

STROOMVERSNELLING KOOPWONINGEN

Wat zijn onze ervaringen en wat kunnen we daarvan leren?

Felix van Gemen
felix.vangemen@platform31.nl

Marianne Nevens
marianne.nevens@platform31.nl

Maart 2016
Energiesprong

Samenvatting

In september 2014 sluiten bouwers, gemeenten, vraagvertegenwoordigers, banken en maatschappelijke partijen een deal om met elkaar Nul op de Meter-aanbod te ontwikkelen, vraag te creëren en de condities te realiseren om dat mogelijk te maken. Door in de periode tot 1 januari 2016 honderd pilots te ontwikkelen, willen partijen komen tot NOM-aanbod voor jaren '50-'80-woningen voor 45.000 euro inclusief BTW per renovatie. Aan het einde van die periode brengen we de geleerde lessen in kaart om daarmee een basis te leggen voor de innovatieve verduurzamingsprogramma's die nog volgen.

Proces per fase

Om de verwachtingen per fase goed te kunnen managen, is het van belang om te werken met een heldere procesbeschrijving. Hierbij onderscheiden we vijf fasen: van interesse wekken tot aan de realisatie van de pilot. Een eerste oproep voor een informatiebijeenkomst over Nul op de Meter brengt een grote groep woningeigenaren op de been. Na diverse procesrondes (inschrijven pilot, checkt geschiktheid, match met bouwer) blijkt echter dat er maar een kleine groep huizenbezitters en bouwers overblijft die daadwerkelijk tot de realisatie van de pilot komen. Daarbij spelen verschillende factoren een rol. Zo is de woning niet in alle gevallen geschikt voor een NOM-renovatie, zien woningeigenaren bij nader inzien toch allerlei bezwaren en twijfels, en lukt het niet in alle gevallen om een goede match te vinden tussen bouwer en woningeigenaar. Meedoen aan een NOM-renovatiepilot vraagt van alle partijen bovendien een gedegen motivatie. Anders dan bij een kant en klaar product, valt er in deze pioniersfase nog veel te overwinnen en te ontdekken. Alleen de echt gemotiveerden zijn bereid om deze tegenslagen te incasseren en door te gaan.

Veel geleerd

Een wijkgerichte benadering van woningeigenaren blijkt het beste te werken. Ook is het belangrijk om omwonenden vanaf het begin mee te nemen in het proces, zodat er een gemeenschappelijk vertrekpunt wordt gecreëerd en er begrip en draagvlak ontstaat. Verder valt er door het hele proces heen veel te winnen met goed verwachtingsmanagement, met name richting woningeigenaren; dat voorkomt teleurstellingen en een negatieve beeldvorming rond Nul op de Meter. Duidelijk is ook geworden dat alle partijen die betrokken zijn bij Nul op de Meter nog hulp, begeleiding en advies nodig hebben om tot een goed resultaat te komen. Zo zijn banken en taxateurs niet altijd volledig op de hoogte van relevante wet- en regelgeving, hebben gemeenten en welstandscommissies vaak nog tekst en uitleg nodig over wat Nul op de Meter inhoudt, hebben bouwers vaak moeite om op een goede manier te communiceren met woningeigenaren, en kunnen woningeigenaren op hun beurt niet altijd overzien dat NOM hen meer te bieden heeft dan enkel een duurzame woning.



Kwantitatief en kwalitatief

Uiteindelijk heeft de deal geleid tot de vijftien pilots (waarvan drie gerealiseerd, en twaalf in uitvoering). Kwantitatief is dat veel minder dan we in onze ambities hadden vastgelegd. Kwalitatief heeft het proces ons echter veel opgeleverd. Per fase hebben we een schat aan ervaringen opgebouwd en inzichten gegeven die ons helpen te komen tot een (ver)beter(d)e aanpak voor de Nul op de Meter-renovaties van Koopwoningen. Bovendien hebben onze verwachtingen – nu we zijn gepakt en gemazeld door de praktijk – een realistischer karakter gekregen. Dat helpt ons bij het maken van vervolgplannen; deze zullen beter zijn afgestemd op de weerbarstige praktijk.





Inleiding

Stroomversnelling Koopwoningen is opgestart met als doel om Nu op de Meter-aanbod voor particulieren mogelijk te maken. Dit heeft op 29 september 2014 geleid tot het

sluiten van een deal tussen bouwers, gemeenten, vraagvertegenwoordigers, banken en maatschappelijke partijen om met elkaar:

- Nul op de Meter-aanbod te ontwikkelen,
- vraag te creëren,
- de condities te realiseren om dat mogelijk te maken.

De ambitie was om per 1 januari 2016 NOM-aanbod in de schappen te hebben liggen voor jaren '50 - '80-woningen waarbij het product kan worden afgenomen op basis van woonlastenneutraliteit. Dit wilden we bereiken door honderd pilots te realiseren waaruit alle partijen – van wet- en regelgever, banken en gemeenten tot aan aanbieders en bouwers – de nodige lessen zouden kunnen leren. Het beoogde eindresultaat was een aantrekkelijk aanbod voor de particulier: een NOM-product dat hypothecair financierbaar is.

De praktijk bleek weerbarstig; er zijn namelijk slechts drie pilots gerealiseerd, terwijl meer dan vijfduizend mensen interesse hebben getoond en zich meer dan duizend mensen hebben aangemeld. Daarmee is het belang van pilots eens te meer duidelijk geworden. In 2014 dachten alle stakeholders de ambities te kunnen realiseren, vervolgens werden zij geconfronteerd met een reality check. Hiermee bevinden we ons in de transitie van ongeïnformeerd optimisme naar collectief realisme.

Aanleiding voor dit stuk

Met het delen van onze ervaringen willen wij bijdragen aan het leggen van een inhoudelijke basis voor verdere verduurzaming van de particuliere woningvoorraad, mede richting geven aan een vervolg en inspiratie bieden voor nieuwe innovatieprogramma's.

Leeswijzer

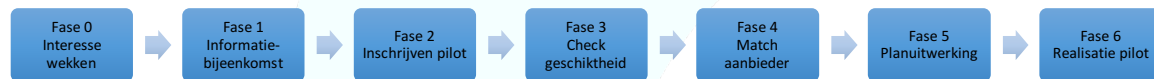
We delen onze ervaringen aan de hand van het proces dat de bewoner doorloopt. Daarbij komen impliciet allerlei aspecten aan bod, zoals welstand, regelgeving rondom hypotheek, ervaringen met bouwers en aanbieders aan de hand van casuïstiek, inzicht in de behoefte aan procesbegeleiding en advies bij alle betrokken partijen, geleerde lessen en aanbevelingen. Dit document bestaat uit de volgende paragrafen:

- Procesbeschrijving
- Kwantitatieve resultaten
- Ervaringen per fase
- Geleerde lessen
- Aanbevelingen

Het proces

Procesbeschrijving

Direct na het tekenen van de deal, zijn we begonnen met het matchen van particulieren met aanbieders. Het sentiment vanuit de aanbieders was op dat moment: 'kom maar op met die geïnteresseerde bewoners'. Het sentiment vanuit de vragers was: 'kom maar op met die bouwers'. Al gauw bleek dat dat niet werkte. Voor alle partijen was de materie dusdanig nieuw dat er weinig voor nodig was om projecten op basis van verkeerde verwachtingen te laten beginnen. Een duidelijk proces en goed verwachtingsmanagement bleken essentieel om samen te kunnen ontwikkelen. Deze snel geleerde les heeft geresulteerd in een procesbeschrijving.



Het proces om te komen van interesse wekken tot gerealiseerde pilot bestaat uit zeven fasen.

Fase 0, interesse wekken

De zoektocht naar geïnteresseerde pilotdeelnemers wordt uitgevoerd door deelnemende gemeenten en energiecoöperaties die de deal hebben ondertekend. Soms gaat dat via een krantenbericht, soms door middel van een uitnodiging voor een wijkbijeenkomst of door gericht contact te leggen met pioniers uit het bestaande duurzaamheidsnetwerk. In alle gevallen wordt een informatiebijeenkomst georganiseerd voor geïnteresseerde particulieren.

Fase 1, informatiebijeenkomst

Tijdens de informatiebijeenkomst krijgen de belangstellenden uitleg over het programma Stroomversnelling Koopwoningen en wat Nul op de Meter voor hen zou kunnen betekenen. Daarbij krijgen zij bovendien informatie over de criteria waaraan zij moeten voldoen om voor een NOM-pilot in aanmerking te komen.

Fase 2, inschrijven pilot

Na de informatiebijeenkomst kunnen particulieren zich inschrijven voor deelname aan de pilot. Hiertoe vullen ze een intakeformulier in, waarin basisinformatie wordt gevraagd over zaken als de gezinssituatie, het inkomen, de hypotheek, de staat van de woning en natuurlijk de woonwensen.

Fase 3, check geschiktheid

De procesbegeleider (inzet vanuit Energiesprong) checkt de haalbaarheid van een succesvolle pilot aan de hand van de ingevulde intakeformulieren. Hierbij wordt gekeken naar de financiën en de technische staat van de woning. In een telefoongesprek dat daarop volgt, proberen we helder te krijgen of de bewoner voldoende gemotiveerd is om een innovatief proces in te gaan met een onzekere uitkomst.



Fase 4, match aanbieder

Voorafgaand aan de match met de aanbieder, vindt een aanvullende intake plaats aan de hand van een uitgebreidere vragenlijst. Hiermee worden de gehele woning en woonsituatie alsmede de wijk in kaart gebracht. Deze gegevens worden in de vorm van een woningkaart aangeboden aan potentieel geïnteresseerde bouwers. De deelnemende bouwers kunnen hierop reageren en hun concept op hoofdlijnen aanbieden aan de particulier.

Fase 5, planuitwerking

De bewoner en de aanbieder spreken met elkaar de intentie uit om te komen tot een pilot. Idealiter worden afspraken gemaakt over de te nemen stappen om te komen tot realisatie. Het conceptaanbod wordt in deze fase uitgewerkt tot een definitieve offerte. Het offertetraject met de hypotheekverstrekker (waaronder taxatie van de woning na renovatie) en het vergunningetraject met de gemeente maken onderdeel uit van deze fase. Overleg hierover vindt veelal plaats in het kader van de zogenaamde 'stadstafel'.

Fase 6, realisatie pilot

Als de offerte is getekend, wordt de pilot uitgevoerd.

Kwantitatieve resultaten

In onderstaande tabel vindt u een overzicht van de resultaten per fase. Hieruit vallen de conversies per fase af te lezen. In de volgende paragraaf gaan we in op het verhaal dat schuilgaat achter de cijfers, om daarmee de cijfers te kunnen duiden.

	Aanleiding	Fase 1		Fase 2		Fase 3		Fase 4		Fase 5		Fase 6	
1	Assen Oproep gemeente	3	33%	1	0%	0	-	-	-	-	-	-	-
2	Breda Oproep gemeente	30	33%	10	50%	5	40%	2	50%	1	100%	1	100%
3	Castricum Via Energie Cooperatie	3	100%	3	67%	2	50%	1	0%	0	-	-	-
4	De Bilt Via Energie Cooperatie	5	60%	3	33%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%
5	Etten-Leur Oproep gemeente	60	27%	16	25%	4	50%	2	50%	1	?	?	?
6	Geldrop Oproep gemeente	12	25%	3	33%	1	0%	0	-	-	-	-	-
7	Leidschendam Oproep gemeente	60	17%	10	30%	3	67%	2	100%	2	?	?	?
8	Lelystad Oproep gemeente	40	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9	Maasticht Besloten oproep gemeente	4	50%	2	0%	0	-	-	-	-	-	-	-
10	Middelburg Oproep gemeente	182	8%	14	14%	2	50%	1	100%	1	?	?	?
11	Schiedam Oproep gemeente	22	9%	2	100%	2	0%	0	-	-	-	-	-
12	Tilburg Oproep gemeente	12	33%	4	75%	3	67%	2	100%	2	?	?	?
13	Utrecht Oproep gemeente	75	40%	30	67%	20	80%	16	63%	10	100%	10	100%
14	Wageningen Oproep gemeente	26	0%	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	Zoetermeer Oproep gemeente	60	17%	10	40%	4	50%	2	50%	1	100%	1	100%
	Totaal		594		108		47		29		19		13
	% t.o.v. Totaal				18%		8%		5%		3%		2%
	Gem % t.o.v. Vorige fase				18%		44%		62%		66%		68%

Ervaringen per fase

Fase 0, interesse wekken

Via verschillende communicatiekanalen hebben we erop ingezet om bij de particulier interesse te wekken voor het gedachtegoed achter Nul op de Meter: lekker en comfortabel wonen, zonder energiekosten. Via het RTL4-programma 'Ons Huis Verdient Het' werd landelijk een groot publiek bereikt, op lokaal niveau werden veelal huis-aan-huisbladen ingezet en gemeenten nodigden huiseigenaren uit per brief. In totaal meldden 594 particuliere woningeigenaren zich aan voor een informatiebijeenkomst. Opvallend was de hoge opkomst in Breda, Wageningen en met name Middelburg, waarbij specifiek voor een wijkgerichte aanpak was gekozen. In Middelburg is maar liefst 10 procent van de inwoners van de wijk naar de informatiebijeenkomst gekomen.



Les 1: Een gerichte wijkaanpak leidt tot een substantieel beter effect van de communicatieactiviteiten.

Fase 1 en 2, informatiebijeenkomsten en inschrijven pilot

In deze fase meldden 108 woningbezitters zich aan. Uiteindelijk vulde 18 procent het intakeformulier in, 82 procent van de mensen deed dit niet. Dit heeft te maken met het volgende:

- Op de informatiebijeenkomst is veel aandacht besteed aan de criteria die gelden voor toelating tot de pilot. Dit is een vorm van goed verwachtingsmanagement, aangezien een deel van de bewoners die avond al besloot dat deze pilot niks voor hen was.
- Zeker bij de eerste bijeenkomsten was er sprake van een mismatch tussen het beeld dat bewoners van het Nul op de Meter-project hadden en wat het project hen kon bieden.
- Een deel van de bewoners kwam uit nieuwsgierigheid en affiniteit met de materie.

Les 2: Aanvankelijk waren we blij met een hoge conversie na deze fase, omdat we daaraan succes aflazen. Later kwam het besef dat kritisch zijn aan de voorkant teleurgestelde bewoners voorkomt en er tevens voor zorgt dat we de beschikbare capaciteit effectiever kunnen inzetten.

Les 3: Sommige mensen zijn teleurgesteld naar huis gegaan. De communicatie moet niet geënt zijn op een zo hoog mogelijke opkomst, maar op een goede formulering van de boodschap, zodat helder is wat we te bieden hebben.

Les 4: Goed verwachtingsmanagement begint bij het allereerste contact. Pas op met het noemen van bedragen en het doen van beloftes over het aantal uitvoeringsdagen.

Les 5: Particulieren reageren enthousiast als ze horen dat Nul op de Meter geen doel op zich is, maar voor hen een krachtig middel zou kunnen zijn om hun woonwensen te realiseren, zoals levensloopbestendig wonen, een gezond binnenklimaat en/of groot onderhoud.

Fase 3, check geschiktheid

Na deze selectieronde bleek dat 47 van de 108 woningeigenaren (39 procent) in aanmerking kwam voor de pilot en door kon naar de volgende fase: de match met de bouwer. Wat interessant is, is dat slechts vier op de tien de check 'overleeft'. Als je Utrecht – een gemeente waarbinnen in het proces heel veel aandacht is besteed aan goede informatieverschaffing - weg zou laten, kan slechts één op de vier door na de check. Hoe kan dat? Hiervoor hebben we de volgende verklaringen gevonden:

- Slechts één op de drie particulieren kon een bedrag van 45.000 euro financieren. Acht van de tien keer was het de zogenaamde Loan to Value-toets (LTV) die roet in het eten gooide. Dit terwijl bewoners op basis van de Loan to Income-toets (LTI) de renovatie wel konden financieren. De verruiming naar 106 procent bleek in geen enkel geval het verschil te maken.
- Gaandeweg het proces moesten we steeds kritischer worden ten aanzien van de technische staat van de woning omdat bleek dat aanbieders veel moeite hadden met zelfs slechts licht afwijkende woningtypes.

-



- Veel particulieren binnen deze doelgroep hadden al energiebesparende maatregelen genomen in de woning. Particulieren blijken moeite te hebben met het teniet doen van de eerder gedane investeringen. Wat we veel zijn tegengekomen, zijn spijtvolle reacties als:
'Als ik had geweten wat er mogelijk is, dan...'
 - o had ik die maatregel niet genomen.'
 - o had ik het meteen goed gedaan en die energetische maatregelen gecombineerd.'
 - o was ik hier niet blijven wonen en had ik deze investering niet gedaan.'
 - o was ik in mijn vorige huis blijven wonen.'
 - o had ik mijn uitbouw van vorig jaar gecombineerd met voorbereidingen voor levensloopbestendig wonen.'
 - o had ik niet zoveel geld uitgegeven aan een maatregel waarvan ik nu weet dat hij veel minder oplevert dan iedereen belooft.'

Les 6: Voor de intake was een vragenlijst ontwikkeld die erop was gericht om de financiële en technische situatie in kaart te brengen. In dit formulier waren zaken als condities en wetgeving rondom hypotheek en subsidies en ontwikkelingen op het gebied van welstand niet opgenomen. Die informatie is echter net zo cruciaal voor het welslagen van een pilot als de overige informatie. Hierop is het formulier aangepast.

Les 7: Het financieren van dit soort renovaties via de hypotheek lijkt onverenigbaar met opschaling op korte termijn. Andere alternatieven om met name de LTV-hobbel te overkomen, zijn nodig om NOM-proposities voor particulieren mogelijk te maken.

Les 8: Veel mensen hebben spijt van reeds genomen acties en hebben klaarblijkelijk behoefte aan goede voorlichting over het belang van integraal ontwerpen als het om een woning gaat. Voor veel mensen is het belang van comfort, gezondheid en grootonderhoudsaspecten (TCO) pas gaan leven na de informatiebijeenkomsten over Nul op de Meter.

Fase 4, match aanbieder

In een gesprek met de woningeigenaar verzamelde de bouwer zoveel mogelijk informatie op basis waarvan hij een aanbieder zou kunnen maken. Het vinden van de juiste match tussen bouwer en woningeigenaar bleek een lastig proces, om allerlei redenen.

- Zo kwamen bouwers tot de ontdekking dat ze aan een pilot hun handen al vol hadden en er nauwelijks tijd en ruimte was voor een tweede pilot. Dat beperkte het aantal bouwers dat beschikbaar was voor het starten van nieuwe pilotprojecten.
- In sommige gevallen bleek de bouwer onvoldoende in staat om zijn concept te vertalen naar een propositie die aansloot bij de belevingswereld en de woonwensen van de bewoner.
- Aanbieders zijn niet gewend om met particulieren te communiceren. Het waarmaken van de belofte dat je binnen een week iets van je laat horen, bleek in het overgrote deel van de gevallen onmogelijk. Los van de kwaliteit van het aanbod, haakte een groot deel van de bewoners af nadat ze lange tijd niks van de aanbieder hadden gehoord.

Les 9: Bouwers bedoelen het goed, maar hebben hulp nodig in alle stappen van het proces. Een oliemannetje is nodig om te voorkomen dat het project voortijdig strandt door onderling onbegrip en gebrekkige communicatie. Dit is wat wij onder procesbegeleiding verstaan.



Fase 5, planuitwerking

In deze fase werd het beste duidelijk hoezeer we aan het pionieren zijn. Of het nu de taxateur is die een NOM-woning moet taxeren, een bank die een financiering voor een NOM-renovatie moet afgeven, een bouwer die goed moet communiceren met een bewoner, of een welstandscommissie die iets moet vinden van een huis dat er totaal anders gaat uitzien, in alle gevallen pakte de praktijk anders uit dan we hadden verwacht in de planfase. Dit leidde bij veel projecten tot spanningen bij en tussen stakeholders, maar gaf tegelijkertijd inspirerende inzichten over hoe het in de toekomst beter kan.

Les 10: Dat er zoiets bestaat als de Energieprestatievergoeding (EPV) en de duurzaamheidslening, betekent niet automatisch dat banken ook weten hoe zij hiermee om moeten gaan, zo is in de afgelopen periode gebleken.

Les 11: De onzekerheden waarmee de particulier werd geconfronteerd tijdens deze fase, leidde bij een aanzienlijk deel van de particulieren tot het beëindigen van het traject. Kennelijk bleek de stap in een keer te groot. Argumenten die gehanteerd werden door particulieren waren:

(1) Het is een smak geld in een keer.

(2) Het is een behoorlijk risico; als ik binnen een paar jaar mijn huis verkoop, krijg ik mijn investering er dan nog wel uit?

(3) Ik moet in korte tijd over ontzettend veel zaken nadenken in het kader van woongenot en functionaliteit, en voor sommige zaken heb ik meer tijd nodig.

(4) Is de techniek over een paar jaar niet veel beter en goedkoper?

Bewoners maken vaak keuzes op basis van gevoel en een mix van bovenstaande factoren.

Les 12: Bouwers kunnen niet met bewoners communiceren en ze zijn niet goed in verwachtingsmanagement in complexe situaties. Dit leidt tot teleurstellingen bij particulieren. Het is beter als bouwers en bewoners aan het begin van het traject een intentieovereenkomst ondertekenen waarin zij expliciet en voor een uitleg vatbaar vastleggen wat zij van elkaar kunnen verwachten.

Les 13: Het uitvoeren van particuliere NOM-renovaties in collectief verband heeft zeker duidelijke voordelen. De bijdrage aan wijkontwikkelingen is daarmee direct, substantieel van schaal en aantrekkelijk voor aanbieders om op in te springen. De complexiteit van Collectief Particulier

Opdrachtgeverschap moet echter niet worden onderschat. Om het collectief een goede opdrachtgever te laten zijn, is professionele begeleiding noodzakelijk.

Fase 6, realisatie pilot

Voor de procesbegeleiding was er een belangrijke taak weggelegd in het bij elkaar houden van de partijen, het enthousiasme voor het project hoog te houden, de communicatie met andere partijen – zoals de gemeente – in goede banen te leiden en voorkomende problemen op te lossen. Betrokken partijen hebben de neiging te vergeten hoeveel impact het project heeft op de stad, de wijk, de straat en de directe burens.

Les 14: Onbekend maakt onbemind. Dus zorg ervoor dat de omwonenden meegenomen worden in de transitie. Met het oog op de opschaling is het belangrijk dat er een gezamenlijk, positief startpunt wordt gecreëerd. Pas op voor de bijwerking, kan bewoners aansteken ;-).



stroom versnelling

Les 15: Alleen voor diegenen waarbij de beoogde NOM-renovatie duidelijk plaatsvond in het kader van een totaalpropositie bleven bewoners gemotiveerd genoeg om tot het einde aangehaakt te blijven. Met name de oplossing voor groot onderhoud, langer thuis blijven wonen en gezondheid spraken hierbij aan. De waardeperceptie houdt hier sterk verband mee. Nul op de Meter an sich leidt in de perceptie van bewoners niet tot 'meerwaarde'.



Conclusies en aanbevelingen

Aanbeveling Overheden

Het belang van NOM-pilots

We zijn er nog lang niet: nog steeds bestaat de behoefte en noodzaak voor het uitvoeren van NOM-pilots voor particulieren. Anno 2016 mogen we echter vaststellen dat alle hiervoor benodigde stakeholders nog niet zijn uitontwikkeld en uitgeleerd. Het is dus een valkuil om te denken 'dat we nu wel kunnen opschalen'.

Wil je innovatieve pilots organiseren? Onderschat niet wat dat van alle partijen vraagt. Gaandeweg is duidelijk geworden dat er in dit totale proces veel behoefte is aan een deskundige partij (procesbegeleider) die het totale proces overziet en aanbieders en vragers ondersteunt bij alle stappen in het proces, van het intakeformulier en het intakegesprek tot aan het uitvoeren van de financiële en technische check en het samenstellen van de woningkaart. Ook bewoners hebben vragen, met name over de investering die op hen afkomt. Wat nou als de woning onder water komt te staan? En wat als je straks niet meer mag salderen? En hoe zeker is het dat dit NOM-concept ook echt NOM is? Daar komt bij: elk project is anders, de accenten zijn verschillend en wat 'verstandig' is, is voor iedereen anders. NOM vraagt maatwerk.

Procesgeld nodig gericht op creatie en groei 'onweerstaanbaar aanbod'

Lokale en regionale energiebesparingsprogramma's zijn de komende jaren alleen op grote schaal mogelijk door middel van ter beschikking gestelde procesgelden. Ga hier vooral mee door, maar blijf kritisch naar goede hefbomen. De sleutel hierbij is kwalitatieve doorontwikkeling van het aanbod (zowel de producten/diensten als het advies eromheen). Want wanneer het aanbod onweerstaanbaar is, komt de particulier vanzelf. En voor zover de particulier komt op dit moment, blijkt het aanbod nog steeds niet te voldoen aan de wens. EPA-adviezen bieden geen handelingsperspectief, en de tijd dat bewoners blij waren met losse maatregelen, is voorbij. Zorg dat die processen en projecten ondersteunen waarin ontwikkeling van advies en aanbod een vereiste is.

Partijen blijven verbinden: de stadstafel!

Blijf partijen verbinden! Er was de afgelopen jaren, en er is nog steeds, een grote behoefte aan een (lokaal) platform waarbij stakeholders elkaar kunnen ontmoeten, visie formuleren, en plannen uitdenken. Binnen de Stroomversnelling zijn de relevante stakeholders lokaal verbonden via een zogenaamde 'stadstafel', georganiseerd door de gemeente. Meer informatie hierover is te vinden in de toolbox gemeenten op de website van de Stroomversnelling. Deze stakeholders zijn: welstand/stedenbouw van de betreffende gemeente, aanbieders, makelaars/taxateurs, hypotheekadviseurs/banken, de netbeheerder, en de vrager/vraagvertegenwoordiger.

Aanbeveling aanbieders

Totaalproposities

Npropositie tot de noodzakelijke perceptie van waardeestijging leidt. Anders gezegd: woningeigenaren hebben behoefte aan totaalproposities. Deze moeten door aanbieders worden ontwikkeld en ook als zodanig worden gepositioneerd en gecommuniceerd. Denk aan levensloopbestendige NOM-renovatie, of een NOM-renovatie die ervoor zorgt dat het broodnodige groot onderhoud in een keer is weggewerkt (bijvoorbeeld in het aardbevingsgebied) of een aanpak van de buitenschil (omdat de woning 'op' is) waardoor de energiekosten dalen. Belangrijk is dat woningeigenaren daadwerkelijk de meerwaarde van NOM voor zichzelf en hun woning zien. Dat ze daardoor bijvoorbeeld langer zelfstandig thuis kunnen wonen, hun huis gezonder kunnen maken, achterstallig onderhoud kunnen wegwerken, een uitbreiding kunnen realiseren. Dan gaat het om meer dan alleen de energierekening, en kan het opeens een stuk interessanter worden om mee te doen.

NOM-ready / no-regret

NOM voor particulieren is slechts op kleine schaal (pilotschaal!) beschikbaar voor particulieren. Fase 5 en meer specifiek les 11 laten dit duidelijk zien. Voor een groot deel van de mensen – praktisch alle particulieren die voor een renovatie-opgave staan – is er dus nog geen NOM-oplossing. De tegenhanger van NOM is een pakket van losse maatregelen. Ervaringen laten zien dat dit – ondanks de 'haalbaarheid op korte termijn' – gepaard gaat met bezwaren. Zie fase 3, specifiek les 8. Dit in combinatie met de ervaringen in fase 5, specifiek les 11, legt bij alle partijen de uitdaging neer om te onderzoeken op welke wijze de markt bediend kan worden zodat er aan de ene kant geen dingen gebeuren waar we spijt van krijgen, en aan de andere kant niet alle inspanningen uiteindelijk toch niet leiden tot opschaling.

Op basis daarvan stellen we vast dat er behoefte is aan:

- Nieuwe productmarktcombinaties (PMC's) die naast NOM ook als NOM-ready op de markt kunnen worden gebracht.
- Integraal adviseurs met kennis van zaken omtrent state-of-the-art PMC's en de bijbehorende functionele prestaties in combinatie met gebouw-/huishoudkenmerken waarvoor deze geschikt zijn.
- Kwaliteitstoets en eenvoudige ontsluiting van de kwaliteitsaspecten van de state-of-the-art PMC's richting adviseurs.

Adviseurs

Hebben een belangrijke rol. Het aantal adviseurs dat integraal kan adviseren en in staat is goede aansluiting te vinden met de aanbodzijde (voor zover mogelijk) is nog zeer beperkt. Het is een uitdaging voor de adviessector om samen met aanbieders te komen tot goede modellen. Een tip aan de aanbieders: de kennis die een adviseur heeft, hoort eigenlijk thuis binnen je eigen organisatie. Waarom zoiets essentieels voor je product en klantrelatie outsourcen?! Of anders gezegd: je moet er wel hele goede redenen voor hebben om dat te doen.

Onderhoud en monitoring



Van ouders is de bouwsector gewend een bestek te maken, dit uit te voeren, en er dan nooit meer naar te kijken of iets van te horen. Dat is aan het veranderen. Steeds vaker is de aanbieder de partij die zelf een oplossing bedenkt, verantwoordelijkheid neemt voor de prestaties (garantie!), en... ook het onderhoud en de garantie voor de lange termijn (vijftien tot dertig jaar) op zich neemt. Verdienmodellen veranderen hiermee. En een Total Cost of Ownership-benadering zal steeds vaker mogelijk zijn. De tijd van de 'split-incentive'-problematiek is daarmee eigenlijk al verleden tijd.

Aanbeveling voorwaarden scheppers

Financiering op gang brengen

De transitie van de gebouwde omgeving gaat niet plaatsvinden als we het moeten doen met huidige wetgeving ten aanzien van het financieren van particulieren (al dan niet georganiseerd in een Vereniging van Eigenaren). Het financieren op vrijkomende cashflow en een andere risicoperceptie van alle stakeholders zijn noodzakelijk om op grote schaal te kunnen verduurzamen. Wetgevers en uitvoerders van programma's moeten zich daarvan goed bewust zijn. Nieuwe wetgeving en fondsen zouden geen 'goedkoop alternatief voor bancaire financiering' moeten zijn, maar een oplossing voor

doelgroepen die wel verantwoord kunnen financieren, maar dat volgens huidige wetgeving niet mogen. (Sterker nog: in veel gevallen is het onverstandig NIET te investeren, maar mag het omwille van de regelgeving niet.) De verkenning van de Taskforce Financiering van de Stroomversnelling om financiering van een NOM-renovatie mogelijk te maken door middel van grondgebonden financiering, door middel van verrekening via de factuur van de netbeheerder, kan hierin een belangrijke rol spelen.

Nieuwe condities is denken en doén

Van welstand en stedenbouw tot en met wetgeving voor hypotheek en grondgebonden financiering. Allemaal is het keihard nodig om de komende jaren de transitie van de gebouwde omgeving mogelijk te maken. Het maken van nieuwe afspraken is één ding: het vertalen binnen organisaties en realiseren van de (vaak) gevraagde omslag in denken, is een tweede, die zeker zoveel aandacht vraagt van de interne organisatie.

Paradigmaverschuiving ook bij hypotheekadviseurs en makelaars

De energierekening had tot een aantal jaren geleden niets met woonlasten te maken. En een gezonde comfortabele woning met een lage energierekening was geen cent meer waard dan een tochtig en vochtig gebouw. Dat is in een rap tempo aan het verschuiven. De waardeperceptie van een gezonde en duurzame woning verandert. Makelaars en hypotheekadviseurs/banken zijn daarin volgend en liggen momenteel nog achter op de perceptie van huiseigenaren zelf. Het is van belang dat deze partijen actief deel gaan uitmaken van de paradigmaverschuiving. Dat vraagt ook hier om meer dan alleen uitleggen wat de nieuwe regels zijn.

Aanbeveling Vraagvertegenwoordigers

Verwachtingsmanagent

Een groot deel van het werk bestaat uit het creëren van duidelijkheid en het zorgvuldig managen van de verwachtingen: wie doet wat, wie kan wat verwachten van wie, wat zijn de (on)mogelijkheden en verantwoordelijkheden? Zonder duidelijkheid gebeurt er van



stroom versnelling

alles, alleen zijn dat niet altijd de juiste dingen. Dat kan leiden tot teleurstellingen, klachten en negatieve publiciteit rondom innovatieve programma's. Je weet van tevoren al dat dingen anders zullen gaan dan verwacht, langer duren, en dat 'on the fly' problemen moeten worden opgelost. Met de juiste mindset leidt dat altijd tot goede projectresultaten. Maar, bij verkeerd verwachtingsmanagement, kan het de andere kant op slaan.





De 10 belangrijkste adviezen op een rij

Overheid

1. Ga door met het organiseren en faciliteren van pilots. Juist in deze innovatieve niche wordt duidelijk waar het huidige systeem uitgedaagd wordt om zich te vernieuwen.
2. Blijf programma's aanbieden voor het brede publiek, maar zet deze in volgens de filosofie van NOM-ready.
3. Breng partijen bij elkaar. Op gemeentelijk niveau bijvoorbeeld in zogenaamde stadstafels (makelaar, bouwer, taxateur, bewoners, welstand, stedenbouw).

Aanbieders

4. Leg jezelf toe op het maken van een goed NOM-ready advies. Leer goed adviseren en/of ga samenwerken met goede adviseur en/of ontwikkel deze kennis in home.
5. Bereid je voor op de NOM-ready hausse in het particuliere segment.
6. Maak van goede communicatie een speerpunt.

Voorwaardenscheppers

7. Financieel adviseurs: een goede afweging vraagt om meer dan een LTI- en LTV-berekening. Mensen hebben in toenemende mate interesse in een TCO-benadering. Daar kun je toegevoegde waarde leveren.
8. Taxateurs/makelaars: blijf je verdiepen in de praktijkgegevens over waardeontwikkeling van nieuwbouw en renovatie NOM.
9. Banken/hypotheekverstrekkers: investeer in (toegepaste) kennis over NOM-dossiers. Dat deze niet direct bij iedereen aanwezig is, is duidelijk, maar zorg dat er binnen de organisatie deskundige aanspreekpunten zijn voor deze dossiers.

Vraagvertegenwoordigers en vragers

10. We houden ons met alle stakeholders bezig met innovatie, vernieuwing, verandering. Dit is een turbulent proces dat veel mooie nieuwe inzichten en resultaten kan opleveren, maar de weg er naartoe kent velen beren, adders en kuilen. Om hier samen op een goede manier doorheen te komen, is het van essentieel belang dat de verwachtingen goed worden gemanaged. Het werken met vragers – veelal pioniers in deze fase – draait om drie dingen: verwachtingsmanagement, verwachtingsmanagement, en – hadden we dat al genoemd ...?: verwachtingsmanagement.