.

Uit figuur 12 valt op te maken dat het niet sterk per instrument verschilt hoe vaak het gemiddeld gebruikt is. Dit ligt voor de Energiesubsidiewijzer en de Energiebesparingsverkenner op ongeveer 5 keer en voor de Energiebespaarscan op 4 keer. Verder toont de figuur welk deel van de ondervraagden een instrument een bepaald aantal keer heeft gebruikt. Hieruit blijkt dat het meestal minder dan acht keer is. Wel kent de Energiesubsidiewijzer een piek aan intermediairs die het instrument tien keer hebben gebruikt (20% van 11%).



Figuur 12. Beoordeling bestaand informatieaanbod energiebesparing.

Uit tabel 27 blijkt dat de instrumenten veelal in het afgelopen jaar voor het laatst zijn gebruikt, maar langer dan een maand geleden. Het valt op dat 23% van de ondervraagden, die de Energiebesparingsverkenner weleens gebruikt heeft (6%), dit meer dan een jaar geleden voor het laatst heeft gedaan. Voor de andere instrumenten is dit percentage beduidend lager (Energiesubsidiewijzer 10%, Energiebespaarscan 6%).

Laatste keer gebruikt	Energiesubsidiewijzer (11%)	Energiebespaarscan (6%)	Energiebesparingsverkenner (6%)
Afgelopen week	11%	9%	6%
Afgelopen maand	23%	18%	29%
Laatste 12 maanden	49%	47%	34%
Meer dan een jaar geleden	10%	6%	23%
Weet niet/geen mening	7%	21%	9%

Tabel 27. Laatste keer gebruikt.

Verder is gevraagd in welke fase men de instrumenten gebruikt heeft. Tabel 28 laat zien dat dit voornamelijk in de voorbereidingsfase heeft plaatsgevonden. In 13% van de gevallen is de Energiebespaarscan als bijlage achteraf gebruikt.

Fase waarin gebruikt	Energiesubsidiewijzer (11%)	Energiebespaarscan (6%)	Energiebesparingsverkenner (6%)
Als voorbereiding	82%	68%	72%
Als bijlage achteraf	3%	13%	5%
Anders	14%	15%	16%
Weet niet/geen mening	1%	4%	7%

Tabel 28. Fase waarin gebruikt.

Tot slot is aan alle ondervraagden, die de instrumenten wel kennen maar niet gebruikt hebben, gevraagd waarom zij dit (nog) niet hebben gedaan. Men kon één antwoord geven (single respons). Tabel 29 toont hiervan de resultaten, waarbij de percentages tussen haakjes achter de doelgroepen duiden op het aandeel intermediairs dat een instrument wel kent, maar (nog) niet gebruikt heeft.

Uit de tabel blijkt dat de instrumenten niet gebruikt worden, omdat er geen vraag vanuit de klant/leden is en de problematiek dus nog niet speelt. Dit is voor alle instrumenten het meest genoemde antwoord. Verder is er een grote categorie 'anders', maar hier wordt geen enkel antwoord meer dan drie keer genoemd.

Redenen instrumenten (nog) niet gebruikt						
Energie- subsidiewijzer		Installateurs (45%)	Adviseurs (32%)	Makelaars (35%)	Hypotheek- verstr. (19%)	VvE (20%)
	Geen vraag vanuit klant gehad	54%	32%	50%	42%	27%
	Anders	27%	44%	37%	43%	56%
	Weet niet/geen mening	19%	24%	13%	15%	17%
Energie- bespaarscan		Installateurs (23%)	Adviseurs (36%)	Makelaars (19%)	Hypotheek- verstr. (12%)	VvE (13%)
	Geen vraag vanuit klant gehad	65%	47%	50%	41%	36%
	Anders	29%	41%	36%	41%	57%
	Weet niet/geen mening	6%	12%	14%	18%	7%
Energie- besparings- verkenner		Installateurs (19%)	Adviseurs (22%)	Makelaars (15%)	Hypotheek- verstr. (14%)	VvE (11%)
	Geen vraag vanuit klant gehad	38%	28%	53%	45%	27%
	Anders	54%	48%	35%	40%	64%
	Weet niet/geen mening	8%	24%	12%	15%	9%

Tabel 29. Redenen instrumenten (nog) niet gebruikt.

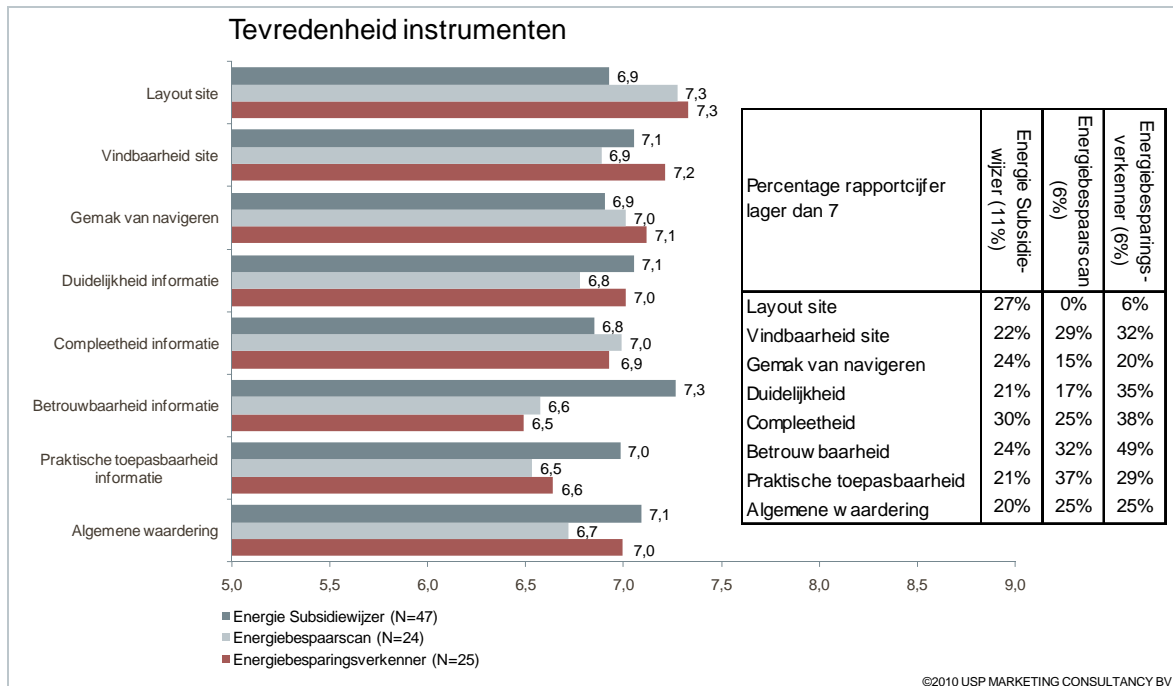
4.4 Waardering instrumenten

Uit paragraaf 4.3 bleek dat een klein deel van de ondervraagde doelgroepen de instrumenten weleens heeft gebruikt, meestal meer dan een maand geleden. Deze groep intermediairs is ook gevraagd naar hun tevredenheid met de instrumenten. Gezien het geringe aandeel gebruikers kunnen de resultaten niet per doelgroep worden weergegeven. Om deze reden, en omdat het meestal niet vrij recent is dat men met het instrument heeft gewerkt, stelt USP voor om de instrumenten online te laten beoordelen door gebruikers zoals recentelijk reeds is gebeurd. Aan hen kan, zodra zij het instrument gebruikt hebben, een online vragenlijst voorgelegd worden naar hun ervaringen.

Figuur 13 toont de gemiddelde rapportcijfers die men de instrumenten op een aantal aspecten heeft gegeven. Uit de figuur kan onder meer het volgende worden opgemaakt:

- De Energiesubsidiewijzer (7,1) en de Energiebesparingsverkenner (7,0) worden in het algemeen beduidend hoger gewaardeerd dan de Energiebespaarscan (6,7). Het is opvallend dat er een klein beoordelingsverschil bestaat tussen de Energiebesparingsverkenner en de Energiebespaarscan, aangezien er in feite weinig verschil is tussen beide instrumenten.
- De Energiesubsidiewijzer scoort het hoogst, en beduidend hoger dan de andere twee instrumenten, op de betrouwbaarheid (7,3) en de praktische toepasbaarheid (7,0) van de informatie. De Energiebespaarscan (6,6 en 6,5) en de Energiebesparingsverkenner (6,5 en 6,6) scoren hierop juist het laagst van alle aspecten.
- Daarentegen ligt de tevredenheid met de lay-out van de website juist weer beduidend hoger voor de Energiebespaarscan en de Energiebesparingsverkenner (beide 7,3) dan voor de Energiesubsidiewijzer (6,9).

- Verder scoort de Energiebesparingsverkenner hoog op de vindbaarheid van de website (7,2).
- Het gemak van navigeren, de duidelijkheid van de informatie en de compleetheid van de informatie wordt voor alle drie de instrumenten gemiddeld gewaardeerd (tussen de 6,8 en 7,1).



Figuur 13. Tevredenheid instrumenten.

Verder komt uit diepere analyse naar voren dat 30% van de ondervraagden (die het instrument gebruiken) de Energiesubsidiewijzer een cijfer van een 8 of hoger geeft. Voor de Energiebesparingsverkenner is dit 25% (van degenen die het gebruiken) en voor de Energiebespaarscan slechts 16% (van degenen die het gebruiken).

Voor elk aspect is de intermediairs, die een instrument hier een cijfer lager dan een 7 voor gaven, gevraagd wat er verbeterd zou moeten worden aan deze aspecten (de tabel in figuur 13 toont voor welk aandeel intermediairs (van degenen die het gebruiken) dit geldt). Tabel 30 toont een opsomming van de gegeven antwoorden per instrument, waaruit blijkt dat de antwoorden erg divers van aard zijn. Wel klinkt erin door dat men graag meer publiciteit rondom de instrumenten zou zien (waardoor het ook makkelijker vindbaar is) en duidelijkere (eenvoudig verwoorde en eerlijke) informatie die begrijpelijk en praktisch toepasbaar is.

Verbeterpunten instrumenten (indien cijfer lager dan 7)			
	Energiesubsidiewijzer	Energiebespaarscan	Energiebesparingsverkenner
Layout	Duidelijkheid (2 keer) Up to date Uniforme opzet voor alle sites, zijn verschillend opgezet Leesbaarheid is niet duidelijk Er moet meer inzicht komen Eenvoudiger en meer bekendheid	-	-
Vindbaarheid	Meer publiciteit (4 keer) Meer aandacht bij de branche organisatie Kernwoorden die je makkelijk naar de site brengen Eenvoudige kreten Veel dubbele info, op één site zetten Het moet praktischer zijn	Meer publiciteit (2 keer) Teveel informatie	Dat het duidelijker wordt Makkelijker vinden Moet echt heel goed zoeken
Navigeer gemak	Teveel doorverwijzingen, en bij sommige is de link weg Zoektermen invoegen Beter gebruiksgemak, minder tekst.	-	Beter programmeren
Duidelijkheid	Simpeler weergave van informatie Wat formelere taal is nodig Het is teveel, je bent heel lang aan het zoeken voordat je vindt wat er van toepassing is De duidelijkheid van antwoorden is niet goed De burger begrijpt er niets van. Dat moet veranderen	Eerlijkheid. Het is een beetje theorie, dus moeilijk toepasbaar in praktijk Je moet er goed van op de hoogte zijn om de uitleg te snappen Is een standaardmodel Duidelijker aangeven welke woningen dit betreft Toepassen van het werkelijke gasverbruik	Simpeler maken Het zijn allemaal aannames Niet compleet, is een standaardmodel De energieverkenner en -scan was één programma! Beter programmeren
Compleet -heid	Meer informatie, bv over zonne-energie Overzichtelijker maken, er is teveel informatie De technische info over maatregelen Subsidies van gemeentes en provincies	Wat meer informatie over kosten Je moet er goed van op de hoogte zijn, anders snapt de consument het niet Het is nooit op maat	Uitbreider maken Erbij melden dat het aannames zijn Er ontbreken maatregelen Loopt achter op de werkelijkheid Meer technische informatie
Betrouwbaarheid	De regering moet eerlijker zijn. Misschien wat meer of duidelijkere bronnen. Het is een politieke uiting, geen mening.	Het zijn allemaal aannames Met name in het financiële aspect. Ze moeten objectiever en eerlijker zijn. Toepassen van het werkelijke gasverbruik.	Het is te eenzijdig, werkt teveel in je voordeel Het zijn allemaal aannames Niet up to date Meer onderhoud met instanties
Praktische toepasbaarheid	Relatief veel tijd nodig om het toe te kunnen passen. Het vertrekpunt is belangrijk. Consequenties van maatregelen. Nog meer spitsen op een individuele huiseigenaar.	Het is een beetje theorie, dus moeilijk toepasbaar in praktijk. Je moet er goed van op de hoogte zijn om de uitleg te snappen. Is een standaardmodel Duidelijker aangeven welke woningen dit betreft. Toepassen van het werkelijke gasverbruik.	Makkelijker leesbaar maken 1 op 1 doorzetten van systeem naar project beter Ik zet mijn vraagtekens erbij Alleen keuze wel/niet, kan niet je info kwijt
Algemeen	Duidelijkheid (2 keer) Die uitgangspunten staan niet altijd duidelijk op papier. Basis moet goed zijn. Meer gebruiksvriendelijkheid	Eerlijkheid. Het is indicatief. Toepassen van het werkelijke gasverbruik.	Een simpelere opzet van de site. Dat alles duidelijk en leesbaar wordt. Het is niet objectief in mijn ogen De energieverkenner en -scan was één programma!

Tabel 30. Verbeterpunten instrumenten.

Tot slot is voor alle instrumenten die men kent gevraagd welke informatie in de instrumenten mist om vragen die men heeft te kunnen beantwoorden. Indien men hier missende zaken noemt is gevraagd of men andere instrumenten heeft gebruikt om deze ontbrekende informatie te vinden, en zo ja welke instrumenten dit zijn. Tabel 31 geeft alle gegeven antwoorden op deze vragen weer. Het percentage tussen haakjes achter de instrumenten duidt op het aandeel intermediairs (van degenen die het gebruiken) dat ontbrekende informatie noemt.

Uit de tabel blijkt dat er verschillende zaken genoemd worden die men mist. Meestal heeft men echter geen andere instrumenten gebruikt om de ontbrekende informatie te vinden. Indien dit wel het geval is, noemt men vooral de eigen kennis, de overheid, leveranciers of internet.

Ontbrekende informatie instrumenten		
	Ontbrekende informatie	Andere gebruikte instrumenten om ontbrekende informatie te vinden
Energiesubsidiewijzer (20% van 11%)	De kleine lettertjes om aan alle voorwaarden te voldoen moeten helderder worden. Te bureaucratisch en te lomp en te log Ik mis beeldvorming Een duidelijke uitvoering Actualiteit mist, is niet up-to-date. Aangeven als het niet meer van toepassing is. De toereikendheid van de subsidie voor een project De peildata De toegankelijkheid van de subsidieregeling Subsidies van gemeentes en provincies De betekenissen van woorden Productinformatie	- Ik kom zelf uit de bouwwereld en weet het zelf. Via zoekmachines. Bij leveranciers. Eigen expertise en gemeente etc. Bij de overheid. - - Probeer alle websites om te kijken wat ik mis. - -
Energiebespaarscan (23% van 6%)	Een keuring van andere bedrijven De aannemers moeten beter geïnformeerd worden Eerlijkheid bij de informatie Toepasbaarheid Met name m.b.t. praktische zaken Wat diepgang Duidelijkheid en van toepassing brengen op woningen en indelen in categorieën (oude en nieuwe woningen bijvoorbeeld)	- - - Leveranciers - Eigen procedure -
Energiebesparingsverkenner (19% van 6%)	Voor mij is de verkenner duidelijk, maar voor de normale burger niet, en dat moet veranderen De doortastendheid van de berekening, niet alle details Actualiteit, sommige maatregelen overlappen elkaar De linken naar de instellingen De tijdslimiet Duidelijkheid naar de woningen toe	Gemeente en een andere VvE Internet, eigen kennis Eigen expertise - - -

Tabel 31. Ontbrekende informatie instrumenten.

SenterNovem is van plan om de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer eventueel te integreren in één instrument. Derhalve wil SenterNovem graag weten hoe de doelgroepen tegenover dit idee staan. Aan alle intermediairs, die zowel de Energiebesparingsverkenner als de Energiesubsidiewijzer kennen (ongeacht of ze het gebruiken) is gevraagd of zij meer gebruik zouden maken van de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer indien deze samengevoegd zouden worden tot één instrument.

Tabel 32 geeft de antwoorden op deze vraag weer, waarbij het percentage tussen haakjes achter de doelgroepen duidt op het aandeel intermediairs dat zowel de Energiebesparingsverkenner als de Energiesubsidiewijzer kent. Het blijkt dat de meerderheid van alle doelgroepen, met uitzondering van adviseurs (47%) meer gebruik zou maken van deze twee instrumenten als ze geïntegreerd zouden worden tot één instrument. Gezien het beperkte aantal waarnemingen dienen de uitkomsten per doelgroep wel met enige voorzichtigheid te worden geïnterpreteerd.

Daarnaast vindt een groot deel van de doelgroepen het desgevraagd belangrijk dat partijen zoals Vereniging Eigen Huis, Nibud of Milieu Centraal met de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer werken en deze instrumenten richting hun achterban aanbieden. Aan deze groep intermediairs is tevens gevraagd of zij de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer sneller zouden gaan gebruiken indien deze partijen hier ook mee werken. Wederom blijkt dit bij de meerderheid van de ondervraagden het geval.

Houding ten aanzien van Energiebesparingsverkenner en Energiesubsidiewijzer -1	Installateurs (18%)	Adviseurs (35%)	Makelaars (20%)	Hypotheek-verstrekkers (9%)	VVE (9%)
Ik zal de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer meer gebruiken indien geïntegreerd (%=ja)	65%	47%	70%	64%	60%
Ik vind het belangrijk dat Vereniging Eigen Huis, Nibud of Milieu Centraal met de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer werken en richting hun achterban aanbieden (%=ja)	82%	74%	87%	91%	100%
Ik zal de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer sneller gebruiken als Vereniging Eigen Huis, Nibud of Milieu Centraal hier ook mee werken (%=ja van % dat belangrijk vindt dat partijen ermee werken)	72% van 82%	60% van 74%	58% van 87%	80% van 91%	60% van 100%

Tabel 32. Houding ten aanzien van Energiebesparingsverkenner en Energiesubsidiewijzer -1.

Gemiddeld kent 18% van alle ondervraagde intermediairs de Energiebesparingsverkenner én de Energiesubsidiewijzer en heeft zodoende de vragen uit tabel 32 voorgelegd gekregen. Tabel 33 toont de uitkomsten op deze vragen, maar nu uitgesplitst naar:

- intermediairs die zowel de Energiebesparingsverkenner als de Energiesubsidiewijzer gebruikt hebben (19% van 18%),
- intermediairs die slechts één van beide instrumenten gebruikt hebben (24% van 18%) en
- intermediairs die beide instrumenten alleen kennen maar niet gebruikt hebben (57% van 18%).

Uit deze tabel blijkt dat met name de intermediairs die één of beide instrumenten daadwerkelijk gebruikt hebben de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer nog meer zouden gebruiken indien deze samengevoegd zouden worden (74% en 78%). Onder intermediairs die de instrumenten alleen kennen maar niet gebruiken is dit slechts 49%.

Bij de vraag of men het belangrijk vindt dat partijen zoals Vereniging Eigen Huis, Nibud of Milieu Centraal met de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer werken en deze instrumenten richting hun achterban aanbieden maakt het geen verschil of men de instrumenten alleen kent (79% vindt het belangrijk)

of er ook echt mee gewerkt heeft (79% en 92%). Hetzelfde geldt voor de vraag of men de instrumenten sneller zou gaan gebruiken indien deze partijen hier ook mee werken.

Houding ten aanzien van Energiebesparingsverkenner en Energiesubsidiewijzer -2	Totaal	Gebruikt beide instrumenten (19%)	Gebruikt 1 van beide instrumenten (24%)	Kent instrumenten maar gebruikt niet (57%)
Ik zal de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer meer gebruiken indien geïntegreerd (=ja)	61%	74%	78%	49%
Ik vind het belangrijk dat Vereniging Eigen Huis, Nibud of Milieu Centraal met de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer werken en richting hun achterban aanbieden (=ja)	82%	79%	92%	79%
Ik zal de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer sneller gebruiken als Vereniging Eigen Huis, Nibud of Milieu Centraal hier ook mee werken (=ja van % dat belangrijk vindt dat partijen ermee werken)	65% 82%	67% 79%	68% 92%	62% 79%

Tabel 33. Houding ten aanzien van Energiebesparingsverkenner en Energiesubsidiewijzer -2.

Uit dit alles kan derhalve worden opgemaakt dat het samenvoegen van Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer volgens de doelgroepen een goed idee is en waarschijnlijk tot een hogere gebruiksfrequentie zal leiden, ook onder degenen die er nu nog geen gebruik van maken. Gebruik door Vereniging Eigen Huis, Nibud of Milieu Centraal kan hierbij actief gecommuniceerd worden in marketinguitingen, omdat men het belangrijk vindt dat deze partijen hier ook mee werken en men dan ook eerder zelf geneigd zou zijn om de instrumenten te gebruiken.

4.5 Bevindingen diepte interviews VvE's – instrumentarium woningbouw

SenterNovem is als organisatie bij op één na alle gesproken voorzitters alsook de beheerder en corporatie bekend. Wel zijn er twee voorzitters die SenterNovem vooral vanuit innovatie stimulering kennen en niet zozeer gerelateerd aan energiebesparing. De verschillende instrumenten zijn bij niemand bekend. Tijdens het gesprek zijn de Energiesubsidiewijzer en de Energiebesparingsverkenner voor projecten voorgelegd en toegelicht, waarna kort door de twee instrumenten is gegaan op basis van de situatie van de specifieke VvE om zodoende een eerste reactie te kunnen krijgen over de technische inhoudelijke verbeterpunten van deze instrumenten.

Energiesubsidiewijzer

De Energiesubsidiewijzer wordt door drie voorzitters en door de beheerder en corporatie als positief en nuttig gezien. Deze voorzitters gaven allen aan de site actief te zullen gebruiken bij het bepalen van de eventueel te nemen maatregelen. Opvallend is vooral dat de voorzitter die zeer actief bezig is met subsidies voor energiebesparende maatregelen niet van het bestaan van de site op de hoogte was. De overige voorzitters waren neutraal aangezien ze zelf niet op korte termijn de noodzaak van het gebruik van de site

inzien wegens de prioriteit eerst op het uitvoeren van de nodige onderhoudswerkzaamheden waarmee al het budget voor de komende jaren reeds is uitgegeven.

Positieve punten:

- Zeer overzichtelijk om alle subsidies en leningen voor de specifieke gemeente bij elkaar te hebben
- Duidelijke korte uitleg over de achtergrond en voorwaarden van de subsidie
- Bespaart veel tijd door hier op te kijken in plaats van rondvragen bij gemeente
- Goed te navigeren, ziet snel wat er mogelijk is

Verbeterpunten:

- Zou nog makkelijker zijn als je VvE als optie zou kunnen selecteren
- Vindbaarheid en bekendheid van de site (link op gemeente site, VvE Belang, Eigen Huis, energieleverancier)

Energiebesparingsverkenner voor projecten

Dezelfde groep van drie voorzitters die positief zijn over de subsidiewijzer, zijn ook bij het (kort) werken met de Energiebesparingsverkenner voor projecten positief over dit instrument. Na een korte uitleg van het instrument waren de voorzitters er snel mee weg tijdens het invoeren van de gegevens en ook bij het doorlopen van de verschillende stappen werden weinig onduidelijkheden op het eerste gezicht ervaren. Wel moet hierbij vermeld worden dat alle voorzitters aangaven zelf nog eens rustig in detail er doorheen te willen gaan (met name in de mogelijke maatregelen en de basis situatie versus de resultaten). De eerste evaluatie is in ieder geval zeer positief, met name als overzichtelijk hulpmiddel om in de voorbereidende fase een indicatie van mogelijkheden, kosten en opbrengsten te krijgen. Hiermee kan snel verantwoording afgelegd worden bij het voorstellen van eventuele maatregelen. Voor deze voorzitters is het dan ook aan de voorzitter zelf om met het instrument te werken. Wel zal het vooral als 1^e voorbereiding kunnen dienen en zal nadien wel de concrete (kosten)technische onderbouwing nog moeten plaatsvinden. De andere voorzitters waren niet gemotiveerd om in detail het instrument in te vullen. Bij de vraag voor wie dit instrument dan het meest relevant is, wordt door hen wisselend geantwoord. Ofwel een bestuurslid dat technisch onderlegd is, ofwel de beheerder/corporatie met beheerderfunctie wordt gezien als de meest aangewezen persoon om met het instrument te werken.

Positieve punten:

- Optie tot bewaren en exporteren gegevens om zodoende aan leden/beheerder te kunnen tonen
- Detailgegevens per type woning
- Link met verbetermaatregelen naar energieklassen
- Werken met verschillende scenario's
- Kost weinig tijd om in te vullen en geeft goede eerste indruk
- Duidelijke korte uitleg over de achtergrond en voorwaarden van de subsidie
- Bespaart veel tijd door hier op te kijken in plaats van rondvragen bij gemeente
- Goed te navigeren, ziet snel wat er mogelijk is

Verbeterpunten:

- Ontbreken subsidiegegevens
- Vindbaarheid en bekendheid van de site (link op gemeente site, VvE Belang, Eigen Huis, energieleverancier)

- Concrete adviezen hoe resultaten te gebruiken naar de vereniging toe om achterban te motiveren tot het nemen van energiebesparende maatregelen
- Te veel nadruk op de standaard energiebesparende maatregelen, vooral concrete informatie over succesvolle innovatieve projecten nodig voor VvE

Bijlage 1: Vragenlijst

Achtergrond en doelstelling

SenterNovem wil een beeld krijgen wat voor een houding relevante intermediairs (voor met name de koopwoningenmarkt) hebben aangaande energiebesparing en in welke mate het door SenterNovem ontwikkelde instrumentarium de doelgroepen helpt en stimuleert om met energiebesparing aan de slag te gaan. Aan de hand van dit inzicht kan worden bepaald op welke maatregelen (marketing om bewustheid dan wel bekendheid te creëren of wel technische optimalisatie (betere tools)) ingezet dient te gaan worden om de belangrijkste intermediairs meer stimulerend te laten opereren op het gebied van te nemen energiebesparende maatregelen.

Opbouw/structuur vragenlijst

Deze vragenlijst bestaat uit de volgende vragenblokken:

- A. Achtergrond
- B. Energiebesparing in het algemeen
- C. Informatievoorziening omtrent energiebesparing
- D. Bekendheid en waardering instrumentarium SenterNovem

Onderzoeksdoelgroepen

100 respondenten van elk van de volgende doelgroepen actief in de woningbouw: installateurs, adviseurs, makelaars, hypotheekverstrekkers en voorzitters van verenigingen van eigenaren.

Opmerkingen

Hetgeen tussen haakjes staat '[]' betreffen voorwaarden op vragen, instructies voor de callcenter agent dan wel opmerkingen voor SenterNovem.

INTRODUCTIE

Goedemorgen/middag u spreekt met #naam enq.# van USP. Mag ik van u *#installateur die commerciële contacten heeft/adviseur op het gebied van energie/makelaar woningbouwprojecten/ financieel adviseur#?*

Goedemorgen/middag u spreekt met #naam enq.# van USP. Spreek ik met de voorzitter van de VvE#..#?

[Als gewenste persoon aan de lijn is] Goedemorgen/middag u spreekt met #naam enq.# van USP. In opdracht van het ministerie van VROM zijn wij bezig met het in kaart brengen in hoeverre enkele voor u ontwikkelde instrumenten bij u bekend zijn en u helpen om de juiste maatregelen te nemen. Deze instrumenten worden tijdens het onderzoek bekend gemaakt.

Zou ik u in het kader van dit onderzoek een aantal vragen mogen stellen?

[Het gesprek zal ongeveer 10 minuten duren. Uw antwoorden worden anoniem verwerkt.]

0	Respondent is op vakantie	0	Resp. weigert deel te nemen	0	Anders, namelijk...
0	Geen gehoor	0	Resp. wil teruggebeld worden	0	Weet niet
0	Fout telefoonnummer	0	Antwoordapparaat		
0	Resp. is om ... bereikbaar	0	Secretaresse weigert		

A. ACHTERGROND

1. [niet VvE] Als eerste enige achtergrondvragen voor de statistieken. Wat is uw functie? [spontaan]

0	Adviseur	0	Makelaar	0	Milieucoördinator
0	Directeur/eigenaar	0	Installateur	0	Anders, namelijk
0	Project Manager	0	Filiaalleider	0	Weet niet/geen mening

2. [niet VvE] Hoeveel medewerkers werken er binnen uw organisatie, inclusief uzelf?

0
---	------

3. [hypotheekverstrekker/makelaar] Hoeveel % van uw omzet zit in woningbouw en hoeveel in utiliteitsbouw? Zou u een schatting willen maken van de aandelen?

%	Woningbouw	..%	Utiliteitsbouw
---	------------	-----	----------------

[indien niet actief in woningbouw, einde enquête]

4. [hypotheekverstrekker] Hoeveel hypotheeken voor woningen heeft uw vestiging in 2008 verstrekt?

...	Hypotheeken
-----	-------------

5. [makelaar] Hoeveel woningen heeft uw vestiging in 2008 verkocht?

...	Woningen
-----	----------

6. [installateurs/adviseurs] In wat voor soort werken bent u met name actief? Zou u een schatting willen maken van de aandelen?

0	Woningbouw of utiliteitsbouw?	0	%	0	%
0	Nieuwbouw of onderhoud/renovatie?	0	%	0	%
0	Grootschalige projecten of meer kleinere werken?	0	%	0	%

7. [installateur/adviseur] Bent u actief in de klimaatsector, in de electrosector of bent u in beide sectoren actief?

0	Klimaatsector	0	Electrosector	0	Beide sectoren
---	---------------	---	---------------	---	----------------

8. [VvE] Ik wil u allereerst enkele vragen stellen over het gebouw waar u voorzitter van de VvE van bent. Hoeveel woningen telt het gebouw?

...	Woningen
9.	[VvE] Wat is het bouwjaar van het gebouw?
...	Bouwjaar
10.	[VvE] Wat is de totale oppervlakte van het gebouw? [aandringen op schatting]
...	M2
11.	[VvE] Wat is in uw ogen de staat van het gebouw op het gebied van energiezuinigheid?
0	Zeer energiezuinig
0	Enigszins energiezuinig, maar valt nog het nodige te verbeteren
0	Niet zuinig, maar ook niet onzuinig
0	Enigszins onzuinig
0	Zeer onzuinig
0	Weet niet/geen mening
12.	[VvE] Dan volgen nu enkele vragen over de VvE. Hoe vaak per jaar komt de VvE samen?
...	Keren per jaar
13.	[VvE] Zijn de gaskosten en elektriciteitskosten individueel bemeterd of collectief? {keuze ind of coll}
0	Gaskosten individueel bemeterd
0	Elektriciteitskosten individueel bemeterd
14.	[VvE] Hoeveel jaar bent u reeds voorzitter van de VvE?
..	Jaar
15.	[VvE] Is uw VvE gelieerd aan een woningbouwcorporatie?
0	Ja
0	Nee
16.	[VvE] Kunt u een schatting geven hoeveel uren per maand u steekt in het voorzitterschap?
...	Uren per maand
17.	[VvE] Wat is uw hoogst genoten opleiding?
0	LBO
0	MBO
0	HBO
0	Universitair
0	Anders, namelijk
0	Weet niet/geen mening

18. [VvE] Bent u naast uw voorzitterschap nog actief werkzaam in een betaalde functie?

0	Ja
0	Nee

19. [indien A18=ja] Heeft u op uw werkgebied te maken met energie of milieu?

0	Ja
0	Nee

20. [VvE] Heeft u de afgelopen 3 jaar vanuit de VvE onderhoudswerkzaamheden laten uitvoeren, zo ja welke?

0	Schilderwerkzaamheden
0	Gevelonderhoud
0	Installatieonderhoud
0	Anders, namelijk
0	Geen onderhoud uitgevoerd
0	Weet niet/geen mening

21. [20 is niet geen] Heeft u hierbij gedacht aan energiebesparing?

0	Ja
0	Nee

22. [VvE] Heeft de VvE de afgelopen 3 jaar energiebesparende maatregelen genomen?

0	Ja
0	Nee

23. [VvE] heeft de VvE budget gereserveerd voor het nemen van energiebesparende maatregelen in de komende jaren?

0	Ja
0	Nee

B. ENERGIEBESPARING IN HET ALGEMEEN

1. [Niet VvE] Op wat voor aspecten onderscheidt uw organisatie zich van haar concurrentie?[spontaan]

0	Prijs	0	Advisering	0	Duurzaamheid
0	Kwaliteit	0	Flexibiliteit	0	Anders, namelijk
0	Relatie	0	Innovatie	0	Weet niet/geen mening
0	Snelheid				

In dit onderzoek willen we een beeld krijgen van uw houding tegenover energiebesparing en in hoeverre de beschikbare instrumenten u helpen om uw klanten/leden hierin te ondersteunen.

2. Ik wil u nu een aantal stellingen voorleggen aangaande uw persoonlijke houding tegenover energiebesparing; zou u kunnen aangeven in welke mate u het ermee eens bent. U kunt antwoorden met zeer mee een, mee een, neutraal, mee oneens, zeer mee oneens. [opm. roteren om volgorde effect te voorkomen]

0	Ik ben goed op de hoogte van de mogelijkheden, voordelen en kosten voor het nemen van energiebesparende maatregelen voor mijn woning.
0	Vanuit de toenemende maatschappelijke aandacht voor energiebesparing, ben ik gemotiveerd energiebesparende maatregelen te nemen.
0	Ik ben goed op de hoogte van de subsidies voor het nemen van energiebesparende maatregelen voor mijn woning
0	Door de lange terugverdientijd van investeringen, zijn energiebesparende maatregelen weinig interessant.
0	Een energiezuinige woning kan makkelijker worden verkocht

3. Hoeveel schat u de energiekosten voor een gemiddelde rijtjeswoning uit 1995, met 4 bewoners, met 100m² op jaarbasis?

..	Euro
----	------

4. [Niet VvE] Dan volgen nu enkele stellingen over de rol van energiebesparing in uw werkzaamheden op het gebied van woningbouw. Zou u kunnen aangeven in welke mate u het ermee eens bent. U kunt antwoorden met zeer mee een, mee een, neutraal, mee oneens, zeer mee oneens.

0	Ik zie een toenemende aandacht onder mijn klanten voor energiebesparing in de afgelopen drie jaren
0	Ik verwacht een toenemende aandacht onder mijn klanten voor energiebesparing in de komende drie jaren
0	Ik ben goed op de hoogte wat ik mijn klanten kan adviseren op het gebied van energiebesparende maatregelen voor hun woning
0	Door proactief te adviseren op het gebied van energiebesparing kan ik mijn klanten een duidelijke meerwaarde bieden.
0	Door de lange terugverdientijd van investeringen zijn energiebesparende maatregelen voor mijn klanten weinig interessant
0	Ik zie het als mijn verantwoordelijkheid om op de hoogte te zijn van de voordelen en mogelijkheden op het gebied van energiebesparing
0	Ik ben in staat om het advies te geven welke bouwkundige energiebesparende maatregelen genomen kunnen worden (alleen gesteld aan installateurs en adviseurs)

5. [VvE] Dan volgen nu enkele stellingen over de rol van energiebesparing binnen uw VvE. Zou u kunnen aangeven in welke mate u het ermee eens bent. U kunt antwoorden met zeer mee een, mee een, neutraal, mee oneens, zeer mee oneens.

0	Ik adviseer mijn leden proactief over te nemen energiebesparende maatregelen
0	Ik zie een toenemende aandacht onder mijn leden voor energiebesparing in de afgelopen drie jaren
0	Ik verwacht een toenemende aandacht onder mijn leden voor energiebesparing in de komende drie jaren
0	Ik ben goed op de hoogte wat ik mijn leden kan adviseren op het gebied van energiebesparende maatregelen voor hun woning
0	Door te adviseren op het gebied van energiebesparing kan ik mijn leden een duidelijke meerwaarde bieden.

0	Door de lange terugverdientijd van investeringen zijn energiebesparende maatregelen voor mijn leden weinig interessant
0	Ik zie het als mijn verantwoordelijkheid om op de hoogte te zijn van de voordelen en mogelijkheden op het gebied van energiebesparing

6. [indien b4/5 laatste stelling is (zeer) oneens] Wie zou volgens u op de hoogte moeten zijn van de mogelijkheden, kosten en voordelen van energiebesparende maatregelen voor de woning van uw klanten / leden om hen goed te kunnen informeren? [spontaan]

0	Technisch Adviseur	0	Overheid	0	Branche- en belangenorganisaties
0	Beheerder	0	Installateur	0	Anders, namelijk
0	Klant/bewoner zelf	0	Energieleverancier	0	Weet niet/geen mening
0	Corporatie				

C. INFORMATIEVOORZIENING

1. Van welke van de volgende zaken bent u voldoende op de hoogte om uw klanten/leden te kunnen adviseren?

0	Mogelijkheden tot nemen energiebesparende maatregelen
0	Voordelen van het nemen van energiebesparende maatregelen
0	Kosten van het nemen van energiebesparende maatregelen
0	Relevante subsidies
0	Relevante wetgeving
0	Rol energielabel

2. Waar haalt u uw informatie vandaan aangaande de mogelijkheden, voordelen, kosten van energiebesparende maatregelen vandaan? [geholpen]

0	Vakbladen
0	Beurzen, symposia
0	Collega's
0	Extern advies
0	Internet via zoekmachine
0	Specifieke website op internet
0	Branche- en belangenorganisaties
0	Anders, namelijk

3. [indien C2=vakbladen] Uit welke bladen haalt u uw informatie op het gebied van energiebesparende maatregelen? [spontaan]

0	Vastgoedmarkt	0	Aedes Magazine	0	PropertyNL
0	GAWALO	0	Building Business	0	Installatie & Sanitair
0	Installatie Journaal	0	VVE Belang	0	Anders, namelijk

0	Intech K&S	0	Vereniging Eigen Huis	0	Weet niet/geen mening
0	Elektropraktijk	0		0	

4. [indien C2=gerichte site] Uit welke websites haalt u uw informatie op het gebied van energiebesparende maatregelen? [spontaan]

0	SenterNovem	0	VROM	0	VVE Belang
0	Milieucentraal	0	Building Business	0	Energiebesparingsverkenner
0	Energielabel	0	Sites energieleveranciers	0	Anders, namelijk
0	Energiened	0	VME	0	
0	Subsidiewijzer	0	Vereniging Eigen Huis	0	Weet niet/geen mening

5. [indien C2=branche- en belangenorganisaties] Via welke branche- en belangenorganisaties haalt u uw informatie op het gebied van energiebesparende maatregelen? [spontaan]

0	Vereniging Eigen Huis	0	NVM	0	Anders, namelijk
0	Uneto VNI	0	Bouwend Nederland	0	Weet niet/geen mening
0	NVKL	0	Aedes	0	
0	VVE Belang	0	VBO	0	

6. Hoe beoordeelt u het bestaande informatieaanbod over energiebesparende maatregelen?

0	Zeer slecht	0	Neutraal	0	Zeer goed
0	Slecht	0	Goed	0	Weet niet/geen mening

7. Welke informatie op het gebied van energiebesparing mist u in het huidige aanbod? [spontaan]

0	Mogelijkheden tot nemen energiebesparende maatregelen
0	Voordelen van het nemen van energiebesparende maatregelen
0	Kosten van het nemen van energiebesparende maatregelen
0	Relevante subsidies
0	Relevante wetgeving
0	Informatie over het energielabel
0	Anders, namelijk
0	Ik mis geen informatie
0	Weet niet/geen mening

D. BEKENDHEID EN WAARDERING SENTERNOVEM INSTRUMENTEN

1. Dit onderzoek wordt uitgevoerd voor SenterNovem (sinds 1 januari Agentschap.NL) , een agentschap van het ministerie van Economische Zaken welke zich richt op

duurzaamheid en innovatie en in dat kader dus ook energiebesparing. Kent u SenterNovem, en zo ja waarvan? {spontaan}

0	Van een subsidieaanvraag	0	Van beurzen en/of symposia
0	Van instrumenten, zoals het Energielabel	0	Ik ken SenterNovem niet
0	Van publicaties, zoals advertenties, brochures of internet	0	Weet niet / geen mening

2. SenterNovem is actief betrokken bij Meer met Minder. Dit is het nationale energieprogramma om tot en met 2011 500.00 bestaande woningen minimaal 30% energiezuiniger te maken. Kent u Meer met Minder en zo ja, waarvan?

0	Van persberichten	0	Van beurzen en/of symposia
0	Van SenterNovem	0	Ik ken Meer met Minder niet
0	Van advertenties, brochures of internet	0	Weet niet / geen mening

3. SenterNovem heeft een aantal instrumenten ontwikkeld om woningeigenaren en intermediairs zoals u snel en duidelijk inzichtelijk te maken welke energiebesparende maatregelen genomen kunnen worden, welke kosten en besparingen hiermee samenhangen en welke relevante subsidies beschikbaar zijn. De nu volgende vragen zullen hier wat dieper op ingaan. Bent u bekend met de volgende instrumenten? [antwoordopties: bekend en gebruikt, bekend maar niet gebruikt, niet bekend]

0	De Energiebesparingsverkenner
0	De Energiesubsidiewijzer
0	De Energiebespaarscan

4. [indien bekend, per instrument] Hoe heeft u kennis genomen van #instrument#?[spontaan]

0	Advertentie in vakbladen	0	Internet via zoekmachine
0	Perspublicaties	0	Specifieke website op internet
0	Beurzen, symposia	0	Branche/belangenorganisaties
0	Collega's	0	Anders, namelijk
0	Extern advies		

5. [indien D3=niet bekend met Energiebesparingsverkenner] De Energiebesparingsverkenner laat in enkele stappen de energiebesparingmogelijkheden van een woning dan wel een woningproject zien, en berekent meteen het financiële voordeel. Hoe groot acht u de kans dat u dit instrument zal gaan gebruiken?

0	Zeer groot	0	Klein
0	Groot	0	Zeer klein
0	Niet groot, niet klein	0	Weet niet/geen mening

6. Zou u meer informatie over de Energiebesparingsverkenner willen ontvangen?

0	Ja
0	Nee

7. [indien D3= niet bekend met Energiesubsidiewijzer] De Energiesubsidiewijzer biedt één totaaloverzicht van de beschikbare subsidies, leningen en andere regelingen voor het nemen van energiebesparende maatregelen voor een woning. Hoe groot acht u de kans dat u dit instrument zal gaan gebruiken?

0	Zeer groot	0	Klein
0	Groot	0	Zeer klein
0	Niet groot, niet klein	0	Weet niet/geen mening

8. [indien D3= niet bekend met Energiesubsidiewijzer] Zou u meer informatie over de Energiesubsidiewijzer willen ontvangen?

0	Ja
0	Nee

9. [Indien D3=al bekend, maar niet gebruikt] Kunt u aangeven waarom u #instrument# (nog) niet gebruikt heeft?

0	Instrument was niet duidelijk genoeg om te gebruiken
0	Instrument niet vindbaar
0	Andere instrumenten meer geschikt
0	Instrument geeft geen antwoord op mijn vraag
0	Geen vraag vanuit klant gehad, problematiek speelt nog niet
0	Anders, namelijk

10. [Indien d9=ander instrument meer geschikt] Welk instrument is in uw ogen meer geschikt?

0	...
---	-----

11. [Indien d9=te weinig kennis] Welke kennis mist u om gebruik te maken van #instrument#?

0	...
---	-----

12. [Indien d9=geen antwoord op mijn vraag] Welke informatie mist u in #instrument# ?

0	...
---	-----

13. [indien d3=gebruikt, per instrument] Wanneer heeft u #instrument# voor het laatst gebruikt?

0	Afgelopen week	0	Meer dan een jaar geleden
0	Afgelopen maand	0	Weet niet / geen mening
0	Laatste 12 maanden		

14. [indien d3=gebruikt, per instrument] Hoe vaak heeft u ongeveer reeds #instrument# gebruikt? [aandringen op schatting]

..	keer
----	------

15. [indien d3=gebruikt, per instrument] In welke fase heeft u #instrument# gebruikt?

0	Als voorbereiding	0	Anders, namelijk:
0	In contact met de klant	0	Weet niet / geen mening
0	Als bijlage achteraf		

16. [indien d3=gebruikt, per instrument] Hoe waardeert u #instrument# op de volgende aspecten (cijfer van 1 t/m 10)?

0	Vindbaarheid site	0	Praktische toepasbaarheid van de informatie
0	lay-out site	0	Compleetheid van de informatie
0	Gemak van navigeren	0	Betrouwbaarheid van de informatie
0	Duidelijkheid van de informatie	0	Algemene waardering

17. [indien d3=gebruikt, per instrument, rapportcijfer 6 of lager, per aspect] Wat zou er verbeterd moeten worden? Betreffende #aspect#[max 2 aspecten doorvragen]

0	...
---	-----

18. [indien d3=gebruikt, per instrument] Welke informatie mist u bij #instrument# om uw vragen te kunnen beantwoorden?

0	Ik mis geen informatie
0
0	Weet niet/geen mening

19. [indien d17=informatie wordt gemist] Heeft u andere instrumenten gebruikt om de ontbrekende informatie te vinden? Zo ja, welke?

0	Ja, namelijk...
0	Nee

20. [indien d3=bekend met instrumenten] Zou u meer gebruik maken van de Energiebesparingsverkenner en de Energiesubsidiewijzer indien deze geïntegreerd zouden worden in 1 instrument?

0	Ja
0	Nee
0	Weet niet/geen mening

21. [indien d3=bekend met instrumenten] Vindt u het belangrijk dat partijen zoals Vereniging Eigen Huis, Nibud of Milieu Centraal met deze instrumenten werken en richting hun achterban aanbieden?

0	Ja
0	Nee
0	Weet niet/geen mening

22. [indien D20=ja] Zou u deze instrumenten sneller gebruiken indien deze partijen hier ook mee werken?

0	Ja
0	Nee
0	Weet niet/geen mening

23. Zou u geïnformeerd willen worden door SenterNovem aangaande energiebesparing , zo ja hoe?

0	Advertenties in vakbladen	0	via brochures
0	Perspublicaties	0	Via eigen branche/belangenorganisatie
0	Beurzen, symposia	0	Anders, namelijk
0	Gerichte digitale mailing	0	niet

24. Dit was mijn laatste vraag. Heeft u tot slot nog opmerkingen over SenterNovem of het onderzoek? [*open vraag*]

....

25. Indien meer info gewenst: Mag ik uw gegevens noteren zodat SenterNovem u de gewenste informatie kan toezenden?

....

Namens SenterNovem en USP wil ik u hartelijk danken voor uw medewerking en een prettige dag wensen.
Dag mijnheer/mevrouw.