



Gemeente Vlaardingen



Gemeente
Rotterdam

Verslag van de Marktconsultatie Energieloket 2.0

De marktconsultatie is op 23 februari 2023 gestart met de publicatie van de marktconsultatie op Tendered. In dat document staat uitgebreider beschreven wat het doel was van de marktconsultatie en hoe deze is opgezet.

In dit verslag is op hoofdlijnen de reactie te lezen van de Marktconsultatie Energieloket 2.0. Op de schriftelijke marktconsultatie hebben vijftien (15) aanbieders gereageerd. Aan de plenaire marktconsultatiebijeenkomst hebben twintig (20) deelnemers namens deze vijftien (15) aanbieders deelgenomen. Een aantal aanbieders heeft gebruik gemaakt van de optie om met twee deelnemers aanwezig te zien.

Het verslag van de marktconsultatie bestaat uit twee delen. Het eerste deel is een samenvatting van de schriftelijke reacties op het vragenformulier van het marktconsultatiedocument. Het tweede deel is een uitwerking van de stellingen van de plenaire marktconsultatiebijeenkomst van 4 april 2023.

Deel 1: samenvatting van de schriftelijke reacties op het vragenformulier

Vraag 1: Wat is uw mening over de forse versnelling van verduurzamen en de klantreis zoals wij die schetsen in het marktconsultatiedocument met betrekking tot de navolgende aspecten:

- Energieloket als regisseur in de gehele klantreis;
- In een zo kort mogelijke tijd;
- Tegen de beste prijs-kwaliteit verhouding;
- In de rol van regisseur mogelijk samenwerken met verschillende (markt)partijen vanuit verschillende rollen;
- Transparantie over de condities van samenwerking tussen de samenwerkende partijen in het Energieloket 2.0 voor de particuliere woningeigenaren en de Initiatiefnemer.

Antwoord:

Het halen van de opgave voor 2030 is ambitieus. De forse versnelling wordt door meerdere partijen erkend, waarbij een enkeling zegt dat dit een onmogelijke opgave is. De regierol van het Energieloket wordt door veel partijen onderschreven. Maatschappelijk georiënteerde partijen hebben twijfels of de markt die moet vervullen. Op de prijs-kwaliteit verhouding wordt nauwelijks ingegaan. De visie op de samenwerking met de marktpartijen is sterk afhankelijk van de huidige positie (klant wil ontzorgd worden, transparant voor eigenaar tot onafhankelijke positie). De invulling van de regierol op de keten loopt uiteen van project- of actiegeoriënteerd tot organisatie van de volledige keten.

Vraag 2: Welke bijdrage zou u, al dan niet in samenwerking met andere partijen kunnen of willen leveren aan de realisering van de visie zoals beschreven in hoofdstuk 2 van het marktconsultatiedocument? Welke rol ziet u voor zichzelf in de klantreis?

Antwoord:

Het antwoord wordt sterk bepaald door de positie die de partij nu vervult, te weten:

1. Ontzorgen van de gehele klantreis incl. hanteren van meerdere uitvoeringstrategieën.
2. Onderscheid in basispakket en project- of buurtacties die als maatwerk worden geleverd en waarbij ook samenwerking met andere partijen mogelijk is.
3. ICT georiënteerde partijen verwachten via 'slimme ICT-oplossingen' bij te dragen aan het stroomlijnen en standaardiseren van processen, het vergroten van de stuurbaarheid van de operatie en de eigenaren.

In de reacties wordt op mogelijke samenwerkingsconstructies in de antwoorden niet of nauwelijks ingegaan.



Vraag 3: Wat zijn volgens u de mogelijkheden om de klantreis (zie figuur 1 in het marktconsultatiedocument) voor verschillende doelgroepen in te richten? Denk aan:

- rechtsvormen (wel of niet VvE, niet actieve VvE);
- woningtypen (grondgebonden of gestapeld);
- monumenten en
- verschillen in financiële draagkracht van eigenaren.

Antwoord:

Elke doelgroep heeft een eigen aanpak nodig. Er is kennisuitwisseling nodig over doelgroepen. Beschikken over goede en juiste data en informatie, beschikbaar te stellen door de gemeente, wordt door veel partijen belangrijk gevonden. Koppeling tussen klantdata en gemeentelijke data kan daarbij tot meer inzicht leiden. Een goede informatiearchitectuur en ICT-systemen moeten dat ondersteunen.

De traditionele loketten en grotere organisaties zijn het meest uitgesproken over de inrichting van de klantreis. ICT georiënteerde partijen gaan daar nauwelijks inhoudelijk op in. Door sommige wordt gewezen op de noodzaak van maatwerk en kans om eigenaren via zelfwerkzaamheid werkzaamheden te laten uitvoeren.

Vraag 4: Als het Energieloket 2.0 vraag en aanbod bij elkaar brengt, welke keuzemogelijkheden met betrekking tot de realisatiestrategieën (individueel, collectief, contingent) kunnen er volgens u bij de particuliere woningeigenaren te onderscheiden doelgroepen worden aangeboden?

Antwoord:

Individueel en collectief (inkoop of projectmatig) worden als meeste genoemd. Veel partijen zeggen zowel eengezinswoningen als VvE's te kunnen bedienen. Specifieke doelgroepen worden door een aantal partijen uitgesloten. Contingentenaanpak wordt maar door beperkt aantal marktpartijen op ingegaan.

Vraag 5: Waarin dient volgens u Energieloket 2.0 zich te onderscheiden van bestaande platforms om aan de ambitie van de Initiatiefnemer, het tempo van verduurzaming van particuliere woningvoorraad fors verhogen, tegen de beste prijs-kwaliteit verhouding, te kunnen voldoen?

Antwoord:

Groot scala aan antwoorden: samenwerken met lokale partners, benut de buurt, leveren van maatwerk, meer dan alleen informatie verstrekken, differentiatie in klantreizen, financieel onafhankelijk, naam wijzigen van "het energieloket" (gebruik een uitnodigende naam), bottom-up benadering, goede ICT-oplossingen en data integratie.

Maar de relatie met de prijs-kwaliteit verhouding en tempo van verduurzaming wordt daarbij niet of nauwelijks gelegd.

Vraag 6: In de huidige praktijk is er vaak een koppeling tussen advies van een loket en uitvoering door vooraf geselecteerde uitvoerders. Niet alle bewoners vinden dit prettig, omdat men twijfelt aan de onafhankelijkheid. Hoe kijkt u hier tegenaan en welke mogelijke oplossingen zijn er voor deze bewoners?

Antwoord:

De antwoorden lopen uiteen van:

- advies moet in beginsel gratis zijn en klant moet op basis van advies zelf kunnen kiezen;
- transparant zijn over de koppeling tussen advies en uitvoering, of
- volledige onafhankelijkheid t.o.v. leveranciers.

Waarbij de aanwezigen partijen daarbij ook erkennen dat de prijs voor de overheid dan wel toeneemt.

Vraag 7: Heeft u ideeën over de geldstromen rond verduurzamen: Welke kosten(soorten) (bijvoorbeeld het beheer van loket, advies, uitvoering, etc.) dienen volgens u voor rekening van de Initiatiefnemer te komen, welke voor de marktpartij(en) en welke voor eigenaren? En in welke orde



van grootte moeten we dan denken?

Antwoord:

Algemeen is toch wel de duiding dat de gemeente verantwoordelijk is voor de communicatie (bewustwording), verzamelen en beschikbaar stellen van specifieke data. Een aantal wijst op beschikbaar stellen van extra middelen voor specifieke doelgroepen.

In de kostenstructuur ontstaan drie categorieën:

- opstart of aanloopkosten;
- basiskosten (structurele component), en
- project of actiegebonden kosten, die variabel zijn).

Eén partij geeft aan dat bij een onafhankelijke positie (zuivere rolinvulling) de jaarlijkse kosten voor de overheid kunnen oplopen tot fors hogere bedragen dan voorheen. Een andere partij gaat er vanuit dat 80% van de eigenaren de kosten zelf kan dragen, terwijl 20% extra ondersteuning nodig heeft. Dit geldt met name voor de kosten van verduurzaming.

Algemene regel is toch wel dat de gemeente voor de basiskosten van het energieloket moet betalen. Voor de kosten van de advisering hangt het af in welke mate er een financiële koppeling is tussen het advies en de uitvoering (ook wel genoemd de mate van onafhankelijkheid).

Vraag 8: Gezien de wens tot forse versnelling, welke eisen stelt u dan aan de looptijd van de overeenkomst, de continuïteit of andere voorwaarden?

Antwoord:

De meeste partijen vinden dat de minimale looptijd 4 jaar bedraagt. Continuïteit en ruimte voor flexibiliteit worden hierbij genoemd. Uitschieter tot 10 jaar met als motief dat betrokkenheid van het proces dat verlangt.

Vraag 9: Welke inhoudelijke bijdrage of samenwerking verwacht u van de Initiatiefnemer met betrekking tot welke onderdelen van de klantreis?

Antwoord:

Nagenoeg alle partijen wijzen op de noodzaak van een actieve (en intensieve) betrokkenheid van de gemeente. Sommige vinden zelfs dat de gemeente de regie niet uit handen mag geven. In combinatie met ook actief verstrekken van data en informatie is het model 'we zetten het buiten de deur' niet aan de orde. De gemeente faciliteert, betaalt onderzoek en bevordert bewonersparticipatie. Er moet een heldere taakverdeling zijn. De gemeente moet bereid zijn te investeren in de relatie en de samenwerking met de markt.

Vraag 10: Indien er onderwerpen, die naar uw mening van belang zijn, niet aan bod zijn gekomen in dit document, kunt u deze hieronder aangeven?

Antwoord:

De gemeente heeft de volgende opmerkingen ontvangen:

- Maak een heldere visie en neem bewonersinitiatieven hiermee.
- Verbreed de focus van het energieloket naar huurders en mogelijk ook bedrijven.
- Verbind het energieloket met de aardgasvij opgave.
- Zorg voor meer duidelijkheid over regelgeving (eigenaar moet weten waar hij aan toe is).
- Werk samen met het sociaal domein op onderdelen zoals energiearmoede.



Deel 2: Uitwerking van de stellingen van de kennismiddag

Op de kennismiddag is aan de hand van stellingen dieper ingegaan op een aantal onderwerpen. Alle aanwezigen waren verdeeld over 3 groepen begeleid door een voorzitter en een secondant. Elke groep heeft aan 2 van de 3 stellingen meegewerkt, waarbij in de eerste ronde breed input is opgehaald en in een tweede ronde aanvullingen zijn gedaan. De uitwerking van de stellingen staan hieronder op hoofdlijnen beschreven.

Stelling 1: benutten van lokale netwerken

Energieloket 2.0 moet zowel met partners op stedelijk niveau samenwerken als met wisselende lokale partners op wijk- of buurniveau om bewoners te activeren en mobiliseren. Dit is belangrijk om de versnelling te kunnen realiseren.

Algemene principes

Een aantal algemene principes kwamen naar voren. Heb oog voor de mens. Stop met spreken over conversies; het gaat over mensen. Succes hangt af van het draagvlak. Er is geen ideale technologische oplossing die alles omvattend is, maar het vraagt maatwerk. Zie het energieloket als opbouwwerk nieuwe stijl en laat het vanzelf ontstaan. Ga aan de slag bij natuurlijke en logische momenten om verduurzaming van woningen te realiseren.

Energietransitie

De energietransitie moet toekomstbestendig zijn en dus integraal worden opgepakt. Een energieloket is helaas markt gedreven; stop ermee. Kom met een visie op de integrale benadering.

De energietransitie is vooral een sociale transitie; het gaat vooral om bewoners met de gemeente en niet andersom. Er is veel wantrouwen tegen de overheid, het herstel van het vertrouwen moet een doel zijn. Er is veel onwetendheid over het onderwerp. Verantwoordelijkheid ligt ook bij bewoners om het te snappen.

Bewoners & klantreis

Het doel van bewoners is veel breder dan alleen dat van energie en isolatie. Achterhaal de motieven van bewoners en vorm een klantbeeld. Kijk waar een bewoner zich bevindt in de klantreis. Waarborg de klantreis via een CRM-systeem en monitor de klantcontacten en de klantopvolging. Laat bewoners andere bewoners helpen. Personaliseer op wijk, buurt, soort woning en geef bewoners ruimte om te kiezen.

Regisseur

Zorg voor één aanspreekpunt: één regisseur. In principe is dat iemand van de gemeente. De regisseur zou in de desbetreffende stad moeten wonen om binding te hebben met de wijk en de bewoners. Gebruik één 'platform' voor allerlei onderwerpen.

Anders dan Aanbesteden

De gemeente kan een energieloket prima uitbesteden, maar zorg ervoor dat je eigenaar bent en blijft over de data. Er waren verschillende inzichten waarbij sommige marktpartijen de suggestie gaven om het aan te besteden en andere voorstelden om het op gelijkwaardige basis samen te werken zonder aanbesteding (zonder dat daarbij een specifieke juridische vorm werd benoemd).

Voorwaarden van Aanbesteding

Zorg voor keuzevrijheid en wees transparant over de opties. Houdt ruimte voor lokale partijen/initiatieven, neem dat op bij de voorwaarden van de aanbesteding. 'Lokaal' zou een aanbestedingseis moeten zijn. Zorg voor continuïteit, in ieder geval t/m 2030. Neem dit mee bij de aanbesteding.

Stel 3-6 persona's op, neem dit mee als randvoorwaarde voor de aanbesteding.

Een persona is een marketingtool. Daarmee kan je doelgroepen benaderen of aanspreken en ook beter begrijpen. Bijvoorbeeld 'de handige Harry'. Het gaat erom dat er vooronderzoek gedaan wordt naar de doelgroepen binnen bijvoorbeeld een wijk of buurt en dat je die doelgroepen categoriseert.

Een optie is om als randwaarde voor de aanbesteding een nader te bepalen percentage *Social Return on Investment* (SROI) mee te nemen voor wijkinitiatieven.



Onderzoek

Doe een vooronderzoek binnen een wijk of buurt en categoriseer de doelgroepen. Zorg dat minimaal 60-70% enthousiast is. Schouw woningen van tevoren, zodat je weet wat de huidige staat is.

Doe het zelf

Laat ruimte over voor Doe-het-zelf (DZH), het liefst met subsidies vanuit het Rijk. Geef een goed advies aan deze doelgroep. Faciliteer een cursus DHZ-dakisolatie, eventueel met een vergoeding.

Werk samen met lokale partners

Werk samen met een brede groep van stakeholders: sleutelfiguren, ambassadeurs, netwerken in de wijk, betrek lokale bouwmarkten en maak verbinding met energiecoöperaties. Benut ook een VvE vrijwilligers platform; in Rotterdam is dat het VvE Netwerk Rotterdam. Een wijkservicebedrijf is een oplossing. Sluit je bijvoorbeeld aan bij Huis van de Wijk. Faciliteer een middel als Gluren bij de Buren. Betrek lokale werkzoekenden bij de aanpak. Stimuleer het toetreden van vrouwen tot het werken in de energietransitie.

Stelling 2: onafhankelijk regisseur van de klantreis

Om te versnellen moeten adviseur en offertebegeleiding onderdeel uitmaken van de totale keten. Volledige transparantie is nodig over de toerekening van deze advieskosten naar eigenaar, leverancier en gemeente om onafhankelijkheid te waarborgen.

Regisseur van de klantreis

Bij een aantal marktpartijen leeft nog steeds het beeld dat de gemeente de regisseur moet zijn door de opgave te formuleren, die als basis voor programmatische sturing voor de hele verduurzaming kan gelden. Er wordt gepleit voor een heldere functiescheiding tussen regie (gemeente) en markt (uitvoering) en gesignaleerd dat niet verwacht kan worden dat de markt als loketbeheerder ook andere marktpartijen kan en moet registreren.

De markt kan wel een bijdrage leveren aan het formuleren van de opgave. Die 'markt' kan ook bestaan uit de uiteindelijke klant waarbij het energieloket de vraag ophaalt (i.o.v. de gemeente).

De markt wil wel in opdracht van de gemeente het loket beheren (incl. beheer, registreren en signaleren en rapporteren m.b.t. de klantreis) en organisatorische maatregelen uitvoeren (projecten organiseren, acties ontwikkelen, communiceren, etc.) maar voelt zich niet 'eigenaar' van de verduurzamingsoperatie.

De markt is in staat om de klantreis te volgen en op basis van gegevens die ze van uitvoerende partijen krijgen ook te signaleren. Maar zij beschouwen zichzelf niet als regisseur van de uitvoeringsketen. Gesignaleerd wordt dat het investeren in het registreren van de gehele klantreis langjarig commitment vraagt (vier tot tien jaar wordt genoemd). Dan moet er duidelijkheid zijn over de aanpak en de opgave.

Algemeen advies versus maatwerkadvies

Het maken van een onderscheid tussen algemene advisering (veelal digitaal via het energieloket) en maatwerkadvies kan een scheidslijn zijn tussen dat wat de gemeente biedt en dat wat de markt doet.

De algemene advisering is per definitie 'neutraal' en onafhankelijk, maar over de noodzaak om maatwerkadvies onafhankelijk te positioneren t.o.v. de uitvoering lopen de meningen sterk uiteen. Factoren die worden genoemd waarom die onafhankelijkheid niet van groot belang is zijn:

- Als je transparant bent naar de eigenaar-bewoner, weet die hoe het zit;
- De eigenaar-bewoner is vooral geïnteresseerd in het eindresultaat (wil ontzorgd worden) en is minder geïnteresseerd in de mate van onafhankelijkheid van de adviseur (zolang er tevredenheid is over het resultaat).

Dit algemene advies speelt vooral een rol in het bewustwordingsproces en de motivering van de



eigenaar-bewoner. Het kan wel de basis vormen voor deelname aan een inkoopactie of offerteaanvraag in situaties dat de eigenaar-bewoner geen behoefte heeft aan maatwerkadvies. In termen van kostenverdeling tussen gemeente, eigenaar-bewoner en markt wordt dit algemeen advies tot de 'basisvoorziening' gerekend. De kosten daarvan worden beschouwd als kosten voor de gemeente.

Bij het maatwerkadvies moet rekening worden gehouden met de verschillende doelgroepen. Dat biedt aangrijpingspunten om het volgende te bepalen: (1) inhoud advies en wijze benadering van de eigenaar-bewoner, (2) kostenverdeling adviseur tussen gemeente, eigenaar-bewoner en uitvoerende marktpartijen. Transparantie over de kostenrekening van het maatwerkadvies naar gemeente, eigenaar-bewoner en leverancier is noodzakelijk.

De maatwerkadviseur speelt in de ogen van velen een belangrijke rol in het ontzorgen van de uitvoeringsketen (als de klantvraag goed wordt geformuleerd bespaart dit werk). In die benadering vormt de adviseur een belangrijk aangrijpingspunt wanneer er regie in de keten moet komen. Aandachtspunt daarbij is de mate waarin het maatwerkadvies is gericht op de situatie van de bewoner en lokale omstandigheden (grondwaterstand, funderingsproblematiek e.d.).

Een goed maatwerkadvies ontzorgt niet alleen de eigenaar-bewoner, maar ook de uitvoerende partijen. In dat gegeven ligt ook de motivering voor het toepassen van fee-regelingen tussen adviseurs en uitvoerende partijen. Doorbelasten van advieskosten naar de uitvoering heeft als belangrijk nadeel dat adviezen, gericht op gedragsverandering, veelal tot relatief geringe investeringen leiden waardoor er geen ruimte is voor doorbelasting van advieskosten. Geopperd werd om met een vaste vergoeding te werken die ook voor de uiteindelijke klant transparant is om onafhankelijkheid te borgen.

Ook als men niet als regisseur van de keten optreedt, kan de markt als beheerder van het energieloket afspraken maken over aanleveren van signalen/gegevens van de klantreis tijdens de uitvoering.

Stelling 3: maatwerk versus versnellen

Energieloket 2.0 moet in staat zijn om het in de beleving van de woningeigenaar noodzakelijke maatwerk te verbinden met een grootschalige benadering van verduurzaming van woningen.

Voorwaarden voor versnelling

Versnelling kan worden bereikt door zoveel mogelijk facilitaire zaken en functionele processen te standaardiseren en digitaliseren. In principe is dit mogelijk met nagenoeg alle zaken tot aan het moment van opname in de woning.

Om te komen tot de gewenste versnelling is het essentieel dat alle uitvoerende partijen goed met elkaar samenwerken. In deze context is het belangrijk om te komen tot een frame, waarin nauwgezet is vastgelegd wie binnen het energieloket op welk moment wat moet doen.

Versnelling van het verduurzamen van de particuliere woningvoorraad vraagt ook om het maken van keuzes door de gemeenten. De gemeente moet bijvoorbeeld kritisch kijken bij welke groepen c.q. bij welke woningen NIP-gelden worden ingezet. Kiezen is vooral ook aangeven waar je je niet op richt. Partijen geven aan dat heldere keuzes vooraf door de gemeente essentieel zijn om succesvol te werk te kunnen gaan.

AVG, data en analyse

Het verzamelen en analyseren van data wordt over het algemeen als een belangrijk facet beschouwd om de klantreis goed af te kunnen stemmen op de individuele situatie en de wensen van de consument. Opvallend is dat de interpretatie van de AVG-regels, afhankelijk van de AVG-functionaris, van gemeente tot gemeente wisselt. Indien er ruimte is wordt er aanbevolen om vanaf het begin van de klantreis data te loggen. Dit helpt om de consument zo gericht mogelijk te kunnen benaderen, met een propositie die maximaal aansluit bij diens situatie en wensen.

Benut de wijk



Investeer in het opbouwen van kennis over de wijk en haar bewoners. Weet wie in de wijk woont. Er is veel kennis, kunde en kwaliteit in de wijk aanwezig. Mensen met een bouwkundige achtergrond kunnen bijvoorbeeld heel bruikbaar zijn. En mensen, die bijvoorbeeld in een *repair cafe* werken of op een plek waar ze veel andere bewoners ontmoeten, kunnen belangrijke ambassadeurs zijn.

Maak vooraf een goede analyse van de wijk, zowel van de woningvoorraad als van de bewoners, want dit helpt om een passende propositie aan te bieden. Probeer daarnaast zoveel mogelijk in doelgroepen te denken met het oog op de keuze van communicatiemiddelen. Het houden van een buurtpeiling kan interessant zijn om in kaart te brengen wat er speelt in een wijk en wat mensen willen. In dit verband wordt ook gepleit voor een integrale aanpak via samenwerking tussen de verschillende beleidsvelden en benut koppelkansen.

Samenwerking met gemeente

Bij de vraag naar wat marktpartijen van de gemeente verwachten in de samenwerking worden voornamelijk genoemd: stevige regie, goede afstemming, flexibiliteit en bovenal continuïteit. Bij dit laatste aspect wordt een termijn van 4-5 jaar gewenst. Ook worden de volgende aspecten genoemd: KPI's/ resultaten, niveau van ontzorging van bewoners en uitvoerende partijen, multiplier (hoeveel publiek geld is er beschikbaar om hoeveel geld aan energiebesparing te realiseren).

Wensen ten aanzien van aanbesteding

Maak de aanbesteding niet 'te groot' en hou ruimte voor lokaal initiatief. Betrek bij de voorbereiding van de aanbesteding ook woningeigenaren. Laat hen meedenken over een effectieve insteek. Ook wordt gewezen op het belang om de tijd te krijgen om resultaat te boeken. Zeker bij kwetsbare groepen vraagt het tijd om vertrouwen te winnen. Ook het begrip 'vertragend versnellen' wordt in dit verband genoemd. Ga eerst op zoek naar wie de bewoner is en wat die wil en biedt dan pas een propositie aan. Deze strategie impliceert dat je moet accepteren dat de resultaten op korte termijn wellicht geen pas houden met de ambities op lange termijn. Het is eerst zaaien, dan pas oogsten.

Propositie, communicatie en doelgroepen

Zorg er als gemeente voor dat je een heldere propositie kunt aanbieden aan bewoners. Probeer bij voorkeur te komen tot een beperkte menukaart, waarin een beperkt aantal opties wordt aangeboden. En zorg ervoor dat je antwoord kunt geven op alle vragen. Het heeft de voorkeur om bewoners op individueel niveau een soort routekaart te kunnen aanbieden, waarin overzichtelijk wordt weergegeven welke stappen zij moeten nemen om te komen tot een aardgasvrije woning. Biedt mensen hierbij op elk moment een keuzemogelijkheid. Geef ze het gevoel dat ze iets te kiezen hebben. En verlies hierbij in het licht van betaalbaarheid zeker niet de doe-het-zelf optie uit het oog. Biedt als onderdeel van de propositie ook toegankelijke financieringsmogelijkheden aan, zoals een 0% lening. En zorg voor een zogenaamde 'plus' in het aanbod. Verleid mensen echt.

Bankadviseurs nemen tijdens klantgesprekken standaard het onderwerp verduurzaming mee, bijvoorbeeld tijdens hypotheekgesprekken, zodat men de kosten van verduurzaming kan meenemen in de financiering. Toch is de ervaring dat slechts een kwart van de groep die het zich kan veroorloven daadwerkelijk overgaat tot verduurzaming. Dit wordt primair veroorzaakt doordat mensen door de bomen het bos niet meer zien in het land van verduurzamingsopties. Juist op dit vlak, mensen aan de hand nemen, liggen dan ook kansen.

Er wordt gewaarschuwd om voorzichtig te zijn om bewoners van een bepaald woningtype op dezelfde wijze te benaderen en een identieke propositie aan te bieden. Ondanks sterke overeenkomsten in uiterlijke kenmerken (wijk, bouwjaar, energielabel, etc.) is het mogelijk dat de situatie in huis wel wezenlijk verschilt met als resultaat een sterk uiteenlopend energiegebruik. Uit eigen ervaring geeft één van de aanwezigen aan dat dit energieverbruik binnen een uniform woningtype toch met een factor 9 kan uiteenlopen.

Een fysieke outlet, waar de consument zich kan oriënteren op warmteoplossingen en tegelijkertijd maatadvies kan krijgen, wordt als een pre beschouwd in het kader van mensen helpen om door de bomen het bos te zien.

Ontwikkel doelgroep specifieke aanpakken en maak onderscheid tussen VvE's, particulieren en corporaties. Het benaderen van VvE's wordt als complexer beschouwd dan het benaderen van



individuele woningeigenaren. Dit vraagt om maatwerk en is bewerkelijker. Als voorbeeld hiervan wordt de problematiek van het aanvragen van een bouwtekening genoemd.

Zorg ervoor dat je het de consument zo eenvoudig mogelijk maakt om keuzes te maken en zaken te regelen. Beperk de administratieve lastendruk zoveel mogelijk en neem mensen waar mogelijk aan de hand.

De rol van vertrouwen (in de afzender) komt als een rode draad terug tijdens de discussies. De overheid wordt lang niet (meer) altijd als een betrouwbare partner gezien. Dit speelt ook op gemeenteniveau. Sommige groepen met multi-problematiek zijn bijvoorbeeld bang voor controle en zullen niet zo snel een vertegenwoordiger van de gemeente in huis halen/toelaten. Ook een aspect als schaamte speelt een rol. Wel wordt de kanttekening gemaakt dat het belang van vertrouwen groter is bij kwetsbare doelgroepen (lagere WOZ-waarden). Het verdient bij deze doelgroepen aanbeveling om krachten uit de buurt te mobiliseren om de gewenste boodschap over te brengen. Op het moment dat een buurman of een gerespecteerde buurtbewoner contact legt, wordt de boodschap veel eerder omarmd.

Het organiseren van een duurzame huizenroute wordt genoemd als een effectieve methode om mensen te inspireren.

Het toepassen van een contingentenaanpak brengt ook een psychologisch aspect met zich mee. Mensen voelen zich (h)erkend door ze bijvoorbeeld aan te spreken in termen als 'U woont in dit type woning uit dat bouwjaar en u heeft nog deze stappen te gaan voordat u volledig van het aardgas af bent.' Denk hierbij ook aan een stapsgewijze aanpak; het hoeft niet in 1 keer, maar mag ook in 4 stappen gedurende een periode van 10 jaar.

Er is veel oog voor de sociale context waarbinnen de energietransitie zich afspeelt. Marktpartijen ervaren hierbij duidelijk dat mensen in de kwetsbare groepen niet openstaan voor dit onderwerp. Zij hebben een veelheid aan andere zorgen en zitten veelal in een overlevingsmodus. Communicatie over een onderwerp als dit komt bij hen nauwelijks binnen. Geadviseerd wordt om met deze groep zoveel mogelijk visueel te communiceren in plaats van met lange teksten en juist bij deze groep de kracht van de buurt te mobiliseren.

Tot slot bedanken wij alle aanwezigen voor de genomen moeite.