

De particuliere huiseigenaar als ideale klant voor innovaties?

Door *Minouche Besters*
Partner bij *Stipo*

Gedurende 2019 is met de aanpak van Uptempo! via verschillende perspectieven ("klantreizen") verkend hoe de match tussen innovatieve oplossingen en de markt verbeterd kan worden zodat de energietransitie versnelt.

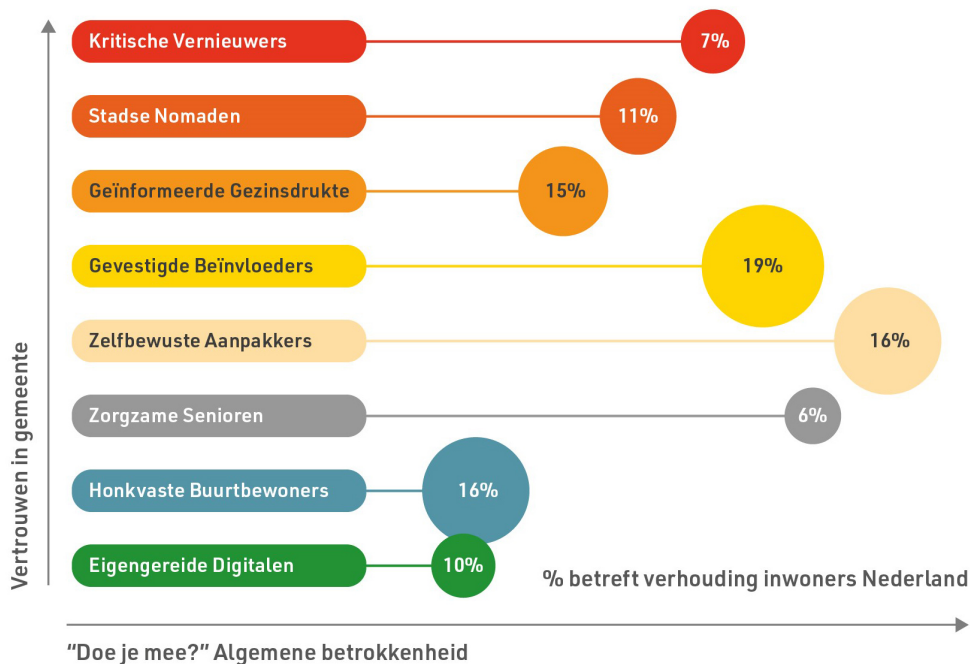
In dit artikel zoomen we in op de particuliere woningeigenaar. Is de kloof (te) groot tussen het soort oplossingen, het gemak en de ontzorging die de particulier mogelijk zoekt en het aanbod van innovatieve technische energieproducten of ondersteunende diensten? Of ligt er een onbenutte kans die het waard is om verder te ontwikkelen?

Kansen om samen met particuliere huiseigenaren het gebruik van innovaties in de energietransitie aan te jagen

Heel veel innovatieve oplossingen liggen nog niet in een aantrekkelijke verpakking in de bouwmarkt. Toch zijn ze er wel! De afgelopen jaren laten vele onderzoeken zien dat particulieren niet staan te trappelen om aan de energietransitie mee te doen. Deze terughoudendheid kan op verschillende manieren worden uitgelegd en heeft diverse - logische - oorzaken.

Geen grote ambities om bij te dragen aan de energietransitie

De afgelopen jaren is op veel plekken onderzoek gedaan naar de manier waarop bewoners naar de energietransitie kijken.



'Wij denken vooruit'

Geïnformeerd, mondiaal, betrokken en kritisch.

'Druk met het gezin'

De wil om mee te doen is er, maar de prioriteit ligt nu anders.

'Loopt prima zo'

Zelfredzaam, zorgeloos, betrokken als ze er zin in hebben.

'Ik ken de wegen'

In contact met bestuurders en sleutelfiguren om op te komen voor het eigen en algemeen belang.

'Wij doen het zelf'

Niet uitgaan van overheid of instanties die alles doen maar zelf in actie komen.

'Wat ik nog kan, doe ik'

Welwillend, plichtsgetrouw, maar gericht op eigen, kleine leefwereld. Soms beperkt om mee te doen.

'Het is wat het is'

Geen gevoel van invloed in bredere context. Wél betrokken in vrijwilligerswerk.

'Wij krijgen geen invloed'

Voelen zich niet vertegenwoordigd en zelfs genegeerd. Vooral gericht op (eigen) online kring.

Een ding is duidelijk: het is onvoldoende om bewoners alleen de rationale van de keuze voor slimme energiezuinige oplossingen voor te spiegelen. Mensen gaan om heel verschillende redenen minder energie verbruiken. Autonomie (onafhankelijk van Russisch aardgas), betrokkenheid bij Groningen, lagere maandelijkse lasten, behoefte aan meer comfort in de woning (isolatie maatregelen) en de toekomst van de kinderen komen vaker als motivatie dan de zorgen over het klimaat op zich.

Vanuit de persona onderzoeken van bijvoorbeeld Motivaction en Citisens waarmee bewoners in Nederland, een stad of de wijk in kaart worden gebracht leren we verder dat er grote groepen mensen zijn die niet gemotiveerd zijn of sterker, afwijzend

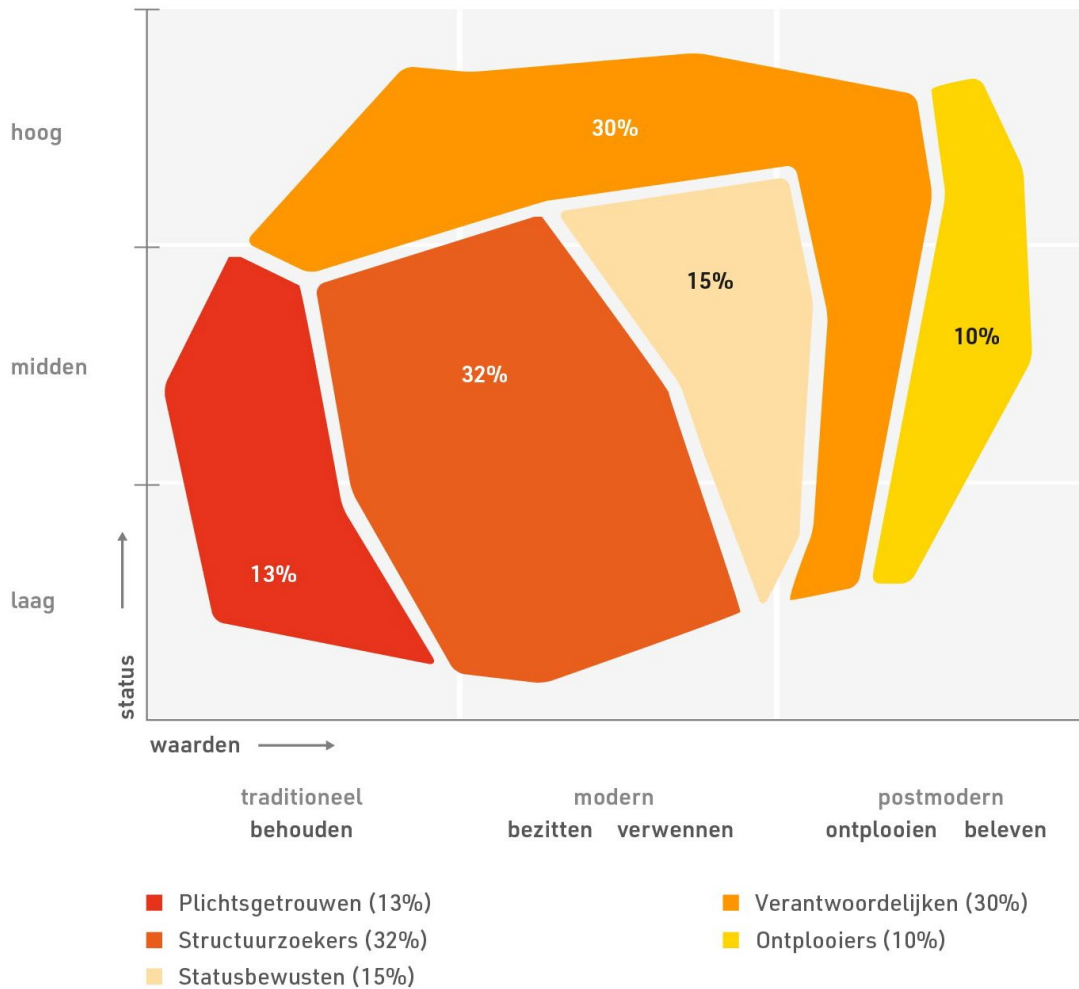
staan, tegenover de energietransitie. Velen van hen leggen de verantwoordelijkheid voor de transitie ook buiten zichzelf en vinden dat het rijk dit probleem moet oplossen. Deze mensen ontberen vaak ook het geloof in eigen kunnen.

Deze onderzoeken zijn gedaan in de tijd dat er nog geen beleid was om daadwerkelijk van het aardgas af te gaan. Inmiddels ligt er een heel andere motivatie: we moeten! De regering heeft een heldere deadline neergelegd waarop alle woningen van het aardgas af moeten zijn. De route daarnaar toe is nog in de maak. De regie wordt voornamelijk in handen van de gemeente gelegd.

Financieringsproblemen

Een belangrijke reden om de woning niet te verduurzamen is logischerwijze de kosten. Er zijn bij particuliere eigenaren grote zorgen over de financiële implicaties van de overstap naar andere warmtebronnen en de kosten





Mentality model Motivaction International toegespitst op consumentenhouding bij verduurzaming

van de verbouwing van de woning om dit mogelijk te maken. Mensen moeten hun geld (gespaard voor een lange reis, zorgkosten, aanvulling op pensioen) nu opeens aanwenden voor iets waar ze niet zelf voor gekozen hebben. En ook al hebben ze hart voor het klimaat, weegt dit zwaar. Daarnaast is er een grote groep Nederlanders die wel een huis bezitten, maar onmogelijk de benodigde aanpassingen aan hun woningen zelf kunnen financieren. Ze komen niet door de BKR toetsing, zijn te oud voor een lening of hebben ieder dubbeltje nodig om rond te komen.

Te grote onduidelijkheid en complexiteit

Wat ook zwaar telt, is de complexiteit van de energietransitie en het gebrek aan duidelijkheid over wat er wanneer gaat gebeuren en hoe dat wordt geregeld. Er is al volop aandacht voor het thema in de kranten, in tv commercials en in consumentenprogramma's. Gemeenten zijn campagnes begonnen en er vallen aanbiedingen in de brievenbus voor zonnepanelen en isolatiemaatregelen.



Tegelijkertijd mist de bewoner helderheid op drie fronten:

- *Wat wordt de nieuwe warmtebron voor zijn of haar woning?*
De Regionale Energie Strategie (RES), het warmtetransitieplan en het wijkplan zijn geen van allen gereed.
- *Wat moet er aan zijn of haar woning worden aangepast om geschikt te zijn voor de nieuwe bron?*
Bewoners beschikken over het algemeen niet over de benodigde technische kennis over hun woning die nodig is om te begrijpen welke aanpassingen wel en niet nodig zijn, zowel bouwkundig als qua benodigde installaties. Heeft de woning een spouwmuur? Geen idee!
- *Wat is het tijdspad wanneer de woning gereed moet zijn?*
Sommige mensen zijn bang dat ze al te laat zijn begonnen (vaak ouderen, die zich zorgen maken dat ze nog geen warmtepomp hebben), anderen willen een planning maken maar weten niet waarop ze zich moeten baseren. Kan ik nog wel een nieuwe cv-ketel aanschaffen of moet ik nu meteen wat anders?

Bovenop deze onduidelijkheid is er veel discussie over het nut en noodzaak van allerlei nieuwe technische oplossingen en mogelijke bronnen. Heel simpel gezegd: de meeste mensen komen niet in beweging als er voor hen geen duidelijk verhaal ligt. Dit verhaal ligt er in veel gevallen voor zonnepanelen (duidelijke opbrengsten, heldere financiering, liggen bij de burens op het dak en zelfs bij IKEA in het schap), vloerisolatie of de vervanging van ruiten met

hoogwaardig dubbelglas. Echter voor de grote overstap naar een andere energiebron is het nog vaag, onduidelijk en ingewikkeld. Ook voor de betrokken professionals.

Koplopers onder de bewoners

Op basis van bovenstaande argumenten zouden we kunnen concluderen dat particulieren geen match zijn voor aanbieders van innovatieve oplossingen.

Echter, daarmee zouden we een grote groep particulieren alsmede de expertise van vele professionals te kort doen. Daar komt bij dat aanbieders van innovatieve oplossingen zeer gebaat zijn bij testen in de praktijk. De zoektocht naar pilotlocaties is de meest terugkerende vraag bij gesprekken met aanbieders². Op het moment kan dat eigenlijk alleen via woningcorporaties en nieuwbouw.

De groep bewoners die interessant is om te betrekken bij innovaties zijn de initiatiefrijke bewoners die zelf bewonersacties starten, meedoen in energiecoöperaties en daarmee voor de troepen uit hun huis reeds verduurzamen. Overal in Nederland vinden we deze groepjes innovatoren. Zij zijn de eerste groep uit het innovatie-adaptatie van Rogers (zie inzet) die aan de slag gaan. En hoewel het ogenschijnlijk om speldenprikken lijkt te gaan, groeit hun aantal snel (de 'eerste volgers' sluiten aan), zijn ze steeds beter georganiseerd en vooral: ze staan midden in de praktijk.

Uit Lokale Energie Monitor 2019 van HierOpgewekt blijkt dat er inmiddels 582 energiecoöperaties, 54 burgerinitiatieven rond lokale warmtenetten en 649 collectieve zonprojecten zijn (daken en weides, waarvan

² Zie interview verslagen en learning sheets van de werksessies Uptempo! 2019



195 nieuw in 2019) en wekken zij via collectieve windmolens 192,7 MWmw aan collectieve windvermogen op. HierOpgewekt schat dat er zo'n 85.000 mensen lid zijn van een van deze burgerorganisaties.

Zo bekeken kan je spreken van een enorm ongebruikt potentieel voor het testen van innovatieve oplossingen in de praktijk. Deze groep is daar naar op zoek en staat er voor open.

Natuurlijk, niet alle betrokkenen bij energiecoöperaties of aandeelhouders van windaandelen zijn innovatoren. En niet allemaal hebben ze veel draagvlak onder de overige bewoners in de wijk of overstijgen ze het niveau van de "goede bedoelingen". Er zijn echter wel hele mooie voorbeelden van burgerinitiatieven met impact, die voorlopen op de gemeente en de markt, die oplossingen zoeken voor vraagstukken waar nog maar weinigen zich mee bezig houden en zelf op zoek gaan naar de nieuwste technologieën en organisatievormen om hun - veelal collectieve - energietransitieaanpak mogelijk te maken.

Collectieve Bewoners zijn serieuze speler in de energietransitie

Enkele voorbeelden die de diversiteit in bewonersactiviteiten laten zien:

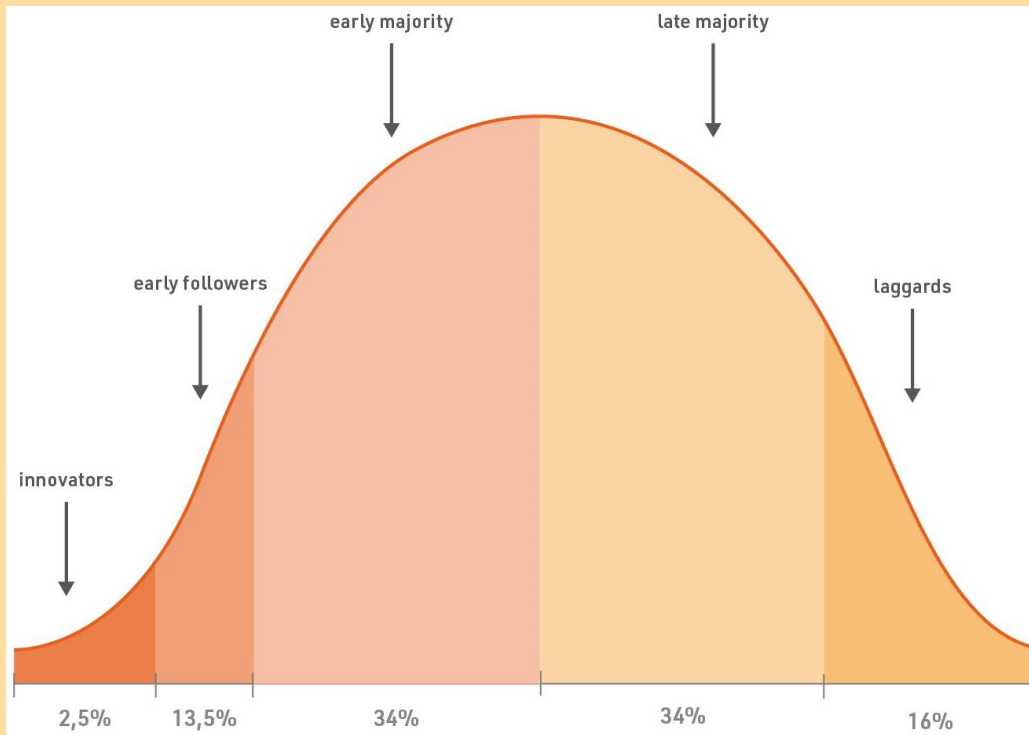
- ThermoBello, Culemborg: voorlopig de enige warmte- coöperatie van bewoners met een warmtebedrijf in eigen beheer.
- Kennemer Energie, Haarlem: begonnen als een buurtinitiatief rond een collectief zonnedak, adviseert nu andere buurten in Haarlem bij de realisatie van hun zonnedaken
- Rijn en IJssel Energie Coöperatie, Arnhem: verzorgt het energieloket voor de gemeente, leidt coaches op en jaagt bewonersinitiatieven aan.





Innovatie-Adoptie Curve

Vanuit het innovatie leren is bekend dat de adoptie van nieuwe producten en diensten via een vast stramen verloopt. Als we de curve vertalen³ naar de energietransitie dan ziet dat er als volgt uit:



Innovatie en adoptiemodel van Everett Rogers, uit Diffusion of Innovations 1962

- **2,5% innovatoren:** in de energietransitie zijn het vaak drie à vier bewoners, die in een buurt de koppen bij elkaar steken. Mensen die graag het wiel uitvinden en uit een enorme persoonlijke drive op zoek gaan naar nieuwe oplossingen.
- **13,5% early followers:** de eerste groep bewoners die enthousiast mee gaat doen met de innovatoren. Zij willen wel wat uitproberen en zijn trendgevoelig. Mensen die niet van scratch willen beginnen, maar wel graag meedoen vanuit het prille begin.
- **34% early majority:** de groep die aan de slag gaat als de nieuwe toepassing bekendheid heeft gekregen. Hier begint de markt zijn werk te doen. De oplossing wordt al gebruikt door een kleine groep mensen, wat vertrouwen geeft dat het werkt. Mensen zijn nieuwsgierig en doen graag mee met succesvolle nieuwe oplossingen.
- **34% late majority:** de groep mensen die instapt als de innovatie gemeengoed is geworden. Er is op dit moment dus geen innovatieve oplossing meer: de marktadaptatie is volledig.
- **16% laggards:** de groep bewoners die afwacht en pas instapt als de innovatieve oplossing alweer is ingehaald door nieuwe innovaties.

³ Werkwijze uit het Smart Energie Cities model





Belemmeringen voor particuliere woningeigenaren om aan de slag te gaan

De initiatiefrijke woningeigenaren (veelal de innovatoren en vroege volgers uit het schema) die zelf aan de slag gaan lopen tegen veel obstakels op. Vaak is dat ook een reden om andere bewoners in de buurt op te zoeken en zich samen te organiseren. De wens om de woning te verduurzamen is er wel, echter mensen lopen vast in de uitvoering.

Bekende obstakels zijn:

Aannemers, installateurs en andere technici die in kennis en expertise niet voldoen of niet beschikbaar zijn.

- de gewenste ingrepen worden afgeraden (we deden het altijd zo, waarom nu anders, of “wij van WC Eend”)
- de gewenste ingrepen niet voldoende doordacht uitvoeren, bijvoorbeeld wel isoleren maar niet op de juiste rc waarde
- slechts 1 onderdeel meenemen, en niet naar de hele opgave voor de woning kijken
- te weinig capaciteit bij bouwpartijen: er is onvoldoende personeel beschikbaar

Aanbieders van technische oplossingen die onvoldoende kennis hebben van de particuliere markt en onvoldoende inspelen op de ambities, woonwensen, onzekerheden en service verwachtingen.

- Duurzaamheid is voor slechts een kleine groep de hoofdreden van de ingreep. Vaker gaat het om een noodzakelijke renovatie van de woning, het levensloopbestendig maken, verhogen van comfort, verlagen van de energielasten etc. Duurzaamheid is een bijkomend argument.
- Beslissingen worden niet genomen op basis van ratio, maar zijn een samenspel van vele, vaak emotionele factoren. Beleving, herkenbaarheid, timing, wat de burens doen, plezier, vormgeving is allemaal van belang.

Banken, hypotheekverstrekkers, subsidieverleners die onvoldoende slim inspelen op latente behoeften, gebrek aan kennis en mensen te weinig bij de hand nemen

- Het moment van een lening afsluiten, voor aankoop of verbouwing woning is het moment om extra geld te lenen voor de benodigde verduurzaming van de woning. Banken en hypotheekverstrekkers kunnen daar proactief op wijzen, de extra hypotheekruimte noemen of de rentekortingen. Mensen hebben daar zelf te weinig kennis van.
- Subsidies en leningen verschillen per gemeente en provincie en zijn niet beschikbaar voor 75 plussers of mensen met een BKR registratie. Er zijn regelingen op diverse overheidsniveaus. Het is niet duidelijk welke regelingen gestapeld mogen worden. Veel regelingen veranderen per jaar en kunnen op raken.



Toekomstige financieringsproblematiek

Als we naar de nabije toekomst kijken, wanneer de grote massa ook aan de slag zal gaan om hun woning op tijd gereed te krijgen, dan speelt op het gebied van financiering veel meer. Als woningeigenaren geen verbouwingsnoodzaak hebben dan is het geen prettige keuze om vakantiegeld of spaargeld te benutten voor het verduurzamen. Deze investering komt in een rijtje andere belangrijke wensen, zoals de aanschaf van een nieuwe auto, nieuwe meubels, een verre reis. Daarnaast is er nog de groep woningeigenaren die zelf helemaal geen spaargeld hebben en ook een maandelijkse aflossing voor een lening niet kan missen in het maanbudget. Voor deze mensen, en dat is in sommige wijken het merendeel van de woningeigenaren (denk aan de buurten waar voormalige corporatiebezit is verkocht aan huurders en starters, het zogenaamde gespikkelde bezit), zullen speciale arrangementen moeten komen waarbij de investeringen betaald kunnen worden zonder dat de maandelijkse lasten stijgen.

Conclusie: Koplopers onder de particulieren woningbezitters zijn zowel een kans als klant en als bron van kennis

Zet in op de koplopers onder de woningeigenaren

Het is belangrijk om onderscheid te maken tussen de groep mensen die afwacht en pas de markt betreedt als producten en diensten gemeengoed zijn geworden en bewoners die als eerste vooraan staan bij een nieuw product. Onder de eigenaren van de ruim 4 miljoen koopwoningen in Nederland is een

voorhoede van bewoners te vinden die open staat voor innovatie en daar vaak ook zelf naar op zoek gaat. Als individuele woningeigenaar zijn ze lastig te identificeren, maar georganiseerd in een van de vele bewonersinitiatieven zijn ze herkenbaar en mogelijk ook een interessante partij voor aanbieders van innovatieve oplossingen. We zien twee kansen:

Kans 1: Individuele woningeigenaren vormen gebundeld een pilotlocatie voor aanbieders

Uit de matchmaking activiteiten van Uptempo! van het afgelopen jaar bleek dat innovatieve aanbieders vooral behoefte hebben aan testlocaties waar ze in de praktijk hun innovaties kunnen testen, data verwerven en verfijnen. Op dit moment vinden de meeste pilots plaats in samenwerking met corporaties. Dit is makkelijk omdat in zo'n geval het aanbod meteen in een veelheid van gelijksoortige woningen kan worden toegepast en er maar een partij, de corporatie, bij de beslissingen over het vastgoed is betrokken. Het aantal pilotlocaties is wel beperkt en vraagt veel tijd om te organiseren. Bijkomend nadeel is dat het nu huurders zijn die in de rol van pilotgroep terecht komen; mensen die vaak in een kwetsbare positie zitten en er niet zelf voor gekozen hebben om innovaties te testen.

Collectief georganiseerde woningeigenaren zouden gezamenlijk ook een pilotlocatie kunnen zijn. Deze invalshoek kwam naar boven tijdens de werksessie 'opschalen met platformen'⁴. Daarmee zou volgens de betrokken aanwezigen een van de belangrijkste obstakels voor het versneld op de markt brengen van innovatief aanbod op

⁴ Werksessie Opschalen met Platformen, 5 september 2019
<https://www.topsectorenergie.nl/sites/default/files/uploa>

<ds/Urban%20energy/adocumenten/Uptempo%20Opschalen%20met%20platformen.pdf>



de markt kunnen worden geslecht. Het is belangrijk om uit te zoeken hoe deze match het beste tot stand kan komen en wat beide partijen daarvoor nodig hebben.

Kans 2: Praktijkennis buurtinitiatieven biedt uitgelezen inzichten voor aanbieders

Daarnaast zien we dat deze voorhoede in hun praktijk tegen tal van zaken aanloopt. Zaken, waar we bij Uptempo! van hebben geleerd in de matchingsactiviteiten, dat aanbieders van innovaties zich niet van

bewust zijn of voldoende aandacht voor hebben. Deze voorhoede van collectief georganiseerde particuliere woningeigenaren is daarmee ook een uitgelezen bron van praktijkkennis waar de innovatieve aanbieders hun producten en diensten en vooral ook hun marketing en service mee kunnen verbeteren.

Door de collectieve woningeigenaren actief bij het programma van Uptempo! in 2020 te betrekken kunnen we beide kansen benutten.

