

Transact.

30 duizend kansen

*Amsterdammers en het verduurzamen
van hun grondgebonden koopwoning*

24 januari 2024

Deel C: Bijlagen



Inhoudsopgave

Bijlagen

1. Checklist interviews	4
2. Leefstijlen Mentalitymodel (Motivaction)	10
3. Leefstijlen BSR-model (MarketResponse)	12
4. Save The Homes (Joint Research Centre, Europese Commissie, 2021)	14
5. Isolatieoffensief: het uitvoeringsplan 2024-2026 (Gemeente Amsterdam, 2023)	18
6. Van kunnen via weten en vinden naar doen (gemeente Amsterdam, 2023)	20
7. Verduurzamingsreis eigenaar-bewoners	24
8. Van groene koplopers naar “de middengroepen” (Klimaatstichting Hier, 2023)	26
9. Onderzoek Energietransitie Amsterdam (I&O Research, 2022)	28
10. Bewonersonderzoek (Weesp Duurzaam, 2023)	30
11. Advies Propositie Particulieren Warm Amsterdam (Balance, 2023)	32

Toelichting

Voor een eerste analyse zijn een aantal onderzoeks- en kennisrapporten doorgenomen als achtergrond voor dit onderzoek. In het hoofdrapport (deel A) wordt naar deze bijlagen verwezen. De voor de analyse belangrijkste punten staan in deze bijlagen.

Checklist interviews

Voor de gesprekken met eigenaar-bewoners hebben we onderstaande checklist gebruikt.

Vragen kwalitatieve verkenning

VRAGEN VAN TEVOREN OP TE ZOEKEN

Eigenaar-bewoners het volgende vragen van tevoren op te zoeken:

- Bouwjaar
- Energielabel
- Stroomverbruik
- Gasverbruik

Heeft u uw huis (extra) geïsoleerd?

- Dak? Sinds wanneer?
- Spouw? Sinds wanneer?
- Vloer? Sinds wanneer?
- Isolatieglas? Met welke dikte, isolatiewaarde? Sinds wanneer?

Heeft u een warmtepomp?

- Welk merk en type?
- Hybride? Lucht? Bodem?
- Sinds wanneer?

GEGEVENS

Datum

Naam

U bent de eigenaar-bewoner?

Mag ik uw leeftijd weten?

Samenstelling en grootte huishouden

Zijn er binnenkort verandering op komst: baby, kinderen uit huis, met pensioen?

Mag ik ieders leeftijd weten?

Opleiding en inkomen als afsluitende vragen nadat er meer vertrouwen is ontstaan

WONING

Adres en postcode

Woning type en grootte

Verwacht u binnenkort te verhuizen?

ANDERE MILIEUACTIES

Ik ga u zo over het verduurzamen van uw woning vragen, maar wil u eerst iets vragen over uw andere milieufacties.

Vindt u dat u en uw huishouden milieusparend leven?

Neemt u (naast energiebesparing ook andere) acties om het milieu te sparen?

- Afval scheiden: papier, plastic, KCA, kringloopwinkel
- Minder autorijden
- Geen/minder vlees eten
- Geen/minder kaas eten
- Biologische producten
- Minder nieuwe, vaker tweedehandskleding
- Lid van een milieuorganisatie
- ...

MOTIVATIE

Let u op uw energieverbruik in huis?

Wat maakt dat u niet op uw energieverbruik in huis let?

- Niemand die ik ken doet het. Alleen iets voor energiegekkies ...
- Eerst in China, India of de VS
- Eerst de industrie en bedrijven
- ...

Wat maakt dat u zuinig met energie bent?

- Kosten
- Meer comfort
- Energie onafhankelijkheid
- Geen verspilling
- Milieu/klimaat
- Waardestijging van mijn huis
- ...

De energiekosten zijn door de oorlog in Oekraïne fors gestegen. Heeft u besparingsmaatregelen genomen? Zo ja, welke?

- Verwarming uit
- Thermostaat laag
- Deuren dicht houden (om warmteverlies te voorkomen)
- Airco uit
- Deuren, ramen, gordijnen dicht en zonnenschermen uit om warmte buiten te houden
- ...

STROOM/ELEKTRICITEIT

Gebruikt u ledlampen?

- Niet nodig want ik doe altijd het licht uit ...
- Ik vervang een kapotte lamp door een ledlamp ...
- ...

Heeft u zuinige huishoudelijke apparaten?

- Heeft u een zuinige koelkast?
- Heeft u een zuinige wasmachine?
- Heeft u een zuinige afwasmachine?
- ...

Heeft u zonnepanelen op uw eigen dak?

- Hoeveel? Voor hoeveel van uw stroomgebruik?
- Sinds wanneer?

Bent u aangesloten bij een energiecoöperatie?

- Neemt u windstroom en/of zonnestroom af?
- Wordt uw volledige stroomverbruik duurzaam opgewekt?
- Sinds wanneer?

ISOLATIE, VERWARMING en WARM WATER

- Gebruikt u radiatorfolie?
- ...

Heeft u uw huis (extra) geïsoleerd?

- Dak? Sinds wanneer?
- Spouw? Sinds wanneer?
- Vloer? Sinds wanneer?
- Isolatieglas? Met welke dikte, isolatiewaarde? Sinds wanneer?
- ...

Hoe verwarmt u uw huis?

- Hoe komt u aan warmwater?
- Hoe koelt u uw huis?

Heeft u een warmtepomp?

- Welk merk en type?
- Hybride? Lucht? Bodem?
- Sinds wanneer?

TOEKOMSTBEELDEN

Als u aan 2035 denkt: hoe komt u dan aan uw stroom?

- Uit het stopcontact
- Met eigen zonnepanelen
- Via mijn energiecoöperatie
- Via mijn buurtproject met productie en accu
- ...

Als u aan 2035 denkt: hoe verwarmt u dan uw huis?

- Met een nieuwe gasgestookte cv-ketel
- Met een elektrische cv-ketel
- Warmtepomp: Lucht? Bodem?
- Warmtenet
- ...

Als u aan 2035 denkt: hoe koelt u dan uw huis?

- Niet
- Zonneschermen
- Airco
- Warmtepomp
- Warmtenet
- ...

Als u aan 2035 denkt: hoe komt u dan aan uw warmwater?

- Uit gasgeiser
- Uit elektrische geiser
- Via elektrische cv-ketel
- ...

ONDERSTEUNING

Bent u bekend met de ondersteuningsmogelijkheden die er zijn?

- Subsidies aardgasvrij maken woning in Amsterdam
- Rijkssubsidies isoleren
- Energiecoaches !Woon
- Regionaal Energieloket
- Website Amsterdam gasvrij
- ...

Wat zou u helpen om een volgende stap te zetten?

- Subsidies
- Leningen
- Collectieve inkoopacties
- Energiecoach
- Onafhankelijk maatwerk advies
- Begeleiding bij offertes
- Begeleiding bij verbouw en installatie
- Samen met burens
- Samen met de buurt
- ...

AFSLUITEND

Heeft u de informatie die u nodig heeft voor het verduurzamen kunnen vinden?

Was de informatie leesbaar geformuleerd?

Was de informatie voldoende, concreet genoeg om aan de slag te kunnen?

Voelt u zich rijk genoeg om in het verduurzamen van uw woning te investeren?

Bent u maatschappelijk actief?

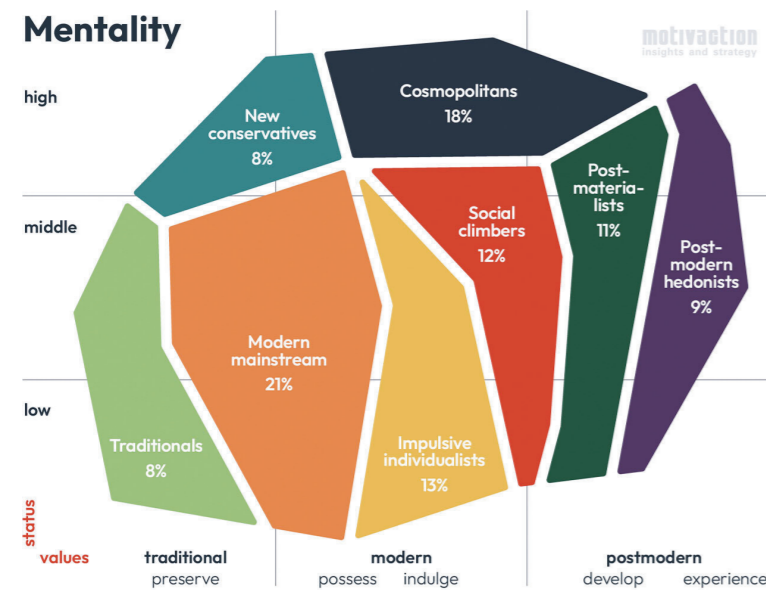
- Als mantelzorger
- In mijn buurt
- In een buurthuis
- Op mijn sportclub
- Met groenbeheer
- Met milieuacties
- Met energieacties
- In een energie coöperatie

...

Zijn er tot slot nog andere relevante bijzonderheden die u wilt delen?

Leefstijlen Mentalitymodel

Motivaction



Bron: marktonderzoeksbureau Motivaction

Bij de geïnterviewde eigenaar-bewoners van grondgebonden woningen -die in het kader van het onderzoek de test hebben ingevuld- komen de volgende vier van de acht leefstijlen voor:

Postmaterialisten

De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.

Maatschappij en politiek

- Maatschappelijk en politiek geëngageerd
- Reflectief en kritisch
- Solidair en tolerant
- Internationaal geïnteresseerd
-

Leefstijl

- Planmatig en principieel
- Niet consumptie- en vermaakgericht
- Sober
- Kunst en cultuur

Kosmopolieten

Kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als succes, materialisme en genieten.

Maatschappij en politiek

- Internationaal georiënteerd
- Maatschappelijk en politiek geïnteresseerd
- Tolerant
-

Leefstijl

- Consumptiegericht
- Materialistisch en technologie-minded
- Impulsief en avontuurlijk
- Statusgevoelig, gehecht aan etiquette
- Kunst en cultuur

Postmoderne hedonisten

De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experiment en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.

Maatschappij en politiek

- Weinig betrokken
- Tolerant
- Gelijke kansen

Leefstijl

- Impulsief
- Avontuurlijk
- Vrijblijvend ('anything goes')
- Kunst en (populaire) cultuur
- Ervaringsgericht

Nieuwe conservatieven

De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die technologische ontwikkeling omarmt, maar terughoudend staat tegenover sociale en culturele vernieuwing.

Maatschappij en politiek

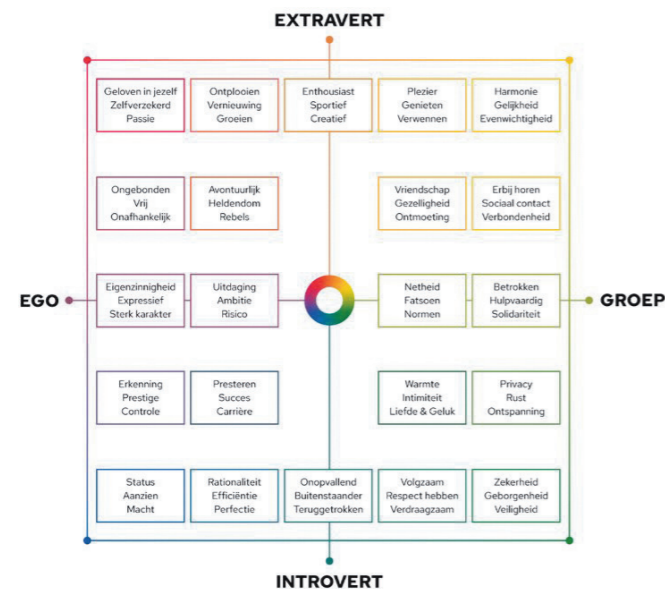
- Hiërarchisch
- Kritisch
- Politiek en historisch geïnteresseerd

Leefstijl

- Kunst en cultuur
- Sober
- Risicomijdend
- Hechten aan etiquette
-

Voor meer karakterisering van de leefstijlen en voor de andere vier leefstijlen verwijzen we graag naar motivaction.nl/mentality

Leefstijlen BSR-model van MarketResponse



Bron: marktonderzoeksbureau MarketResponse

BSR staat voor Brand Strategy Research. Het onderzoek dat MarketResponse al sinds 1988 doet naar de beweegredenen van de consument (of burger, patiënt, donateur).

Segmentatie op basis van socio-demografische kenmerken, zoals leeftijd, geslacht, opleiding, welstand, gezinssamenstelling geven al veel inzicht. Maar, twee verschillende mensen met exact dezelfde socio-demografische kenmerken kunnen toch heel andere keuzes maken. Omdat ze een andere leefstijl hebben, andere motivaties en drijfveren.

Het BSR-model (sinds 2000) verdeelt inwoners van Nederland in vier dominante leefstijlen.

De rode wereld: eigenzinnig en zelfbewust

Jouw vrienden zouden je omschrijven als eigenwijs, intelligent en zelfbewust. Voor jou zijn vrijheid en onafhankelijkheid erg belangrijk in het leven. Voor je werk ben je op zoek naar een baan die vrijheid en flexibiliteit biedt om in jouw dynamische bestaan te passen. Als consument ben jij een echte 'early adopter': diegene die nieuwe producten, merken of apps als eerste koopt en uitprobeert, nog voordat de massa het ontdekt.

Ongeveer 18% van de Nederlanders behoort tot de rode wereld.

De blauwe wereld: ambitieus en succesvol

Kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als succes, materialisme en genieten. U bent ambitieus, zelfverzekerd en weet precies wat u wilt in het leven.

Consumenten in de blauwe wereld houden van luxe en mooie dingen en zijn gevoelig voor status. Een mooie auto voor de deur, exclusieve vakanties of de nieuwste gadgets, kwaliteit mag best iets kosten.

Ongeveer 24% van de Nederlanders behoort tot de blauwe wereld.

De gele wereld: gezellig en spontaan

Je hebt een druk sociaal leven, bent spontaan, behulpzaam en altijd geïnteresseerd in anderen. Je vrienden omschrijven jou als gezellig, eerlijk en gemakkelijk in de omgang. Je hebt een uitgebreid netwerk van familie, vrienden, burens, collega's en kennissen.

Consumenten uit de gele wereld vinden het leuk om anderen te helpen. Verder neem je anderen graag mee op sleeptouw: een dagje shoppen, naar een pretpark of op bezoek bij familie en vrienden, zo ziet jouw ideale weekend eruit!

Ongeveer 30% van de Nederlanders behoort tot de gele wereld.

De groene wereld: geborgenheid en zekerheid

Uw familie of vrienden zouden u omschrijven als kalm, rustig en serieus. Privacy is voor u ook erg belangrijk. Consumenten binnen de groene wereld leiden een rustig leven en bewegen zich in een kleine kring van familie, vrienden en/of burens waarmee intensieve contacten worden onderhouden. Bij deze mensen voelen zij zich thuis, zij geven een vertrouwd gevoel. U bent wars van toeters en bellen, voor u is het belangrijk dat producten degelijk zijn.

Ongeveer 28% van de Nederlanders behoort tot de groene wereld.

Voor meer informatie verwijzen we graag naar marketresponse.nl/bsr

MarketResponse heeft in het kader van de energietransitie het BSR-model uitgewerkt in zes leefstijlen die informatie geven over specifieke opvattingen over duurzame energieopwekking.

Zie: <https://marketresponse.nl/bsr/resources/download-energietransitie-2023/>

MarketResponse onderscheidt met het BSR-model als basis voor het betrekken van burgers bij het verduurzamen en levensloopbestendig maken van de woonomgeving zes leefstijlen.

Zie: <https://marketresponse.nl/bsr/resources/bsr-wonen-hoogwaardig-wonen-voor-alle-typen-bewoners/>

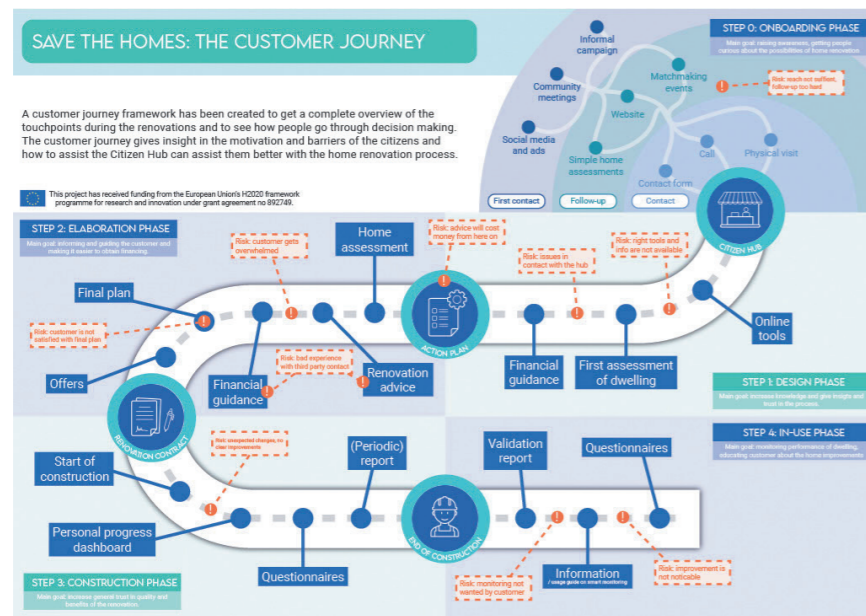
Het Verweij-Jonker Instituut heeft in 2020 een vergelijking van het BSR- en het Mentalitymodel gemaakt.

Zie: <https://www.verweij-jonker.nl/publicatie/een-goed-begin-een-verkenning-naar-segmentatiemodellen-gericht-op-voorkeuren-in-burgerschap-en-participatie/>

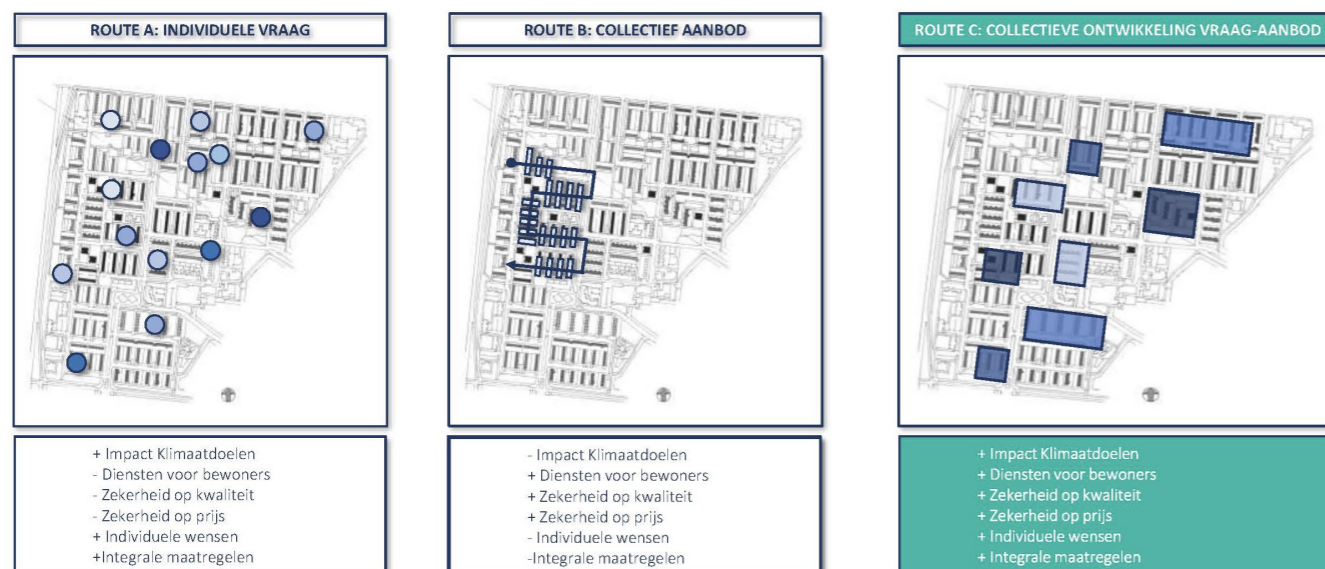
Save The Homes

Joint Research Centre (JRC) van de Europese Commissie (2021)

Het doel van het Europese programma 'Save the Homes' is ervoor zorgen dat het jaarlijks aantal renovaties in de particuliere woningbouw toeneemt door middel van het One-Stop-Shop concept. Hier kan de particuliere Eigenaar-bewoner terecht bij een daadwerkelijk fysiek contactpunt. In Nederland wordt deze One-Stop-Shop in Rotterdam geplaatst en is BouwhulpGroep verantwoordelijk voor de uitrol daarvan. De zogenoemde 'klantreis' maakt onderdeel uit van de Save the Homes aanpak in Rotterdam.



In de aanpak worden er daarbij 3 dominante varianten onderscheiden: (A) Individuele aanpak, (B) collectieve inkoop en (C) de integrale aanpak.



Vanuit het Save the Homes programma is een onderzoek uitgevoerd naar de vele One-Stop-Shop (OSS) modellen in Europa. Hieruit wordt duidelijk dat energie-efficiëntie op zich niet de belangrijkste drijfveer is maar een bijkomend voordeel. Aan de andere kant worden bewoners vooral tegengehouden door:

- geld
- (verwachte) rompslomp
- gebrek aan (procedureel) bewustzijn

In de tabel onderaan deze bijlage wordt aangegeven welke oplossingen een OSS kan bieden voor deze belemmeringen.

- In het rapport worden ook de faalfactoren benoemd die op kunnen treden in het beslissingsproces naar een daadwerkelijke renovatie. Op zulke momenten verliezen huiseigenaren hun momentum, gaan ze uiteindelijk niet verder met het renovatieproces en verlaten ze de 'klantreis'. Er zijn een aantal cruciale beslismomenten voor huiseigenaren: Een onverwachte of zelfs voorziene levensgebeurtenis die hun aandacht opeist: scheiding, kleine kinderen, begrafenis;
- Onverwachte financiële uitgaven: Energierenovatie is meestal een zware investering en concurreert met andere investeringen van de huiseigenaar. Energierenovatie wordt onderaan de to-do lijst van de huiseigenaar gezet, vooral als er andere zware financiële posten in het verschiep liggen, bijv. tandheelkundige ingrepen, verandering van auto, enz.;
- De vereiste investeringen zijn groter dan verwacht: Nadat het financiële plan is opgesteld, realiseren sommige huishoudens zich dat ze het vastgestelde budgetbedrag niet willen uitgeven;
- Het gebrek aan financiering realiseren: In verband met het bovenstaande hebben veel huiseigenaren niet genoeg spaargeld om de renovatie te financieren en hebben ze financiering nodig van bijvoorbeeld een bank. Een belangrijk afhaakmoment doet zich voor wanneer de huiseigenaar concludeert dat hij geen lening krijgt, bijvoorbeeld na een gesprek met een financiële instelling. Het is mogelijk dat ze hoopten gemakkelijker toegang tot financiering te krijgen door deel te nemen aan het renovatieprogramma. Een soortgelijke gebeurtenis doet zich voor wanneer een subsidieregeling wordt stopgezet;
- Het moment waarop de huiseigenaar wordt geconfronteerd met de bouwsector: Voor sommige huiseigenaren kan deze confrontatie leiden tot onaangename ervaringen, die kunnen leiden tot afhaken;
- Het moment dat het vertrouwen in de regeling te veel is afgenomen: Bepaalde gebeurtenissen kunnen het vertrouwen in de (potentiële) aannemers schaden. Het moment van wachten op de volgende stap kan bijvoorbeeld een moment zijn om af te haken als het proces niet soepel genoeg verloopt, als huiseigenaren tegenstrijdige informatie krijgen (bijv. van experts uit de regeling, uit de bouwsector, van vrienden en familieleden), als de renovatiecoach niet de juiste sociale en technische vaardigheden biedt, enz.;
- Op het moment dat er een beslissing moet worden genomen met mede-eigenaren: tijdens besprekingen met mede-eigenaren of medebewoners, en vooral in het geval van gebouwen met meerdere appartementen, waarvoor een meerderheidsbeslissing nodig is.

Enkele andere genoemde factoren die in het werken met een OSS tot problemen kunnen leiden zijn:

- 8 Werken met vrijwilligers kan riskant zijn, omdat ze niet altijd beschikbaar zijn als er een strikte timing is;
- 9 Een onevenwichtige architectuur van de aannemers, waarbij sommigen meer middelen moeten inzetten, terwijl anderen meer winst maken, wat leidt tot problemen om de aannemers aan boord te houden;
- 10 Betrouwbare medewerkers zijn essentieel om de algemene kwaliteit van de service op een hoog niveau te houden. Trainingen en regelmatige motivatie voor aannemers kunnen helpen om op koers te blijven.
- 11 Te veel focus op bewustmaking: OSS zijn meestal succesvol bij reeds gemotiveerde huiseigenaren. Advies en raadpleging geven aan mensen die nog niet gemotiveerd zijn, kan daarom weinig zin hebben als de geïnvesteerde middelen zich niet op tijd terugbetalen.

Belemmeringen voor energierenovatie en de oplossing die One Stop Shop biedt (OSS)

Onderstaande tabel (Zie volgend pagina.) is overgenomen uit het rapport "One-stop shops for residential building energy renovation in the EU" door de Joint Research Centre (JRC) van de Europese Commissie (2021) en vertaald vanuit het Engels naar het Nederlands via Deepl.com.

Zie volgend pagina.

Barrière	Barrière beschrijving	Relevantie voor jonge alleenstaanden/paren	Relevantie voor gezinnen	Relevantie voor ouderen	Beleidsopatie die moet worden overwonnen barrière
ECONOMISCH					
Aanloopkosten	Hoge investering kosten Vertraagde voordelen	Meestal weinig of geen eigen vermogen	Vele andere kosten, maar meer toekomstgericht	Kortetermijnplanning	Subsidies, ESCO, preferentiële leningen, informatie voorzieningen gericht op toekomstige voordelen
Behoeft aan lening	Kredietwaardigheidsvragen bij financiers Afkeer van leningen	Lage kredietwaardigheid	Afkeer van leningen	Lage kredietwaardigheid Aversie van leningen	Garantie aanbod, informatie/bewustzijn het verhogen van leningen, preferentiële leningen
Splitsen stimulansen	Verhuurders investeren te weinig uit angst de investeringskosten niet terug te kunnen verdienen uit de huur	Typisch huurders	Land specifiek	Land specifiek	Regulatie, verplichting van verkoper/verhuurder, renovatiemandaten, bemiddeling
INFORMATIE					
Informatie-asymmetrieën/aannemersrisico	Onbekende kwaliteit van werk Gebrek aan vertrouwen Lage geloofwaardigheid aannemer	Kennistekort, moeilijkheid om goede aannemers te selecteren	Kennistekort, moeilijkheid om goede aannemers te selecteren	Kennistekort, moeilijkheid om goede aannemers te selecteren	Kwaliteitsborging, vertrouwde merken, accreditatieschema's
Onzekerheid over het resultaat	Onbekend bijkomende voordelen (zoals comfort, gezondheid)	Meestal huren, geen eigen woning	Eigenaars huizen, groot potentieel	Kleine woningen, beperkt potentieel	Risico overdracht (ESCO's), garanties, adviesdiensten, informatie en bewustzijn verhogen
Verkeerde overtuigingen	Verkeerde overtuigingen over de toekomstige voordelen van energie renovatie Misvatting van energie gebruik	Gebrek aan kennis	Gebrek aan kennis	Gebrek aan kennis	Energie audits, informatie en bewustmaking, adviseurs, energiecertificering voor woningen
BESLISSEN					
Beperkte aandacht	Onvolmaakte informatieverwerkingscapaciteiten (mensen baseren hun keuzes op aspecten die meer aandacht trekken)	Meestal huren, Geen huiseigenaarschap	Focus op comfort en bruikbaarheid	Focus op comfort en gezondheid	Afstemming met andere renovatiemogelijkheden, energie audits, onderwijs, adviseurs, informatievoorziening maakt saillante relevante attributen
Sociale onzichtbaarheid	Zwakke sociale signalering/vergelijking	Anderen veel voorkomende praktijken onder leeftijdsgenoten	Gebrek aan voorbeelden	Laag gegeven waarde energierenovatie	Op de gemeenschap gebaseerde promotie programma, verspreiding van succesverhalen, op normen gebaseerde interventies
Cognitieve last	Hoge kosten voor zoeken naar informatie	Moeilijkheden bij het contracteren van de juiste aannemers	Moeilijkheden bij het contracteren van de juiste aannemers	Gebrek aan ervaring, moeilijk om de goede aannemers te selecteren	Adviesdiensten, informatie, vertrouwde bronnen, accreditatieregelingen, aannemerlijsten, vereenvoudigde renovatieoplossingen (geïndustrialiseerde pakketjes)
Afkeer van verlies	Verwachte verstoring, stress, ongemak Verwacht verlies van opties met onomkeerbare investeringen	Gebruikelijk verhuurd en huisvesting voor korte termijn, dus profijt van renovatie wordt als een onzekerheid gezien	Angst voor noodzaak voor verdere verandering (als gevolg van verandering in de gezinsstructuur), leidend naar perceptie van onzekere renovatie voordelen	Bang voor verlies van huis van hun leven	Adviserend Diensten, enkele aannemer, overheidshulp, renovatieoplossingen gepresenteerd als een manier om verliezen te voorkomen
Status quo bias/verzonken kostenmisvatting	Psychologische commitment aan de status quo en kostbare investeringen uit het verleden	Een kort verblijf leidt tot een voorkeur voor de status quo	Commitment aan eerdere investeringen	Commitment aan eerdere investeringen, angst voor verandering	Goede voorbeelden, succesverhalen, uitwisseling tussen peers, gebundelde renovaties, stapsgewijze renovatie, pakketten van standaard opties benutten

Isolatieoffensief: het uitvoeringsplan 2024-2026

Gemeente Amsterdam (2023)

Vanuit de Rijksoverheid is als onderdeel van het beleidsprogramma 'Versnelling verduurzaming gebouwde omgeving' een Nationaal Isolatie Programma (NIP) ontwikkeld. Gemeenten worden hiermee in staat gesteld om hun eigen Lokale Isolatie Programma te ontwikkelen. De Amsterdamse uitwerking daarvan is verwoord in het 'Isolatieoffensief'.

Uitgangspunt voor het isolatieoffensief is 'ongelijk investeren voor gelijke kansen' waarmee wordt gestreefd naar meer klimaatrechtvaardigheid in de energietransitie. In het isolatieoffensief wordt helder beschreven wat de aanpak en doelstellingen zijn, bij welke doelgroepen en welke thema's daar nog meer een rol in spelen.

Eén van de doelgroepen zijn de eigenaar-bewoners die niet in een vve zitten. Daar zijn er in Amsterdam circa 33.000 van. Dit zijn eengezinswoningen (EGW) zoals rijtjeshuizen, twee-onder-een-kap of vrijstaande woningen. De eigenaren van deze woningen beslissen over het algemeen zelf over de verbetering en verduurzaming hun woning. Er staan bijna 4.000 woningen van eigenaar-bewoners in voorrangsbuurtten. Deze woningen staan grotendeels in twintig buurten, veelal in de stadsdelen Nieuw-West, Noord en Zuidoost.

De gemeente informeert en stimuleert alle eigenaar-bewoners buiten vve's met een basisaanbod. Bij het energieloket kunnen alle bewoners informatie vinden. Dit energieloket wordt vernieuwd en uitgebreid. Hiernaast worden alle eigenaar-bewoners buiten vve's via collectieve inkoopacties gestimuleerd om te verduurzamen.

Vanaf 2024 gaat de gemeente een intensieve aanpak opzetten, die bestaat uit advies over verduurzaming en subsidies. Met deze aanpak wil de gemeente in de periode 2024 tot en met 2026 alle 4.000 woningen in de voorrangsbuurtten een advies hebben aangeboden. Hiernaast is er voor circa 2.500 huishoudens een subsidie (volkshuisvestingsfonds of vangnet). Deze subsidieregelingen lopen door tot na 2026.

De intensieve aanpak bestaat uit de volgende onderdelen:

- **Verduurzamingsadvies:** In de voorrangsbuurtten kunnen eigenaar-bewoners vanaf 2024 een verduurzamingsadvies aanvragen. Dit is een maatwerkadvies naar aanleiding van een huisbezoek.
- **Gebiedsgerichte aanpak:** Een deel van de twintig buurten waar veel eengezinswoningen van eigenaar-bewoners staan, zijn om meerdere redenen ingewikkeld om te verduurzamen. Dit kan zijn door achterstallig onderhoud en/of beperkingen door de ruimtelijke kwaliteit en/of 'gespikkeld' bezit met corporaties of particuliere verhuurders en/of combinatie met de warmtetransitie. In deze buurten gaat de gemeente integraal met verduurzaming aan de slag en kijken we in hoeverre dit collectief kan.
- **Vangnet:** Voor woningeigenaren in slecht geïsoleerde huizen, die niet genoeg geld hebben om te verduurzamen, werkt de gemeente aan een vangnetregeling die vanaf 2024 aan te vragen is. De eigenaren kunnen aanspraak maken op een subsidie van € 2.000 per huishouden. Naast het genoemde verduurzamingsadvies helpen we hen via het

vangnet ook bij de keuze van maatregelen, bij de uitvoering, en bij eventuele aanvullende financiering.

- **Volkshuisvestingsfonds:** In specifieke buurten in Nieuw-West komt er naar verwachting een subsidieregeling voor woningverbetering en verduurzaming. De gemeente wil een soortgelijke regeling in Noord, maar is voor de financiering afhankelijk van het Rijk.

Van Kunnen, via Weten en Vinden naar Doen

Een participatievorm bij de energietransitie van de gebouwde omgeving

Mensen zetten tientallen onbewuste stappen in hun brein en gevoel, voordat ze in actie komen. Maakt niet uit waarover 'het' gaat: de aankoop van een nieuwe spijkerbroek tot het aansluiten bij een vereniging. Dit weten onderzoekers in de gedragswetenschap en wijst onderzoek in de marketing wereld al jarenlang uit.

Door deze stapjes, die een klant of een bewoner noodzakelijkerwijs zet om 'verder' te komen, te kennen weten we beter hoe we aan kunnen sluiten op de belevingswereld van een bewoner of klant. In de marketingwereld worden die stapjes ondersteund met de juiste boodschappen, beelden en beloften, waardoor een klant in een richting (het product kopen) wordt geduwd, terwijl de klant het gevoel heeft zelf tot die beslissing te zijn gekomen.

Sociale marketing

Deze kennis uit de marketingwereld, kunnen we inzetten in het sociaal maatschappelijk spoor van de energietransitie. Dan heet het [Social Marketing](#) en heeft het als doel een sociaal maatschappelijke ambitie, waar de hulp van bewoners bij nodig is, te bereiken. Zoals de energietransitie van de gebouwde omgeving. Door met de juiste beelden, boodschappen en ondersteuning te komen, helpen we bewoners de juiste richting op bij de verduurzaming van hun eigen huis.



Weergave van een gemiddelde klantreis

Van klant- naar bewonersreis

Bij de start van Warm Amsterdam hebben we gezien, dat de buurtselectie op basis van de laagst maatschappelijke koste, later in het traject kan leiden tot hogere/groeiende maatschappelijke kosten. Dit gebeurt als de boodschap, beelden of hulp niet aansluiten op de leefwereld van de bewoners.

Een goed voorbeeld hiervan is de Hakfort Huygenbos-buurt in Zuidoost, dat voor de werkwijze van Warm Amsterdam (werk met werk maken) een uiterst gunstige buurt was, maar qua geschiedenis met instanties, (sociale) status van bewoners en hun huizen en nieuwe maatschappelijke ontwikkelingen (stijgende energieprijzen) juist een uitermate lastige buurt. Dit geldt ook voor de Wildeman-buurt en voor meer buurten in de stadsdelen waar we in Amsterdam zijn begonnen met de energietransitie van de gebouwde omgeving; de stadsdelen Noord, Zuidoost en Nieuw-West. Problemen als lage sociale cohesie, werkloosheid, schimmel- en tochthuizen, onveilige openbare ruimte, armoede, overvolle basisschoolklassen, bepalen in deze buurten de agenda van de bewoners. Niet de energietransitie of klimaatverandering. Toch moeten deze mensen aan de

slag met deze overheidsambitie, waar ze gezien hun leefomstandigheden, geen mentale noch gevoelsmatige ruimte voor hebben. Zodoende voegen we Kunnen toe aan de marketingklantreis hierboven en ontstaat de volgende bewonersreis: Kunnen-Weten-Vinden-Doen

Kunnen:

Waar is de bewoner mee bezig?

- De bewoner houdt de deur voor ons dicht
- De bewoner heeft geen overzicht op wat er die dag moet gebeuren
- De bewoner komt niet rond
- De bewoner reageert vanuit onderbuikgevoelens op wat hem/haar overkomt
- De bewoner komt de participatiefiets van team ETGO tegen en blijft erbij staan.

Deze bewoners, vaak onderdeel van of voortgekomen uit multi-problem gezinnen, hebben geen ruimte voor de duurzaamheidsambities. Dat wil niet zeggen dat ze het niet belangrijk vinden, maar ze hebben teveel kopzorgen om van ons te horen wat het aanbod is van de gemeente om je huis te gaan verduurzamen. Daarom gaan we met de participatiefiets bij ontmoetingen met dit type bewoners eerst en vooral luisteren naar wat zij met ons willen delen.

Ook bewoners die zich nog in het awareness stadium Weten of Vinden bevinden, hebben een andere boodschap, andere beelden en andere hulp nodig, dan bewoners die al in stand Doen zitten. Voor alle typen bewoners die nog niet in stadium DOEN zijn, geldt dat wij vooral naar hen luisteren en vertellen wat zij willen horen en kunnen begrijpen, niet wat wij kwijt moeten. Dat is per bewoner verschillend en daarmee is deze aanpak zeer arbeidsintensief.

Sociale frontoffice

Om bewoners toch stapjes voorwaarts te laten zetten, proberen we hulp te bieden die ze aangeven nodig te hebben. Nogmaals, dit kan dus over alles gaan en kansrijk gaat het (nog) niet over de energietransitie. Dit betekent dat wij met onze participatiefiets als frontoffice van de gehele gemeente Amsterdam fungeren, maar geen idee hebben van de backoffice waarnaar wij bewoners moeten doorverwijzen. Toch gaan we het doen, want wij weten als ambtenaren meer dan een gemiddelde hoogopgeleide inwoner van Amsterdam.

Zoals gezegd is het dus uiterst belangrijk om aan te sluiten op de leefwereld van bewoners, die situationeel en persoonlijk is. Het heeft dus geen zin om met een uitgewerkt narratief, een concreet aanbod, een handelingsperspectief over de verduurzaming van je huis aan te komen bij bewoners die in de drie stadia voor Doen zitten en die we onuitgenodigd spontaan op straat tegenkomen.

De vraag is, waarom we dan toch die buurten in trekken en ons zoveel op de hals halen? Dit doen we niet alleen in de overtuiging dat:

- iedere Amsterdammer al die stapjes moet zetten voorafgaande aan stadium Doen maar ook omdat we zien, dat:
- mensen de energietransitie vertragen door te reageren vanuit hun onderbuik in plaats vanuit kennis van zake (denk aan de ervaringen met het ophalen van 70% draagvlak in flat... In Molenwijk).

Zij hebben nog niet voldoende stappen gezet, dus we moeten bewoners hierbij actief gaan helpen en faciliteren.

Connectie via maatwerk

De dialoog die we wel aan kunnen gaan met bewoners, komt op het volgende neer:

Kunnen: we luisteren, vragen door, luisteren, vragen door, luisteren en verwijzen door naar de directie waarvan we het vermoeden hebben dat die het beste kan helpen. We geven aan dat we zelf bezig zijn met in gesprek te gaan met bewoners over klimaatverandering en of ze daar zelf ook wel eens mee bezig zijn/over nadenken. Daarna luisteren we of daarop wordt ingegaan of niet.

Weten: we vertellen waarom we daar staan met de fiets en luisteren naar de primaire reactie van de bewoner. We komen met basale informatie over klimaatverandering en plannen om daar per land iets aan te doen. We vragen door op wat deze mensen wel eens bezig houdt qua klimaatverandering en of/hoe dat ze bezig houdt. We vragen of ze wel eens van energietransitie hebben gehoord. We praten zonder jargon en spitsen zo min mogelijk toe: luisteren is onze houding

Vinden: we luisteren naar de mening van de bewoner. We vragen of hij/zij er nog meer over kan vertellen en we luisteren, zonder in discussie te gaan. Bij voldoende ruimte voor dialoog vertellen we wat onze taak is als gemeente Amsterdam in het grotere mondiale speelveld en waarom we daar staan. Daarna luisteren we naar wat de bewoner daarvan vindt. We zoeken naar wederzijdsheid in het gesprek: als die er is, praten we verder op inhoud en geven we antwoorden op vragen. Als er geen uitzicht is op wederzijdsheid, vragen we wat de bewoner van ons verwacht. Dat noteren we en we geven het mailadres van team ETGO voor eventuele voortzetting van het contact op een later moment.

Doen: We luisteren naar de behoefte of hulpvraag van de bewoner. Als die inderdaad op awareness niveau Doen zit, dan bieden we onmiddellijk het op dat moment geldende aanbod voor ondersteuning vanuit de gemeente (aanpak/gidsfunctie van Marre en Danny voor het Huis van Nu voor Straks). Dit kan zijn doorverwijzen naar het REL, Groene Grachten, stichting !WOON, de collectieve inkoopacties van Wonen, gemeentelijke, provinciale of Rijks subsidies, de gemeentewebsite, informatiefolders, het mailadres van team ETGO en tenslotte, als er sprake is van een hulpvraag die de gemeente zelf moet oplossen, geven we het directe telefoonnummer van team ETGO, met de belofte iets verder uit te zoeken intern en er op terug te komen.

Doel van deze vorm van participatie

Met het communicatie-onderzoek van team communicatie ETGO in de hand, gaan we met behulp van dit kwaliteitsveldwerk in all electricbuurten, intern kwaliteitsveldwerk onder DZH- coördinatoren en collega's in de gebiedsteams, het veldonderzoek naar ondersteuningsbehoefte van eigenaren met een grondgebonden woning en de aanstaande programmering van de participatiefiets als warm loket (zie Doen), de buitenwereld binnen halen. Al deze vormen van kwaliteitsonderzoek worden daarom goed vastgelegd en voor de winter van 2023-2024 vertaald naar een scherp advies aan de beleidsmakers binnen de energietransitie van de gebouwde omgeving.

Maaiké Vallenduuk
April 2023

Verduurzamingsreis eigenaar-bewoners

Vaardigheden bij van kunnen, via weten en vinden naar doen

Bijlage 6 *Van kunnen via weten en vinden naar doen* bespreekt de vier stappen in de bewonersreis naar het verduurzamen van woningen. In deze bijlage zijn voor deze stappen (kunnen, weten, vinden en doen) de vaardigheden op een rij gezet die eigenaar-bewoners nodig hebben om deze stappen te doorlopen.

Onderstaand overzicht laat zien dat er nogal wat van eigenaar-bewoners verwacht wordt. Vaardigheden die lang niet alle eigenaar-bewoners zullen hebben. Dit betekent dat eigenaar-bewoners bij het verduurzamen van hun woning behoefte zullen hebben aan ondersteuning. Ondersteuning bij bouwkundige, installatie-technische, financiële en uitvoeringsvraagstukken bijvoorbeeld. Ondersteuning die zal kunnen bestaan uit schriftelijke/digitale informatie, onderlinge informatie-uitwisseling en advies van experts.

- **Kunnen** (*alles op basisniveau noodzakelijk*)
- Eigenaar-bewoner ziet mogelijkheden om budget vrij te maken
- Eigenaar-bewoner heeft/neemt tijd om zich te (laten) informeren
- Eigenaar-bewoner weet (waar te zoeken om) informatie te vinden
- Eigenaar-bewoner kan structuren, prioriteren en in stappen denken
- Eigenaar-bewoner heeft mentale ruimte om erover na te denken
- Eigenaar-bewoner ziet niet op tegen de stress van een verbouwing/aanschaf
- Eigenaar-bewoner is handig, technisch en vindt verbouwen leuk
- Eigenaar-bewoner heeft een netwerk voor doorverwijzen, raadplegen en meedenken
- Eigenaar-bewoner ziet niet op tegen subsidie aanvragen en ambtelijk taalgebruik
- Eigenaar-bewoner kan offertes beoordelen: alleen of met hulp van netwerk
- Eigenaar-bewoner weet de juiste vragen te stellen om zeker (genoeg) te zijn
- Eigenaar-bewoner heeft medebeslissers (partner, kinderen) die minimaal meegaand zijn

Weten (*als achtergrondkennis*)

- Eigenaar-bewoner heeft weet van 'Groningen', klimaatverandering, diversiteit natuur
- Eigenaar-bewoner weet van bestaan en mogelijkheden van kolen-, gas- en kerncentrales
- Eigenaar-bewoner weet van bestaan en mogelijkheden van isoleren
- Eigenaar-bewoner weet van bestaan en mogelijkheden van windmolens
- Eigenaar-bewoner weet van bestaan en mogelijkheden van zonnepanelen
- Eigenaar-bewoner weet van bestaan en mogelijkheden van warmtepompen
- Eigenaar-bewoner weet van bestaan en mogelijkheden van batterijen/accu's
- Eigenaar-bewoner weet van bestaan en mogelijkheden van informatiepunten
- Eigenaar-bewoner weet van bestaan en mogelijkheden van subsidies
- Eigenaar-bewoner weet van bestaan en mogelijkheden van energiecoöperaties

Vinden (*voor iedereen verschillend*)

- Eigenaar-bewoner is zuinig met alles: voedsel, energie, spullen
- Eigenaar-bewoner vindt dat iedereen dus ook hij/zij moet bijdragen aan verduurzamen
- Eigenaar-bewoner vindt een duurzame wereld belangrijk
- Eigenaar-bewoner wil een wereld met eerlijke verdeling van grondstoffen

- Eigenaar-bewoner vindt natuur (intrinsiek en/of voor mensen) belangrijk
- Eigenaar-bewoner wil wereld goed doorgeven aan kinderen en kleinkinderen
- Eigenaar-bewoner hecht aan comfort die betaalbaar is
- Eigenaar-bewoner hecht aan energie-onafhankelijkheid

Doen (*in de veel voorkomende volgorde*)

- Eigenaar-bewoner gedraagt zich energiebewust
- Eigenaar-bewoner gebruikt isolatiefolie, tochtstrippen, ledlampen, radiatorventilatoren
- Eigenaar-bewoner koopt zuinige apparaten
- Eigenaar-bewoner laat cv-ketel zuinig afstellen
- Eigenaar-bewoner laat inductiekookplaat installeren
- Eigenaar-bewoner plaatst infraroodpanelen
- Eigenaar-bewoner laat zonnepanelen plaatsen
- Eigenaar-bewoner laat isolatieglas plaatsen
- Eigenaar-bewoner laat vloer, gevel en dak isoleren
- Eigenaar-bewoner is mede-eigenaar van een windmolen
- Eigenaar-bewoner wordt lid van een energiecoöperatie
- Eigenaar-bewoner laat een luchtwarmtepomp plaatsen
- Eigenaar-bewoner laat een bodemwarmtepomp plaatsen
- Eigenaar-bewoner doet mee aan een warmtenet

Van groene koplopers naar “de middengroepen”

Een onderzoek naar nieuwe doelgroepen in de buurt

Klimaatstichting HIER i.s.m. Motivaction (2023)

Er zijn inmiddels 700 lokale initiatieven van intrinsiek gemotiveerde koplopers. Voor het verduurzamen is iedereen nodig. In 2023 heeft Klimaatstichting HIER in samenwerking met Motivaction gedaan naar nieuwe doelgroepen voor in de energietransitie. Het onderzoek geeft antwoord op de vraag: hoe krijgen we de middengroepen mee?

In dit onderzoek worden zes groepen maatregelen onderscheiden. Variërend van kleine maatregelen zonder grote investeringen (radiatorfolie bijvoorbeeld) en zonnepanelen tot slimme thermostaten en groene daken. Voor ons onderzoek naar eigenaar-bewoners van grondgebonden woningen ligt het zwaartepunt op (c) Besparende maatregelen aan huis en (d) Geesten rijp maken voor wijk van de toekomst. Voor deze maatregelen zijn de eigenaar-bewoners met de leefstijl Postmaterialisten de koplopers. De eigenaar-bewoners met de leefstijlen Kosmopolieten en Nieuwe Conservatieven vormen de middengroepen die nu in beweging gaan komen.

Meer over de leefstijlen (uit het Mentalitymodel) van Motivaction staat in bijlage 2. Hier geven we alleen de houding op duurzaamheid van de twee middengroepen weer:

- **Nieuwe Conservatieven:** Duurzaamheid biedt kansen, maar mag niet ten koste gaan van comfort. Technische snuffjes, domotica en elektrificatie vinden nieuwe conservatieven interessant. En investeren om te besparen spreekt hen aan onder voorwaarde dat dit niet verplicht maar een vrije keuze is. Geopolitieke onafhankelijkheid is een belangrijke drijfveer voor verduurzamen.
- **Kosmopolieten:** De kosmopolieten worden samen met de voorhoede van postmaterialisten tot de verantwoordelijken gerekend als het om duurzaamheid gaat. De verantwoordelijken (22% van Nederland) zijn idealisten, die goed op de hoogte zijn en duurzaamheid belangrijk vinden. Zij vinden een eigen bijdrage vanzelfsprekend en zijn bereid tot meerkosten. Innovaties worden door kosmopolieten kritisch gewogen.

De meest interessante inzicht voor ons onderzoek naar de eigenaar-bewoners van grondgebonden woningen zijn:

- Aandacht voor duurzaamheid is vanzelfsprekend. Communicatie met ‘moeten’ werkt contraproductief.
- Geen communicatie over belang van duurzaamheid maar over de concrete stappen die je kunt zetten. Maak het concreet.
- Alle motieven (duurzaamheid, geld, onafhankelijkheid) zijn even goed.
- Nieuwe Conservatieven en Kosmopolieten staan (sceptisch) open om met de buurt aan de slag te gaan maar alleen als iemand anders of een instantie het voortouw neemt.
- Nieuwe Conservatieven staan meer in de actie modus dan Kosmopolieten.
- Kosmopolieten zijn meer open minded.

Voor meer informatie verwijzen we graag naar hier.nu

Onderzoek Energietransitie Amsterdam

I&O Research (2022)

Dit onderzoek is gebaseerd op 1439 afgenomen enquêtes onder Amsterdammers. Helaas hebben daarvan slechts 208 (14%) een koopwoning zonder VVE. De meest relevante vragen voor ons onderzoek naar eigenaar-bewoners van grondgebonden woningen betreffen:

- Woningtype Eengezinswoning en monumentaalpand (vraag 27)
- Koopwoning zonder vve (vraag 28)
- Bovenmodaal en modaal inkomen (vraag 31)
- Opleidingsniveau HAVO/VWO, HBO en WO (vraag 32)

De meest interessante inzichten voor ons onderzoek naar eigenaar-bewoners van grondgebonden woningen zijn:

- Kennis over en betrokkenheid bij klimaatverandering is heel groot (zie figuur 2.1 op p. 15).
- Mensen met hoog opleidingsniveau en boven modaal inkomen hebben meer ondernomen. Dit zijn vooral mensen met een koopwoning.
- Ingrijpende acties als isolatie, vloerverwarming, warmtepomp en zonnepanelen worden vaker uitgevoerd door mensen met een koopwoning zonder vve. Als geld geen rol zou spelen zouden zij deze maatregelen vaker uitvoeren (zie figuur 2.4 op p. 19).
- Belangrijkste reden om in actie te komen (figuur 2.3 p. 17): De Amsterdammers willen wel graag hun huis verder elektrificeren, maar geven aan dat de hoge kosten van grotere maatregelen (zoals zonnepanelen, huisisolatie of een warmtepomp) een grote barrière vormen, ook voor eigenaren. Om die barrière te slechten, geven de geïnterviewden aan onder meer behoefte te hebben aan meer voorspellend inzicht in hoe de kosten zich gaan verhouden ten opzichte van de baten. Diegenen onder de geïnterviewden die al (een aantal jaar geleden) grotere investeringen hebben gemaakt zoals in zonnepanelen of muurisolatie (de zogenoemde 'koplopers'), bleken voornamelijk eigenaren zonder vve. De belangrijkste reden om nú iets te doen zijn de gestegen energiekosten. Dat je daarmee de woning verduurzaamt en je op die manier een bijdrage levert aan het terugdringen van klimaatverandering komt goed uit en past bij de verantwoordelijkheid die Amsterdammers willen nemen.
- Slechts 68% van de Amsterdammers is op de hoogte van de verduurzamingsmogelijkheden om aardgasvrij te wonen.
- Als mensen meer op de hoogte zijn van de maatregelen die zij kunnen nemen, dan zij dat Aardgasvrij in 2040 mogelijk is.
- Mensen met een koopwoning zonder vve zijn meer op de hoogte en denken ook vaker dat volledig aardgasvrij in 2040 mogelijk is. Zij zien wel de hoge kosten als een beperking.
- Kennis over de warmtepomp (p. 23): Het zijn vooral de geïnterviewde eigenaren die de warmtepomp op de radar hebben als een concrete maatregel om van het gas af te kunnen gaan. Echter, lijkt ook de kennis van de geïnformeerde eigenaar niet veel verder te gaan dan dat het om een (vaak nog) te dure investering gaat; weinigen kunnen uitleggen wat de werking van een warmtepomp is en wat het hen biedt. Diegenen die een warmtepomp overwegen zitten vooral nog met technische en praktische vragen. Een enkeling begrijpt dat een goed geïsoleerd huis een belangrijke voorwaarde is.

- Wat zou u motiveren om uw huis wel aardgasvrij te maken (zie figuur 3.6 op p. 24):
 - Verlaging energierekening (38%);
 - Wanneer de kosten niet te hoog zijn (34%);
 - Vanwege klimaat en CO2 (34%);
 - Besparen geld op lange termijn (31%);
 - Minder gasverbruik (22%).

Ondersteuning door gemeente (figuur 4.6 p. 30):

- Financieel (24%);
- Praktische hulp (12%);
- Informatie over goede en betrouwbare partijen die kunnen verduurzamen (10%).

Over welke onderwerpen wilt u meer weten (zie figuur 4.7 op p. 31):

- Advies op maat voor mijn woonsituatie (30%);
- Subsidies en financieringsmogelijkheden (34%);
- Warmtepompen en zonnepanelen (29 resp 28%);
- Isolatie en hulp bij duurzamer maken (elk 22%);
- Warmtenet en warmte/koudeopslag (15 resp 13%).

Informatie het liefst (43%) via de website van de gemeente (zie figuur 33 op p. 33).

Voor meer informatie verwijzen we graag naar www.ioresearch.nl

Bewonersonderzoek

Weesp Duurzaam (2023)



In juli 2023 heeft het platform Weesp Duurzaam een bewonersonderzoek uitgevoerd bij zo'n 300 bewoners die in het jaar daarvoor een energicoach gesprek gekregen hebben. Doel van het onderzoek was om inzicht te krijgen in de ervaringen van bewoners en input te verzamelen om de dienstverlening van Weesp Duurzaam te verbeteren. De response was 33% waarvan 80% woningeigenaren. Onderdeel van het platform is de coöperatieve vereniging Weesp Eco Energie. Hieronder een samenvatting van de uitkomsten (waar mogelijk) toegespitst op woningeigenaren.

De belangrijkste constatering is dat 95% van de gesprekken met een energicoach geholpen heeft met de keuze van het al dan niet nemen van maatregelen! Een warmtescan scoort ook goed met in 80% van de gevallen nieuwe inzichten.

Redenen voor aanvragen van een energicoachgesprek

Bij de reden voor het aanvragen van een energicoachgesprek hebben de meesten (73%) duurzaamheid als één van de redenen genoemd. Hulp bij prioriteren van maatregelen en verlagen van maandlasten zijn met respectievelijk 35% en 27% ook veel genoemd. Comfort verhoging en goede investering is met respectievelijk 18% en 13% van minder belang. Op de vraag of er nog andere redenen zijn wordt geantwoord:

- Controle op warmte lekken via warmtescan;
- Willen weten wat de huidige status is;
- Minder afhankelijk van energieleverancier;
- Voorbereiding grote verbouwing;
- Bijdragen aan milieu, verminderen CO2 uitstoot;
- Gas besparen;
- Sparren over de mogelijkheden in mijn specifieke situatie.

Redenen om maatregelen niet uit te voeren

De kosten van investeringen is de voornaamste reden (34%) om maatregelen niet uit te voeren. Andere belangrijke redenen zijn de ingrijpendheid van een verbouwing, ouderdom (investering niet rendabel), wachten op een (monumenten)vergunning en verhuizen. Opvallend is dat de behoefte aan aanvullende hulp voor een kleine groep (6,5%) reden is om maatregelen niet te nemen, terwijl in de antwoorden op de vraag naar tips (aan het einde van de enquête) naar voren komt dat er wel behoefte is aan opvolging.

Genoemd worden: een belletje over de voortgang na een x aantal maanden, een advies over betrouwbare bedrijven (aannemers, installateurs) en over uitvoerders van kleine bouwkundige aanpassingen of een vervolg met een betaalde energicoach+ dan wel duurzaamheidsadviseur.

Wat verder opvalt ...

- De 'vrije' antwoorden in de enquête leveren aanvullend de volgende vraagstukken op:
- Het aanbrengen van vloer- en muurisolatie vraagt bij veel woningen stevige ingrepen waar woningeigenaren niet op zitten te wachten;
- De warmtescan leert dat ook ramen met isolatieglas warmte lekken en om maatregelen vragen rond kieren, kozijnen en nieuw glas met betere isolatiewaarde
- In bestaande woningen is lang niet altijd ruimte voor een warmtepomp;
- Voor het verduurzamen van oude(re) woningen is bijzondere expertise nodig die niet alle energicoaches, adviseurs, aannemers en installateurs hebben. Bovendien vraagt het aanvragen van een vergunning voor een monumentaal pand extra tijd en geld die woningeigenaren doet uitstellen;
- Woningeigenaren doen niet alles tegelijk: financieel, om overzicht te houden zonder in één keer veel tegelijk te moeten beslissen en ook om praktische redenen als waar te wonen als alles over hoop ligt;
- Het is fijn wanneer per maatregel ook een inschatting wordt gegeven van de investeringskosten, de besparing door een lagere gasrekening en de terugverdientijd. '... Dan zie je meteen welke maatregelen no-brainers zijn (radiatorfolie) en welke bij de huidige prijs-opbrengstverhouding als laatste kunnen worden opgepakt. Dat maakt ook meteen helder waar je mee moet beginnen (welke eerst en welke laatst) ...';
- Het delen van kennis door energicoaches is top. Echter '... het daarna zelf je weg vinden in de hoeveelheid aanbieders, prijs- en kwaliteitsverschillen is een tijdrovende en lastige stap (vind ik). Tevens is er weinig informatie voorhanden over de kwaliteitseisen waaraan een aanbieder dient te voldoen en de garanties welke je mag verwachten. Dus voor je het weet zit je 'verstrikt' in een aannemerswereld waarin de een nog meer vraagt dan de ander zonder dat je weet waarop te letten. Dat schrikt af ...'.

Voor meer informatie verwijzen we graag naar weespduurzaam.nl

Met dank aan Kim Platvoet (coördinator energie besparen bij Weesp Duurzaam)

Advies Propositie Particulieren Warm Amsterdam Balance (2023)

Balance is in 2022 gevraagd een propositie te ontwikkelen voor de particuliere eigenaren in 'Warm Amsterdam' buurten waar een warmtenet de meest voor de hand liggende keuze is. De propositie moet het volgende bieden:

- Duidelijkheid bieden over de kosten van overstappen op het warmtenet;
- Duidelijkheid geven over de manieren om die kosten te financieren;
- Duidelijkheid geven over hoe tot realisatie over te gaan;
- Vertrouwen geven in het warmtenet.

Binnen de groep van 'particuliere eigenaren' vallen ook de VvE's, een groep die buiten de scope van ons onderzoek naar eigenaar-bewoners van grondgebonden woningen valt. Toch geeft dit rapport ook interessante inzichten over deze eigenaar-bewoners mee:

- Het is nodig eerder concreet te worden richting particulieren (wat houdt het aanbod in, wat zou het kosten, hoe kan ik het regelen).
- We moeten particuliere eigenaren open en breed adviseren. Dus niet alleen over warmte, ook over onderhoud, isolatie bijvoorbeeld. We moeten hen ook wijzen op keuzevrijheid, waarbij we een beeld geven van wat alternatieven inhouden.
- De ondersteuningsbehoefte verschilt sterk per eigenaar. Laat daarom eigenaren zelf aangeven wat zij nodig hebben en acteer daarop. Bij voorbaat een ondersteuningsaanbod bedenken en uitwerken is weinig doelmatig. Daarnaast hebben gemeente en Woon al een ruim ondersteuningsaanbod.
- Overstappen wordt aantrekkelijk wanneer de kosten niet meer dan € 3.000,- bedragen, na aftrek van alle subsidies. Dat komt overeen met de vervangingswaarde van een CV-ketel plus de onderhoudskosten van een CV-ketel voor 15 jaar.
- Door het wegvallen van de Amsterdamse Energielening en de oplopende rente van het Nationaal Warmtefonds, is het financieren van de investeringskosten onaantrekkelijk geworden. De afgelopen jaren zijn woningeigenaren gewend geraakt aan zeer lage rentepercentages (bijvoorbeeld rond de 2% bij hypotheek). Momenteel loopt de rente op en zijn percentages van 4%-5% gebruikelijk. Dat zorgt ervoor dat lenen voor overstappen onaantrekkelijk klinkt.
- De ISDE- en SVVE-subsidies worden pas uitgekeerd nadat de overstap is uitgevoerd/ vastgesteld. Eigenaren worden daarom ook nog geconfronteerd met het voorfinancieren van enkele duizenden euro's.
- Particulieren hebben moeite een kwalitatief goede installateur te vinden omdat de installateurs momenteel te druk zijn. Voor installateurs is het individueel offeren aan particulieren een administratieve last. En voor de uitvoering van het werk is te weinig personeel beschikbaar.
- Begeleiding van bewoners en uitvoering maakt het voor installateurs aantrekkelijker om aan de slag te gaan.

Voor meer informatie verwijzen we graag naar [balance.nl](https://www.balance.nl)

Transact.

In samenwerking met



Colofon

30 duizend kansen, Amsterdammers en het verduurzamen van hun grondgebonden koopwoning

Opdrachtgever: Gemeente Amsterdam

Auteurs: Donald van den Akker (Transact) en Paul Basset

Foto voorzijde: Grondgebondne koopwoningen in Nieuw Sloten, Transact, 2023

Foto's bij portretten: Transact, 2023

24 januari 2024

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt, op welke wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteurs

24 januari 2024