



Effectmeting energielabels

Rapportage maart 2015

Inhoudsopgave



pagina

Samenvatting	3
Achtergrond en doelstelling	6
Onderzoeksverantwoording	7
Hoofdstuk 1: ontvangst, bekendheid en waardering	9
Hoofdstuk 2: welke acties onderneemt men?	15
Hoofdstuk 3: energiebesparende maatregelen	23
Hoofdstuk 4: achtergrondkenmerken respondenten	26

Effectmeting informatie
energielabels 2015

Veldkamp

Dennis Breet
Bart Koenen
Dieter Verhue

p6312

maart 2015

Samenvatting (1/3)

Hoog bereik en goede waardering brief en folder

Zowel onder huiseigenaren als huis(ver)kopers hebben de brief en de folder een hoog bereik. Bijna iedereen die de brief ontvangen heeft, heeft deze gelezen of is dat nog van plan. De brief wordt op inhoud goed gewaardeerd. Over het algemeen vindt men de brief duidelijk, prettig leesbaar en informatief. Voor huis(ver)kopers is de brief en folder overigens vaker aanleiding om tot actie over te gaan dan voor huiseigenaren (56% versus 25%).

Nieuws en actualiteiten zijn belangrijke informatiebronnen

Nieuws en actualiteitenprogramma's worden door zes op de tien huis(ver)kopers en huiseigenaren genoemd als kanalen via wie zij iets over het energielabel hebben gehoord. Voor huis(ver)kopers zijn de makelaars en de VEH eveneens belangrijke informatiebronnen: vier op de tien hebben via de Vereniging Eigen Huis of hun makelaar over het energielabel gehoord. De advertentie die in huis-aan-huis-bladen is geplaatst, heeft een hoog bereik gehad en is door een derde van de huis(ver)kopers en huiseigenaren gezien en/of gelezen. Huis(ver)kopers hebben de advertentie vaker daadwerkelijk gelezen dan huiseigenaren (9% versus 17%).

Samenvatting (2/3)

Het omzetten naar een definitief energielabel wordt gemakkelijk gevonden

Negen op de tien huis(ver)kopers geven aan dat ze naar aanleiding van de brief en folder het voorlopige energielabel gaan omzetten in een definitief energielabel of dit al hebben gedaan. Onder huiseigenaren is dat iets meer dan de helft. Huiseigenaren en –(ver)kopers die dit al hebben gedaan, vonden het omzetten gemakkelijk (respectievelijk 73% en 68% vindt het gemakkelijk).

Welke informatie zoekt men naar aanleiding van de brief?

Een ruime meerderheid van huiseigenaren en huis(ver)kopers geeft aan naar aanleiding van de brief en folder meer informatie te gaan zoeken over het energielabel of heeft dat al gedaan (respectievelijk 55% en 69%).

Huis(ver)kopers zoeken vaak informatie over hoe het label omgezet kan worden (67%), wat de kosten hiervoor zijn (64%) en wat ze moeten doen als ze hun woning in de verkoop hebben staan (66%). Huiseigenaren zoeken vaak informatie over de vraag of het omzetten zinvol is (44%), waar het energielabel op gebaseerd is (48%) en wat de kosten van het definitieve label zijn (43%). Een meerderheid van huiseigenaren en huis(ver)kopers geeft overigens aan dat ze geen aanvullende informatie over energiebesparende maatregelen gaan zoeken (respectievelijk 52% en 60%). Dit zijn vooral huiseigenaren en huis(ver)kopers die aangeven dat hun woning al voldoende energiezuinig is.

Samenvatting (3/3)

De website wordt vooral bezocht door huis(ver)kopers

Ruim vier op de tien huis(ver)kopers hebben de website www.energielabelvoorwoningen.nl bezocht, een derde gaat dat over enkele weken of op langere termijn doen. De meest genoemde reden om de site te zoeken is om het voorlopige energielabel om te zetten (70% noemt deze reden). Het bezoek aan de site is onder huiseigenaren lager; 16% heeft de site al bezocht. De meest genoemde reden om de site te bezoeken is uit nieuwsgierigheid (44%).

Is er animo om energiebesparende maatregelen te nemen?

Een derde van de huiseigenaren en een vijfde van de huis(ver)kopers is van plan om energiebesparende maatregelen te nemen. Huiseigenaren noemen als reden om dit te doen vaak geld besparen (87%) en het comfortabeler maken van het huis (49%). Huis(ver)kopers noemen als reden vaak geld besparen ((69%) en dat het hun kansen op de verkoop van hun huis vergroot (62%)

Achtergrond en doelstelling

Achtergrond

Begin 2015 ontvingen 5 miljoen huisbezitters een brief en folder met daarin een voorlopig energielabel voor hun woning. Het voorlopige energielabel is gebaseerd op algemene en reeds bekende gegevens. Bij dit label wordt ook een advies opgenomen over hoe de woning energiezuiniger kan worden gemaakt. Het voorlopige label moet bij de verkoop en verhuur van een woning verplicht worden omgezet in een definitief energielabel. Dit kan door op de website www.energielabelvoorwoningen.nl de gegevens over de woning te controleren en indien mogelijk aan te vullen.

Informatiemateriaal

De brief en folder dienen om huiseigenaren met of zonder verhuisplannen ertoe te verleiden het voorlopige energielabel om te zetten in een definitief label en daadwerkelijk maatregelen te nemen om de woning energie zuiniger te maken. Hiertoe wordt het toesturen van de brief gecombineerd met een folder met algemene informatie over energiebesparende maatregelen. Zo worden huizenbezitters - zonder of met verhuisplannen - bewust gemaakt over het energieverbruik van hun woning en de mogelijkheden om de woning energiezuiniger te maken.

Doel onderzoek

Veldkamp heeft middels een effectmeting in kaart gebracht wat het effect is geweest van de brief en de folder. Daarnaast is in kaart gebracht in hoeverre huiseigenaren met verhuisplannen huis(ver)kopers hun voorlopige label al hebben omgezet in een definitief label en in hoeverre de brief en folder huiseigenaren aanzet tot het nemen van energiebesparende maatregelen.

Onderzoeksverantwoording (1/2)

Online enquête

Het onderzoek is met een online vragenlijst uitgevoerd en liep van 11 februari 2015 tot en met 10 maart 2015. In deze periode is een representatieve steekproef van n=1.020 Nederlandse huiseigenaren van 18 jaar en ouder ondervraagd. De steekproef bestaat uit n=790 huiseigenaren zonder verhuis- of verkoopplannen en n=230 respondenten die momenteel bezig zijn met de aankoop of verkoop van een woning (huis(ver)kopers). Voor deelname aan het onderzoek zijn in totaal 2.835 respondenten benaderd.

Fasering

De brief en folder met informatie over het energielabel zijn in de periode januari tot half februari per provincie gefaseerd aan alle huiseigenaren in Nederland verstuurd. De respondenten zijn steeds twee weken na ontvangst van de brief en folder benaderd om deel te nemen aan het onderzoek. Om deze ontvangstperiode van twee weken te waarborgen is het veldwerk in drie fases uitgezet.

- De provincies Zuid-Holland, Noord-Holland, Zeeland, Noord Brabant en Limburg ontvingen de brief en folder eind januari en werden op 11 februari benaderd om deel te nemen aan het onderzoek.
- De provincies Utrecht en Gelderland ontvingen de folder en brief begin februari en zijn op 18 februari uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek.
- De provincies Groningen, Friesland, Drenthe, Overijssel en Flevoland ontvingen de brief half februari en zijn op 3 maart uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek.

Onderzoeksverantwoording (2/2)

Twee deelsteekproeven

Er zijn voor dit onderzoek twee steekproeven getrokken: een onder woningeigenaren zonder verhuisplannen en een onder woningeigenaren met verhuisplannen (oftewel kopers en verkopers). De steekproef onder woningeigenaren zonder verhuisplannen is representatief getrokken op de kenmerken provincie, woningtype, leeftijd en opleidingsniveau van de hoofdkostwinner en bruto huishoudinkomen. Er is gebruik gemaakt van de steekproefbron TNS NIPObase.

Doelgroepen

In de rapportage worden de resultaten van huiseigenaren zonder verhuisplannen (huiseigenaren) en met verhuisplannen huis(ver)kopers met elkaar vergeleken. De verschillen tussen deze groepen worden uitsluitend gerapporteerd als het significante en relevante verschillen betreft. Ook worden alleen uitsplitsingen naar andere subgroepen gemaakt als de groep respondenten minimaal $n=40$ is. De verschillen worden aangegeven in de omliggende kaders of weergegeven in aparte grafieken

Afgeronde percentages

De enquêteresultaten zijn weergegeven in afgeronde percentages. Wanneer er door afronding totalen ontstaan van meer of minder dan 100, zijn deze *niet* gecorrigeerd. De titels van figuren en tabellen betreffen (behoudens enkele uitsplitsingen) de exacte vraagstellingen zoals die aan de respondenten zijn voorgelegd. Bij alle figuren en tabellen is het totale aantal respondenten weergegeven dat de betreffende vraag heeft beantwoord.

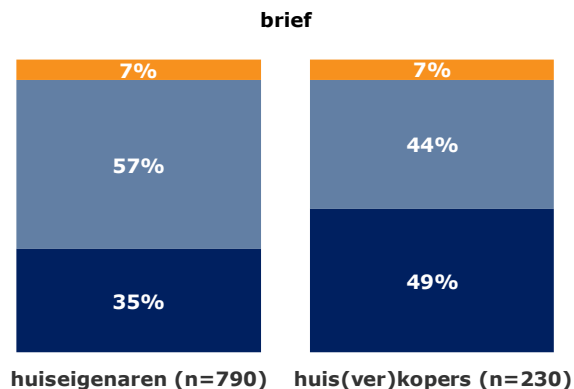
Effectmeting informatie energielabels



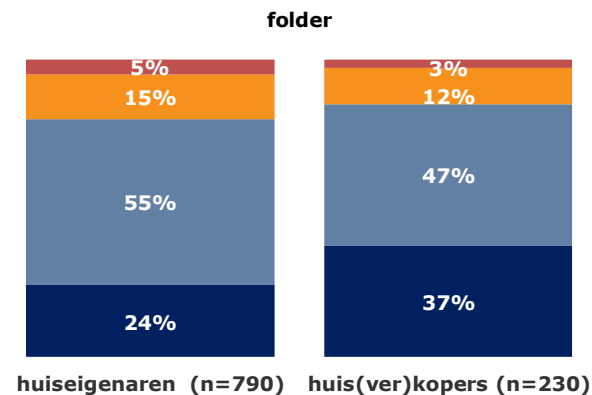
Ontvangst, bekendheid en waardering

Bereik brief en folder: zowel de brief als de folder hebben een hoge attentiewaarde

Heeft u deze **brief** gelezen?
Hoe vluchtig dan ook?



Heeft u deze **folder** gelezen?
Hoe vluchtig dan ook?



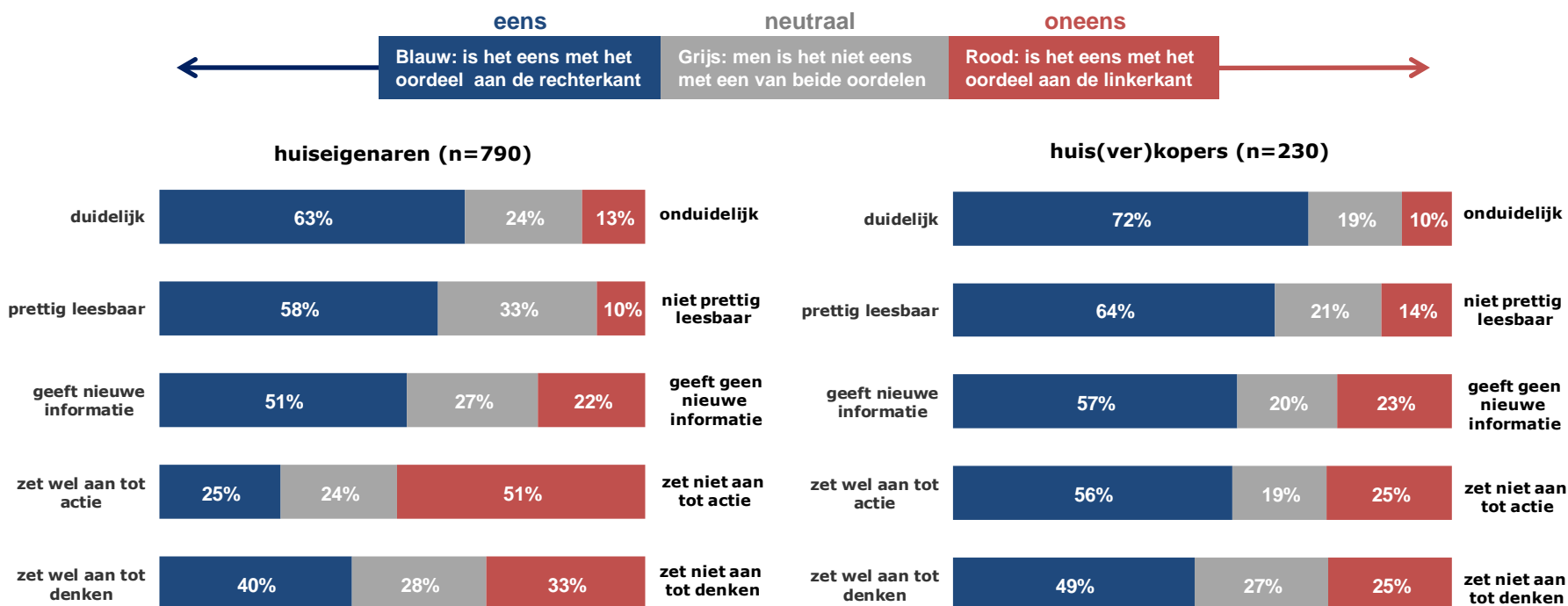
■ uitvoerig gelezen ■ vluchtig gelezen ■ niet gelezen, maar wel van plan ■ niet gelezen en niet van plan

- **Brief:** de brief wordt door huis(ver)kopers vaker uitvoerig gelezen dan huiseigenaren (49% versus 35%). De brief heeft onder beide groepen een hoge attentiewaarde: bijna iedereen heeft de brief immers al uitvoerig en/of vluchtig gelezen. Slechts 7% van beide groepen heeft de brief nog niet gelezen, maar is dat wel van plan.

- **Folder:** ook de folder wordt vaker uitvoerig gelezen door huis(ver)kopers dan door huiseigenaren (37% versus 24%). En ook de folder heeft een hoge attentiewaarde onder beide groepen: slechts een klein deel geeft aan niet van plan te zijn de folder te lezen.

Beoordeling: de brief en folder worden zowel door huisbezitters als huis(ver)kopers als duidelijk, prettig leesbaar en informatief ervaren

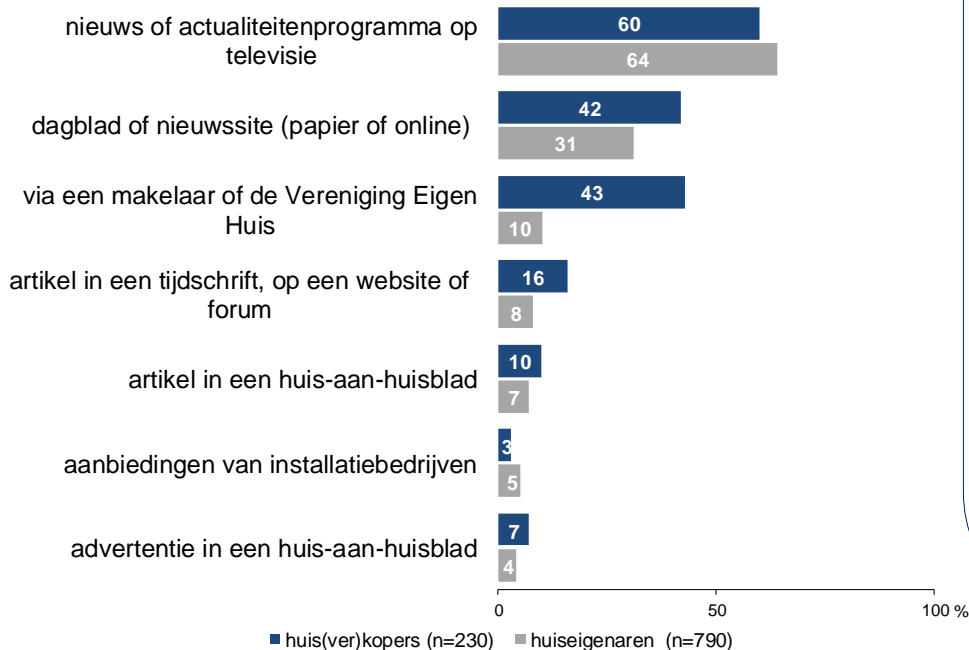
We willen graag weten wat u van de informatie over het energielabel voor woningen vindt. Hoe beoordeelt u de **brief** en de **folder** op de volgende aspecten?



- Beoordeling:** de informatie over het energielabel wordt beschouwd als duidelijk, prettig leesbaar en informatief. Dit geldt in sterkere mate voor huis(ver)kopers dan voor huiseigenaren. De helft van de huiseigenaren geeft aan dat de brief en folder *niet* aanzetten tot actie (51%). Voor meer dan de helft van de huis(ver)kopers zet de brief en folder *wel* aan tot actie (56%).

Andere informatiekanalen: nieuws en actualiteitenprogramma's en de VEH zijn eveneens belangrijke informatiebronnen over het energielabel

Op welke andere manieren heeft u sinds het begin van dit jaar iets gezien, gehoord of gelezen over het energielabel voor woningen?

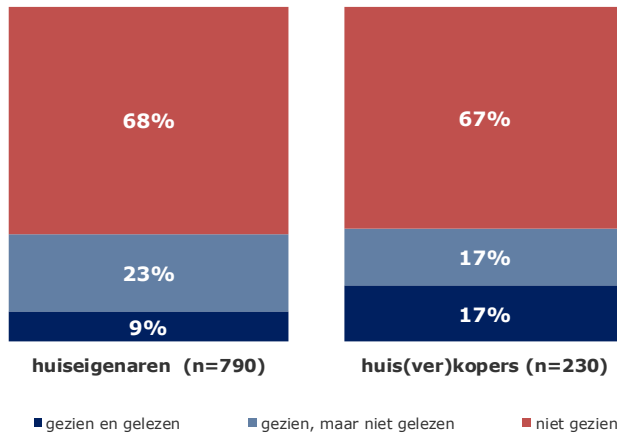


- **Dagbladen en nieuwssites:** naast nieuws en actualiteitenprogramma's op televisie worden dagbladen en nieuwssites vaak genoemd als informatiebron over het energielabel. Dit geldt vooral voor huis(ver)kopers en wat minder voor huiseigenaren (42% versus 31%).
- **Makelaars en VEH:** huis(ver)kopers geven vaak aan wat over het energielabel te horen via hun makelaar of de Vereniging Eigen Huis. Dit verschil is logisch aangezien de huis(ver)kopers hier meer mee in aanraking komen dan huiseigenaren die niet van plan zijn te verhuizen.
- **Advertentie:** weinig huis(ver)kopers en huiseigenaren geven aan een advertentie in een huis-aan-huisblad over het energielabel te hebben gezien. Dit antwoord geven ze zonder dat ze advertentie hebben gezien*.

* In de vragenlijst is een vervolgvraag gesteld waarin de advertentie werd getoond (zie volgende slide).

Bereik advertentie: een derde van de huiseigenaren en huis(ver)kopers heeft de advertentie gezien en/of gelezen

Heeft u onlangs de volgende **advertentie** gezien en/of gelezen in een huis-aan-huis blad?



- **Bereik advertentie:** *na* het zien van de advertentie geeft een derde van beide groepen aan de advertentie te hebben gezien en/of gelezen. Voor een advertentie die alleen in huis-aan-huisbladen is geplaatst is dit een hoog bereik. Huis(ver)kopers hebben de advertentie vaker gelezen dan huiseigenaren (9% versus 17%).

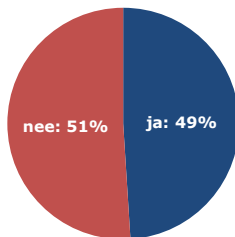


- **Herkenning versus 'awareness':** *zonder* de advertentie gezien te hebben geeft 4% van de huiseigenaren en 7% van de huis(ver)kopers aan iets over het energielabel te hebben vernomen via een advertentie in een huis-aan-huisblad (zie vorige slide). Dit noemen we de zogenaamde *awareness*. In de vragenlijst is de advertentie vervolgens getoond. *Na* het zien van de advertentie geeft circa een derde van beide groepen aan de advertentie gezien te hebben in een huis-aan-huisblad. De herkenning van de advertentie is hiermee hoger dan de *awareness*, ofwel het zich herinneren van een advertentie *zonder* deze te zien.

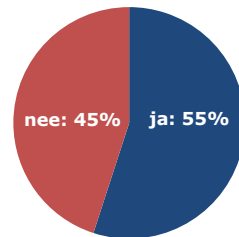
Informatie vooraf: de helft van de huiseigenaren en huis(ver)kopers heeft zich voor het ontvangen van de brief en folder al eens geïnformeerd over energiebesparende maatregelen voor hun woning

Heeft u zich eerder (voordat u de brief en folder over het energielabel had gelezen) al eens geïnformeerd over energiebesparende maatregelen voor uw woning?

Huiseigenaren (n=790)

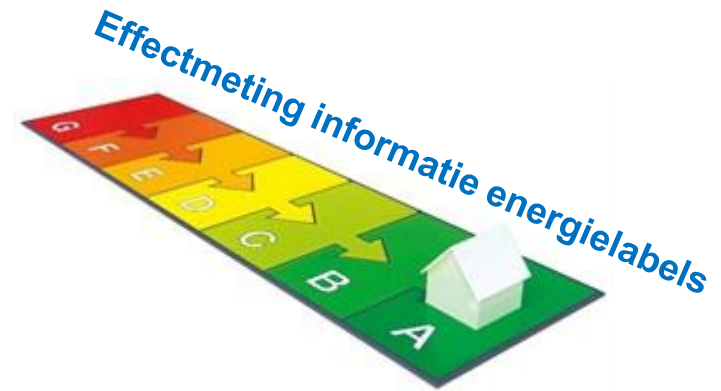


huis(ver)kopers (n=230)



- **Informatie vooraf:** de helft van de huiseigenaren en de helft van de huis(ver)kopers heeft zich voor het ontvangen van de brief al geïnformeerd over energiebesparende maatregelen voor hun woning.

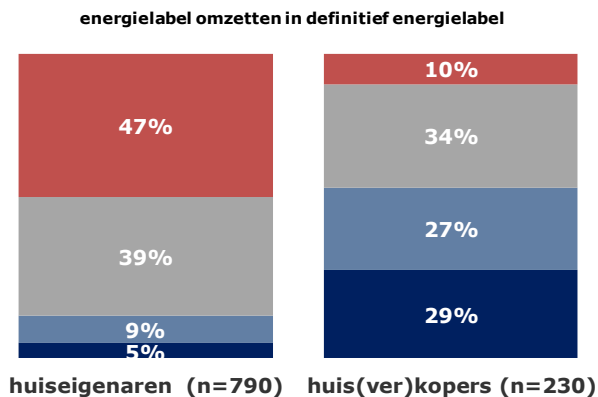
- **Betrokkenheid:** huis(ver)kopers en huiseigenaren die zich voor het ontvangen van de brief al eens hebben geïnformeerd over het energielabel beoordelen de brief en folder hetzelfde en ook de herkenning van de advertentie is hetzelfde. Wel hebben deze huiseigenaren en huis(ver)kopers de brief en folder vaker uitvoerig gelezen dan huiseigenaren en huis(ver)kopers die niet eerder informatie over energiebesparing zochten (57% versus 38%).



Welke acties onderneemt men?

Aanvragen definitief label: negen op de tien huis(ver)kopers gaan een definitief label aanvragen of hebben dat al gedaan

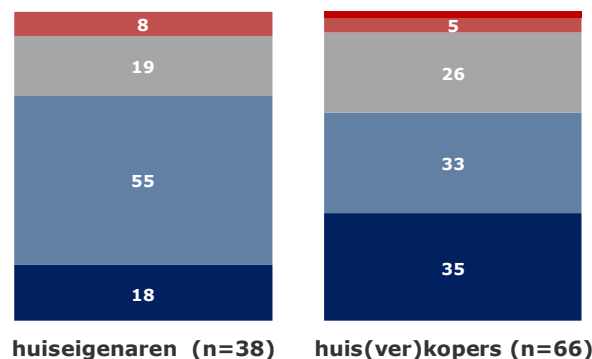
Wat heeft u naar aanleiding van de brief en de folder gedaan?



■ gedaan
■ gaat het binnen enkele weken doen
■ gaat het op langere termijn doen
■ niet gedaan en gaat het ook niet doen

Verschillen: drie op de tien huis(ver)kopers hebben hun voorlopige label al omgezet naar een definitief label. Ruim de helft geeft aan dit binnen enkele weken of op de langere termijn te doen. Van de huiseigenaren gaat de helft het voorlopige label omzetten. De meesten doen pas op de langere termijn.

Hoe makkelijk of moeilijk heeft u het omzetten van een voorlopig energielabel naar een definitief label ervaren? (**Basis:** alleen gevraagd aan respondenten die hun label hebben omgezet)



■ zeer makkelijk
■ makkelijk
■ niet makkelijk, maar ook niet moeilijk
■ moeilijk
■ Zeer moeilijk

Omzetten label: een ruime meerderheid van huis(ver)kopers en huiseigenaren vindt het (zeer) gemakkelijk om het voorlopige label naar een definitief label om te zetten. Een minderheid van beide groepen vond het moeilijk. De meest genoemde reden om het label definitief te maken is omdat men de woning wil verkopen (94% huis(ver)kopers) of omdat het voorlopige label niet past bij de energiezuinigheid van het huis (39% huiseigenaren).

Omzetten label: tips die de procedure vergemakkelijken

Open vraag: heeft u nog suggesties over hoe het omzetten naar een definitief label kan worden vergemakkelijkt? (n=20)

'Je moet wel erg veel handelingen verrichten om het omzetten mogelijk te maken. Je moet inloggen met DigiD en dan scannen om het bewijsmateriaal te kunnen uploaden!'

'Meer ruimte over laten voor de grijze gebieden (denk aan lichte dakisolatie in plaats van volledige isolatie)'

'Van oude cv ketels en geisers hebben we geen papieren meer. Hoe kan ik dan toch bewijzen overleggen?'

'Een beter bereikbare site bouwen; de site liep geregeld vast.'

'Ik snap het verschil in kosten niet bij het omzetten van voorlopig naar definitief label. Op zich gewoon administratief gezien is dat flauwekul, die niets mag kosten, maar het gaat om verschillende tarieven variërend van €0- €8. Dat is verwarrend.'

'Voor nieuwere woningen, die aan de voorschriften voldoen kun je beter direct een definitief energielabel A afgeven. Dat scheelt een hoop rompslomp.'

'De website liep geregeld vast!'

'Dat de betrokken medewerkers bij je thuis komen en het zelf persoonlijk gaan controleren hoe de woning aan de eisen voldoet.'

Omzetten label: de meest genoemde reden om het label niet om te zetten is dat men hiermee wacht totdat men de woning ga verkopen

Wat zijn voor u redenen om het voorlopige energielabel (nog) niet om te zetten in een definitief label? (**Basis:** alleen gevraagd aan respondenten die hun label nog niet hebben omgezet)

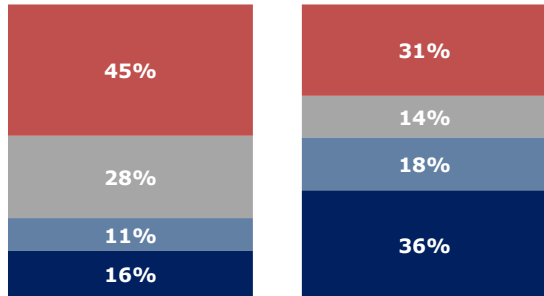


- **Label (nog) niet omgezet:** huis(ver)kopers en huiseigenaren geven vaak als reden dat ze hun label pas omzetten op het moment dat men de woning gaat verkopen. Voor huis(ver)kopers is dat het moment van verkopen.

Oriëntatiegedrag: de meerderheid van beide groepen gaat meer informatie zoeken over het energielabel of heeft dit al gedaan

Wat heeft u naar aanleiding van de brief en de folder gedaan?

informatie zoeken over het energielabel



huiseigenaren (n=790) huis(ver)kopers (n=230)

■ gedaan
■ gaat het binnen enkele weken doen
■ gaat het op langere termijn doen
■ niet gedaan en gaat het ook niet doen

Welke informatie heeft u gezocht (of bent u van plan om op te zoeken) over het energielabel voor woningen (**Basis:** alleen gevraagd aan respondenten die aangeven informatie te hebben opgezocht of dit nog te zullen gaan doen)



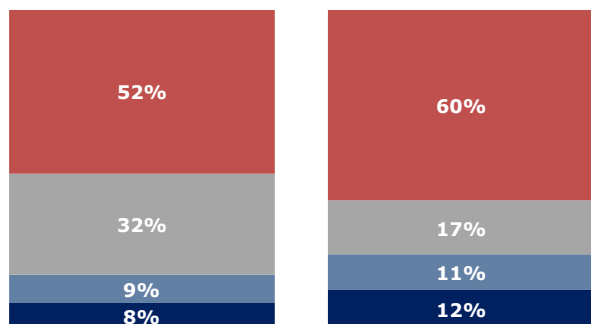
- **Informatie zoeken:** ruim een derde van de huis(ver)kopers heeft na ontvangst van de brief en folder aanvullende informatie opgezocht over het energielabel. Een even grote groep gaat dat binnen enkele weken of op langere termijn doen. Een derde geeft aan dit *niet* te gaan doen. Dit zijn vooral huis(ver)kopers met een A of B-label (45%, niet in grafiek). Bij de huiseigenaren geeft 45% aan *geen* informatie over het energielabel te hebben opgezocht en dat ook niet meer te doen. Ook deze groep bestaat voornamelijk uit huiseigenaren met een A-label (53%).

- **Kosten:** huis(ver)kopers zijn voornamelijk geïnteresseerd in informatie over het omzetten van het voorlopige energielabel in een definitief label, wat zij moeten doen als hun huis te koop staat en wat de kosten daar precies van zijn.
- **Zinvol:** huiseigenaren zijn vooral geïnteresseerd in de vraag waarop het label is gebaseerd, of het omzetten naar een definitief label zinvol is en wat de kosten daar van zijn.

Energiebesparende maatregelen: een groot deel van beide groepen gaat echter geen informatie zoeken over energiebesparende maatregelen

Wat heeft u naar aanleiding van de brief en de folder gedaan?

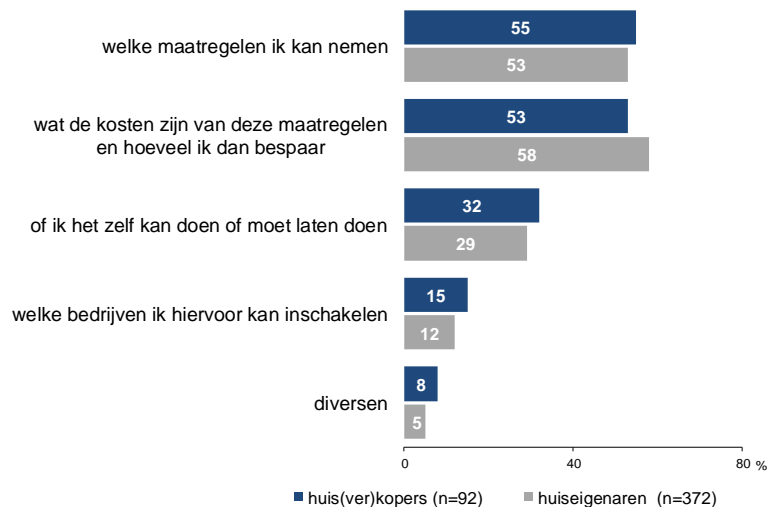
informatie zoeken over energiebesparende maatregelen



huiseigenaren (n=790) huis(ver)kopers (n=230)

- gedaan
- gaat het binnen enkele weken doen
- gaat het op langere termijn doen
- niet gedaan en gaat het ook niet doen

U gaf aan dat u informatie over energiebesparende maatregelen in de woning heeft gezocht of van plan bent dit te gaan doen. Waarover wilt u informatie zoeken?



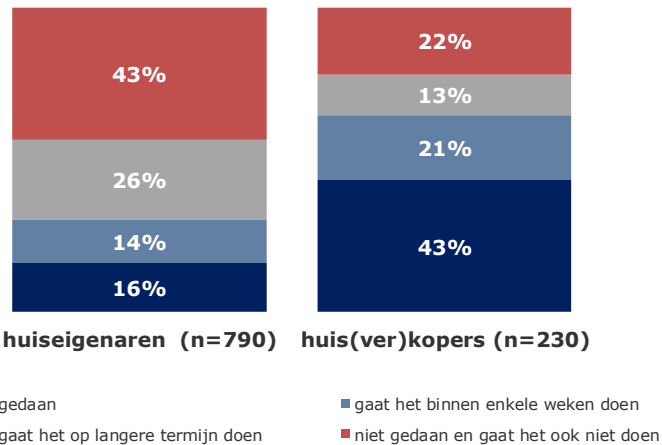
Aanvullende informatie zoeken: de meerderheid van beide groepen gaat geen aanvullende informatie zoeken over energiebesparende maatregelen. Huiseigenaren geven vaker dan huis(ver)kopers aan dit al gedaan te hebben of dit op korte of langere termijn nog te doen (48% versus 40%)

Maatregelen en kosten: beide groepen hebben relatief vaak behoefte aan informatie over welke maatregelen men kan nemen en wat de kosten en besparingen daarvan zijn.

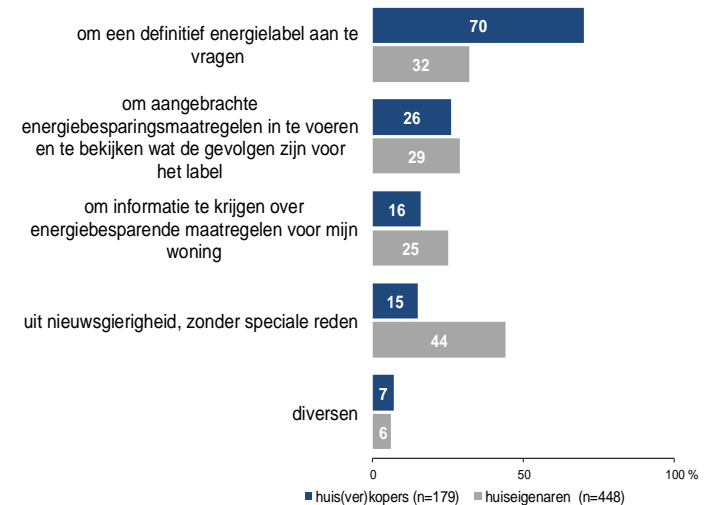
Bezoek website: de website wordt goed bezocht door huis(ver)kopers die een definitief energielabel willen aanvragen

Wat heeft u naar aanleiding van de brief en de folder gedaan?

www.energielabelvoorwoningen.nl bezoeken



U gaf aan dat u de website energielabelvoorwoningen.nl heeft bezocht of van plan bent dit te gaan doen. Welke redenen heeft u hiervoor (n=625)?



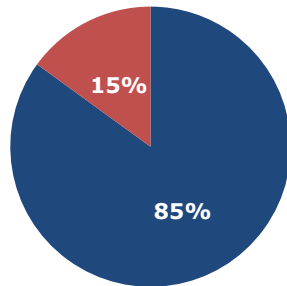
Bezoek website: huis(ver)kopers bezoeken veel vaker de website www.energielabelvoorwoningen.nl dan huiseigenaren. Die laatste groep geeft ook vaker aan niet van plan te zijn om de website te bezoeken.

Definitief label: huis(ver)kopers bezoeken [energielabelvoorwoningen.nl](http://www.energielabelvoorwoningen.nl) vooral om een definitief label aan te vragen (70%). Huiseigenaren geven vaker aan dan huis(ver)kopers dat ze de website bezoeken uit nieuwsgierigheid (44% versus 15%).

Inloggen op de website: het merendeel van de huis(ver)kopers logt met DigiD in op de website, huiseigenaren doen dat minder vaak

U gaf aan dat u de website energielabelvoorwoningen.nl heeft bezocht. Bent u ook ingelogd op deze site?

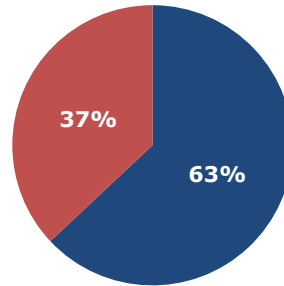
huis(ver)kopers



■ ja ik ben ingelogd (met DigiD)

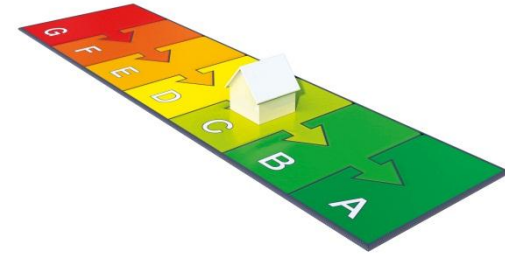
■ nee ik heb alleen algemene informatie bekeken

huiseigenaren (n=790)



■ ja ik ben ingelogd (met DigiD)

■ nee ik heb alleen algemene informatie bekeken



- **Bezoek andere websites:** andere websites over energiebesparende maatregelen worden weinig bezocht. Van de huis(ver)kopers bezoekt 17% de website eigenhuis.nl, 14% energielabel.nl en 6% de website van de consumentenbond. Andere sites worden nauwelijks genoemd.

- **Redenen niet inloggen:** de meest genoemde reden om niet in te loggen is omdat men vindt op dit moment geen definitief energielabel nodig te hebben of hier nu geen geld voor wil betalen. Andere genoemde redenen zijn dat men dan van alles moet opzoeken over de woning of omdat de DigiD niet bekend is.

Effectmeting informatie energielabels

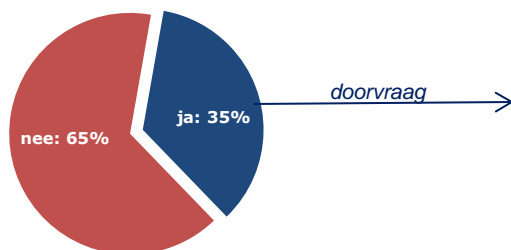


Energiebesparende maatregelen

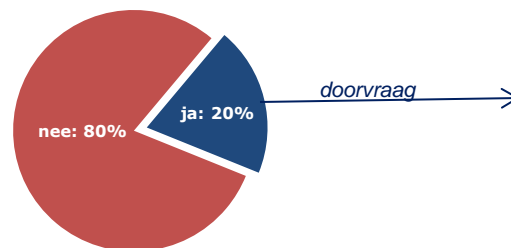
Plannen om energiebesparende maatregelen te nemen: een derde van de huiseigenaren en een vijfde van de huis(ver)kopers is van plan om energiebesparende maatregelen te nemen; geld besparen wordt door beide groepen het vaakst als reden genoemd

Bent u van plan om energiebesparende maatregelen te nemen?

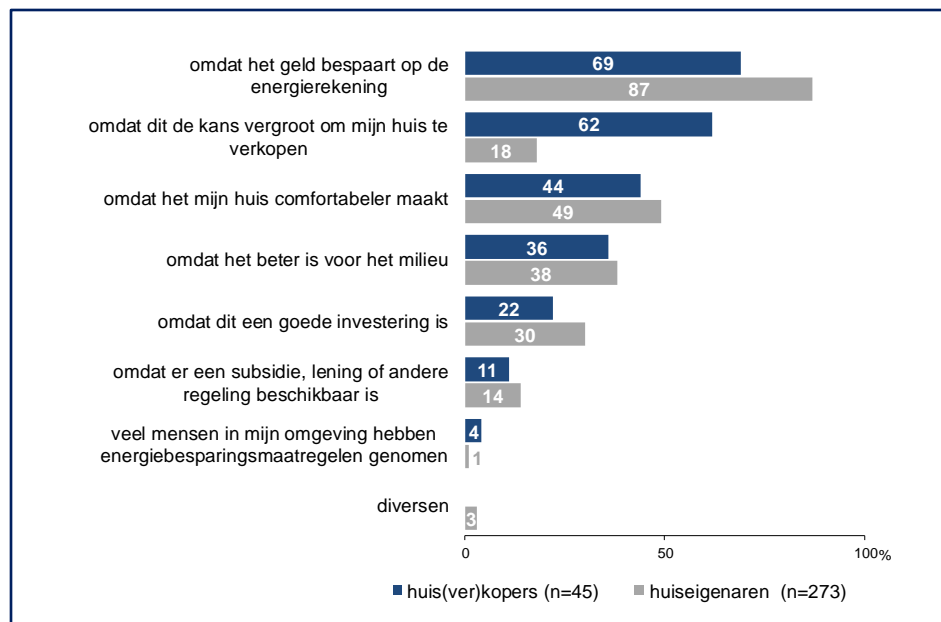
huiseigenaren (n=790)



huis(ver)kopers (n=230)



Doorvraag: wat zijn voor u redenen om energiebesparende maatregelen in de woning te nemen? (Basis: alleen gevraagd aan respondenten die wel van plan zijn dergelijke maatregelen te nemen)



Energiebesparende maatregelen: ruim een derde van de huiseigenaren is wel van plan om energiebesparende maatregelen te nemen. Onder de huis(ver)kopers is dat één op de vijf. Er is niet onderzocht wat de bijdrage van de folder en brief hieraan is.

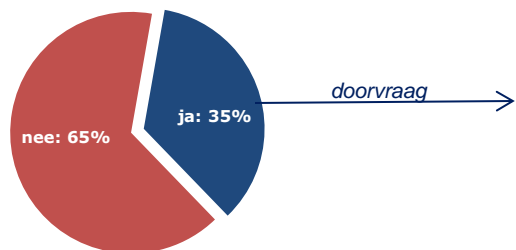
Genoemde redenen: geld besparen op de energierekening wordt door beide groepen het vaakst genoemd als reden om energiebesparende maatregelen te nemen. Zes op de tien huis(ver)kopers - die van plan zijn om energiebesparende maatregelen te nemen - noemen het vergroten van de verkoopkansen van hun huis.

Welke energiebesparende maatregelen overweegt men dan te nemen?

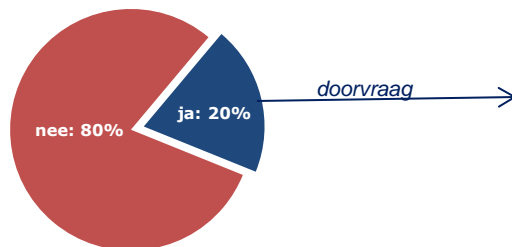
Wie van plan is energiebesparende maatregelen te nemen, noemt vooral zonnepanelen

Bent u van plan om energiebesparende maatregelen te nemen?

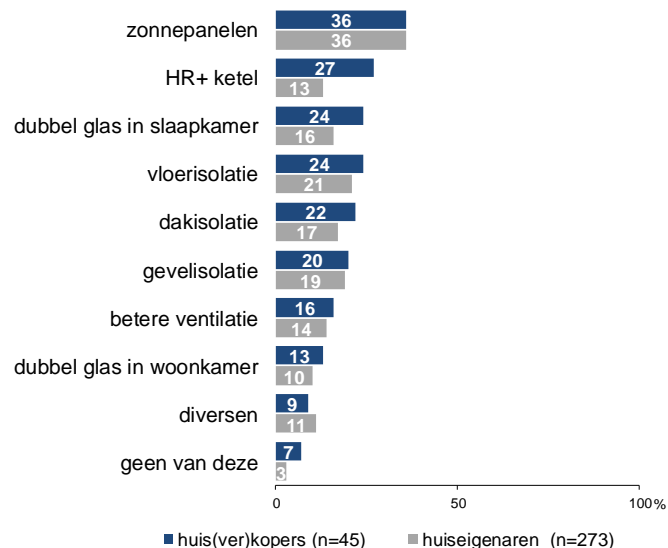
huiseigenaren (n=790)



huis(ver)kopers (n=230)



Welke energiebesparingsmaatregelen in de woning overweegt u om te nemen? (Basis: alleen gevraagd aan respondenten die wel van plan zijn dergelijke maatregelen te nemen)

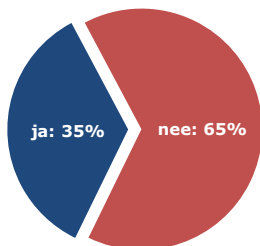


- **Maatregelen:** zonnepanelen worden door een derde van de respondenten - die energiebesparende maatregelen overwegen te nemen - genoemd als maatregel om de woning energiezuiniger te maken. In de helft van de gevallen zijn dit huiseigenaren met een A of B-label. HR + ketel en dubbel glas worden relatief vaak door huis(ver)kopers genoemd (ongeacht het label dat ze hebben).

Redenen om geen energiebesparende maatregelen te nemen: huis(ver)kopers en huiseigenaren die niet van plan zijn om energiebesparende maatregelen te nemen, noemen vaak als reden dat hun woning nu al voldoende energiezuinig is

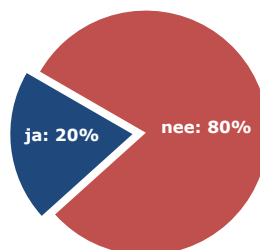
Bent u van plan om energiebesparende maatregelen te nemen?

huiseigenaren (n=790)



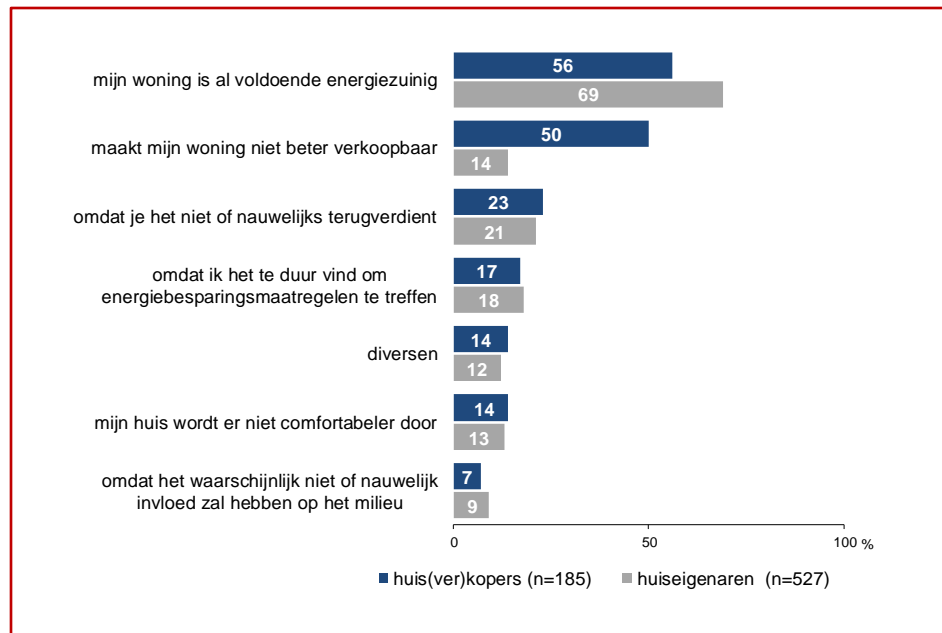
doorvraag

huis(ver)kopers (n=230)



doorvraag

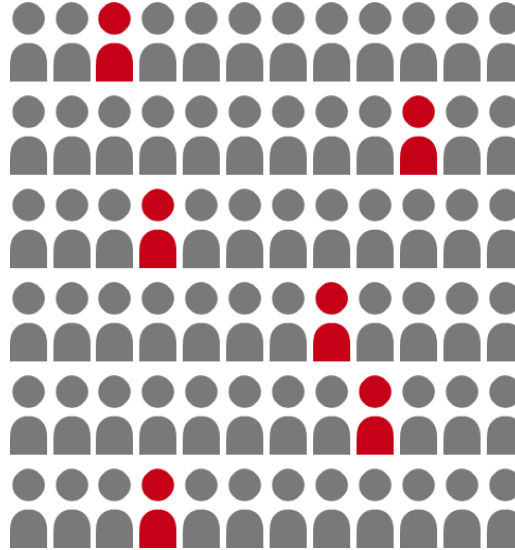
Doorvraag: wat zijn voor u redenen om **geen** energiebesparende maatregelen in de woning te nemen? (Basis: alleen gevraagd aan respondenten die niet van plan zijn energiebesparende maatregelen te nemen)



Geen energiebesparende maatregelen: ruim twee derde van de huiseigenaren is niet van plan om energiebesparende maatregelen te nemen. Onder de huis(ver)kopers is dat acht op de tien.

Genoemde redenen: de reden dat de woning al voldoende energiezuinig is, wordt door beide doelgroepen het vaakst als reden genoemd om geen maatregelen te nemen. De helft van de huis(ver)kopers noemt ook als reden dat energiebesparende maatregelen hun huis niet beter verkoopbaar maken.

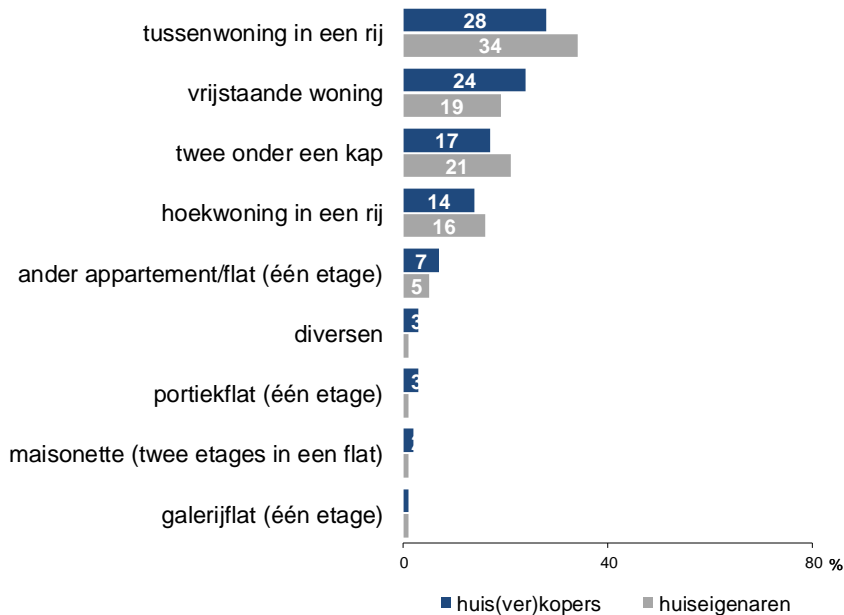
Effectmeting informatie energielabels



Achtergrondkenmerken

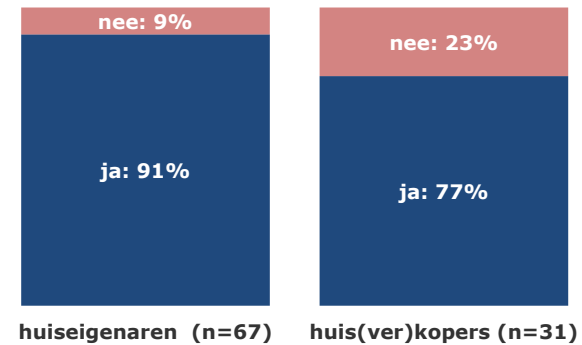
Type woning: de tussenwoning in een rij en vrijstaande woningen komen het vaakst voor

Wat voor type woning heeft u?



Bent u lid van een Vereniging van Eigenaren? **Basis:** alleen gevraagd aan eigenaren van flats appartementen en maisonnettes.

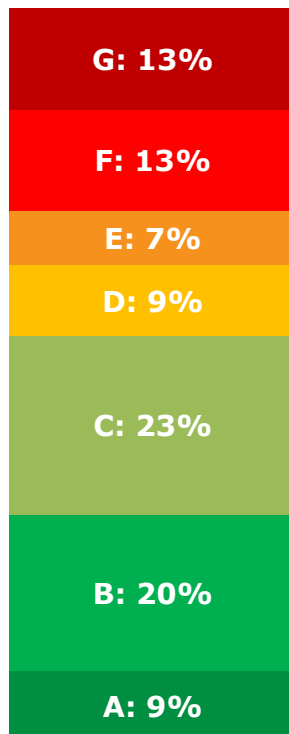
lidmaatschap VVE



Lidmaatschap VVE: huiseigenaren zijn vaker dan huis(ver)kopers lid van de VVE. Het aantal huis(ver)kopers (n=31) is echter te klein om betrouwbare uitspraken over te kunnen doen. Het antwoord moet daarom als indicatief worden beschouwd.

Type woning: de helft van de woningen heeft een voorlopig A, B of C-label

Wat is het voorlopige energielabel van uw woning dat in uw brief staat?



Wat zijn de verschillen?

- **Groene labels:** in deze slide is gekeken naar verschillen in houding, gedrag en waardering tussen de verschillende labels. Over het algemeen zijn er nauwelijks verschillen. Wel zoeken 'groene labels' minder vaak naar informatie over het energielabel en nemen ze vaker geen extra energiebesparende maatregelen, omdat de woningen al voldoende energiebesparend zijn. Wel zijn er veel huiseigenaren met een A of B-label die zonnepanelen overwegen (50%).
- **Rode labels:** E, F en G-labels zijn het relatief vaak niet eens met het voorlopige energielabel dat is toegekend. Voor huis(ver)kopers met een E, F en G-label is dat 39% en onder huiseigenaren met een E,F of G-label is dat zelfs 62%. Ook geven huiseigenaren met E,F of G-label relatief vaak aan dat de brief en de folder *niet* aanzet tot actie (63% doet niets). Huis(ver)kopers met een E,F of G-label denken daar overigens anders over: hier geeft 55% aan dat de brief en folder juist wel aanzetten tot actie.



Effectmeting informatie energielabels

Einde