

Duurzaamheidsmonitor 2022

De hypotheekadviseur als verduurzamingsexpert

Hoe zit het met de kennis van de hypotheekadviseur op het gebied van verduurzamen en wat verwacht zijn klant van hem?



Dit onderzoek is uitgevoerd door:

Markteffect

In opdracht van:

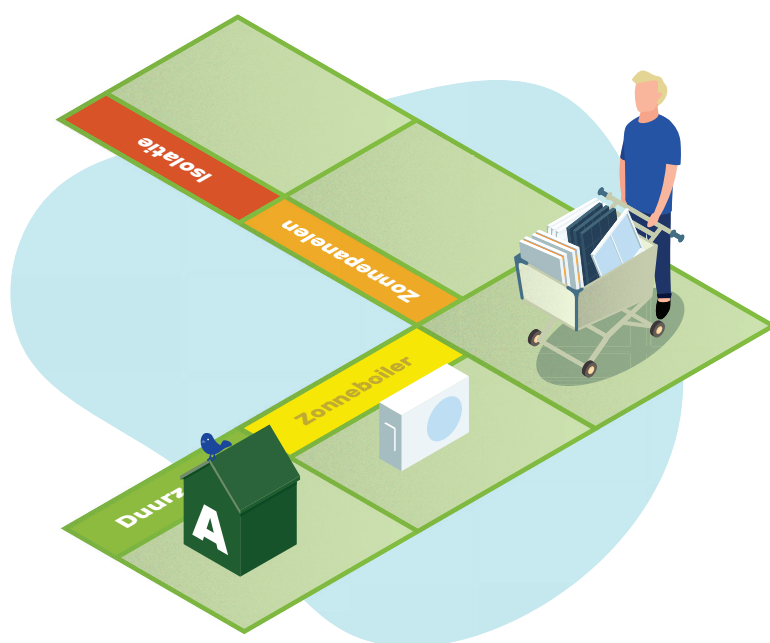
Woonnu B.V.

Datum van het onderzoek: januari 2022

Datum rapportage: mei 2022

Inhoud

Voorwoord	3
1 Houding en kennis	6
1.1 Consumenten	6
1.2 Adviseurs	10
2 Het adviesgesprek	14
2.1 Duurzaamheid als thema binnen het adviesgesprek	14
2.2 Motieven van adviseurs	15
2.3 Verwachtingen van consumenten	16
2.4 Stimuleringsmogelijkheden	18
3 Maatregelen en financiering	19
3.1 Maatregelen	19
3.2 Financiering	21
4 Conclusies en aanbevelingen	22
4.1 Conclusies	22
4.2 Aanbevelingen	23



Voorwoord

De opwarming van de aarde en het effect daarvan op onze leefomgeving is de afgelopen jaren merkbaar toegenomen. Met elke hittegolf, storm en overstroming wordt de klimaatverandering moeilijker te negeren. Het is duidelijk dat we nú actie moeten ondernemen.

Tegelijkertijd is 2022 een jaar waarin ontzettend veel gebeurt. Het stijgen van de olie- en gasprijzen is een wereldwijd probleem dat door de recente gebeurtenissen in Oekraïne nog meer onzekerheid met zich meebrengt. Daarnaast zitten we midden in de energietransitie, waarvan de kosten deels op de consument worden doorberekend. Ook hebben we te maken met een flinke inflatie, lijkt er geen einde te komen aan de krapte op de woningmarkt en zijn de hypotheekrentes dit jaar sinds lange tijd weer gestegen. Kortom: van stabiliteit is weinig sprake en dat scheidt onrust.

Klimaatakkoord

Op mondiaal en nationaal niveau worden er steeds meer maatregelen genomen om klimaatverandering zoveel mogelijk tegen te gaan. In het Klimaatakkoord, gepresenteerd door het kabinet Rutte-III in 2019, staan ambitieuze doelen voor de komende decennia verwoord. In 2030 moet er sprake zijn van minimaal 49% minder CO₂-uitstoot ten opzichte van 1990; in 2050 moet de uitstoot met maar liefst 95% gedaald zijn.

Een belangrijke rol voor de gebouwde omgeving

Binnen het Klimaatakkoord is een belangrijke rol ingeruimd voor de gebouwde omgeving. Er is afgesproken dat in 2050 7 miljoen woningen en 1 miljoen gebouwen van het aardgas af zijn. Ook moeten woningen en gebouwen voldoende geïsoleerd zijn.

Woningcorporaties en het bedrijfsleven spelen een belangrijke rol bij de verduurzaming van gebouwen en woningen. Maar ook van consumenten wordt gevraagd om werk te maken van de verduurzaming. Gelukkig is er ook interesse voor verduurzaming onder deze doelgroep. Niet alleen omdat het beter is voor het klimaat, maar ook omdat het zorgt voor netto lagere woonlasten, een hogere woningwaarde en meer wooncomfort.

Duurzaam hypotheekadvies

Steeds meer hypotheekadviseurs nemen duurzaamheid mee in hun hypotheekadvies. Ze denken met de (aanstaande) huizenbezitter mee over de vraag hoe hij of zij kan zorgen voor een zo duurzaam mogelijk huis en een zo hoog mogelijk energielabel. Ook zijn er steeds meer hypotheeklabels waarbij duurzaamheid een belangrijke factor is bij de berekeningen.

Hebben hypotheekadviseurs echter wel voldoende kennis van mogelijke verduurzamingsmaatregelen? Anders blijven er misschien mooie kansen onbenut om te zorgen voor lagere woonlasten, comfortabele woningen én winst voor het milieu. Tegelijkertijd is het belangrijk om te weten wat consumenten überhaupt verwachten van hun hypotheekadviseur: moet die op de hoogte zijn van alle ins en outs rondom verduurzaming, of is basale kennis voldoende?

Woonnu: beloning voor duurzaam wonen

Woonnu is een duurzaam hypotheeklabel dat inspeelt op de groeiende wens onder consumenten om duurzamer te wonen. Consumenten die kiezen voor een hypotheek bij Woonnu, krijgen advies en ondersteuning rondom het doorvoeren van verduurzamingsmogelijkheden. Ook het energielabel is interessant. Vanaf energielabel B krijgen klanten aantrekkelijke rentekortingen over de gehele looptijd van de hypotheek (ook bij een tussentijdse verhoging). Daarnaast beloont Woonnu vanaf energielabel B elke labelsprong met een extra rentekorting.

Over het onderzoek

Voor het tweede jaar op rij liet Woonnu deze Duurzaamheidsmonitor uitvoeren, om meer te weten te komen over de houding en kennis van adviseurs en consumenten rondom duurzaamheid. Hoe staan (toekomstige) huizenbezitters ten opzichte van verduurzamingsmaatregelen en de financiering daarvan? Wat vinden hypotheekadviseurs zélf van dit thema? Waar lopen de verwachtingen en behoeftes van adviseur en consument uiteen? En waar liggen voor adviseurs dus kansen om het hypotheekadvies nog beter af te stemmen op de vraag van de duurzame consument?

Achtergrondkenmerken

In opdracht van Woonnu ondervroeg onderzoeksbureau Markteffect in totaal 635 consumenten en 157 hypotheekadviseurs.

De consumenten zijn onderverdeeld in vier doelgroepen: mensen die van plan zijn een huis te kopen (35%), mensen die een huis gekocht hebben (18%), huizenbezitters die hun hypotheek willen oversluiten (22%) en daadwerkelijke oversluiters (25%). Het merendeel is hoogopgeleid (54%) en werkt fulltime in loondienst (50%).

Van de ondervraagde hypotheekadviseurs is het merendeel (85%) man. De groep 35 tot en met 54 jaar is met 65% het grootst; iets meer dan een kwart (27%) is 55 jaar of ouder, 8% is jonger dan 34 jaar. Twee derde (66%) van de ondervraagde adviseurs werkt als zelfstandige. 15% werkt voor een franchiseonderneming; 14% werkt bij een zelfstandig advieskantoor.

Leeswijzer

In dit rapport presenteren we de belangrijkste bevindingen uit het onderzoek. Eerst kijken we naar de houding en kennis van hypotheekadviseurs en consumenten over verduurzaming. Hoe staan ze tegenover dit thema? En: wat weten ze er al van? Vervolgens kijken we naar het hypotheekgesprek. In hoeverre komt duurzaamheid hierin als thema terug? Wat verwachten consumenten op dit vlak? In hoeverre voelen adviseurs zich comfortabel om dit thema te bespreken? En welke inzichten zorgen ervoor dat het thema vaker 'op tafel' komt? In hoofdstuk 4 kijken we vervolgens naar de concrete verduurzamingsmaatregelen die consumenten (willen) doorvoeren en hoe ze deze (denken te gaan) financieren. In het laatste hoofdstuk geven we ten slotte concrete aanbevelingen: hoe zijn hypotheekadviseurs consumenten nog beter van dienst als het gaat om verduurzaming van hun woning?



1 Houding en kennis

Wat vinden consumenten en hypotheekadviseurs eigenlijk van verduurzaming, en wat weten ze er überhaupt van? In hoeverre speelt verduurzaming voor consumenten een rol bij de beslissing om wel of niet een bepaalde woning te kopen of om misschien te kiezen voor het oversluiten van een hypotheek? En: hoe kijken consumenten volgens adviseurs aan tegen duurzaamheid?

Met deze en andere vragen onderzochten we de houding en kennis van zowel consumenten als adviseurs als het gaat om duurzaamheid. De houding en kennis bepalen immers voor een aanzienlijk deel de mate waarin mensen écht overgaan tot de aankoop van een duurzame woning of tot het verduurzamen van hun bestaande woning.

1.1 Consumenten

Een huis kopen is een erg spannende aangelegenheid, waarbij tal van factoren en overwegingen een rol spelen. Duurzaamheid is een van die overwegingen. Het is in elk geval een thema dat in algemene zin leeft onder Nederlanders; 80% van de ondervraagde consumenten geeft aan duurzaamheid een (zeer) belangrijke factor te vinden in het dagelijkse leven. In lijn daarmee geeft 87% aan het belangrijk te vinden om in een duurzaam huis te wonen. Het is duidelijk dat duurzaamheid hoog op de maatschappelijke agenda staat.

De aankoopbeslissing

Die positieve grondhouding bij de gemiddelde Nederlander zien we terug als we kijken naar de mate waarin duurzaamheid een rol speelt bij de aankoop van een huis. In totaal geeft 70% van de ondervraagde (toekomstige) huizenbezitters aan dat een duurzaam huis of mogelijkheden voor verduurzaming een (zeer) belangrijke factor is of was in de aankoopbeslissing. Vooral voor consumenten tussen de 35-54 jaar was of is dit een belangrijke factor. Ook het energielabel speelt een aanzienlijke rol bij de aankoopbeslissing; in totaal 81% van de (toekomstige) huizenbezitters noemt het energielabel een (zeer) belangrijke factor.

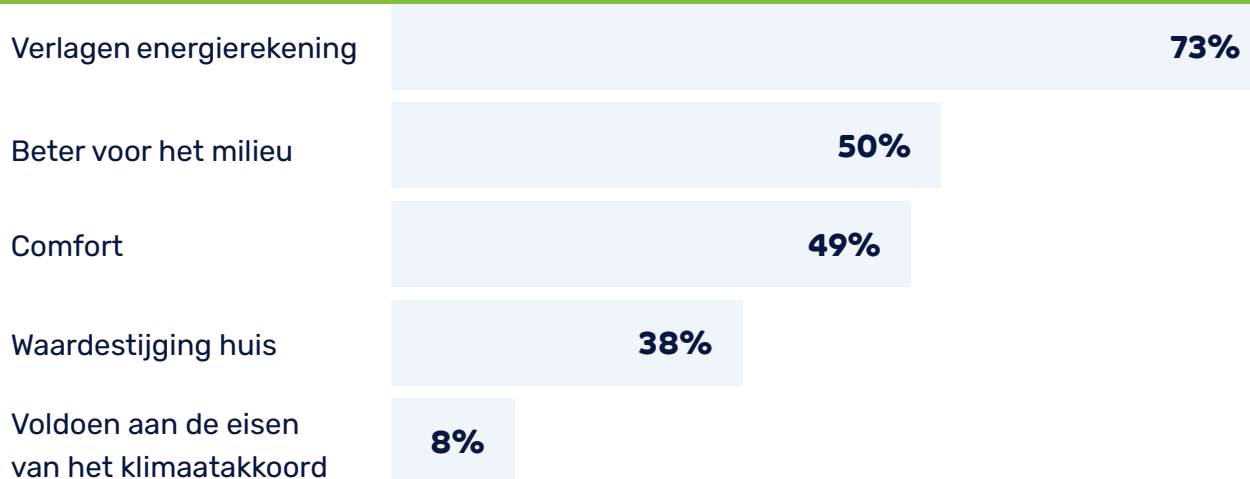
Overspannen woningmarkt

De woningmarkt is continu in beweging en dat verandert voorlopig ook niet. In dit onderzoek is niet onderzocht in hoeverre consumenten hun eisen en wensen op het gebied van duurzaamheid misschien bijstellen naarmate de krapte op de woningmarkt toeneemt en de renteprijzen stijgen. Het is wel aannemelijk dat een instabiele woningmarkt geen ideale uitgangssituatie vormt voor het stimuleren van verduurzaming.

Waarom verduurzamen?

Verduurzaming is dus zeker een belangrijke factor voor (toekomstige) huizenbezitters. Kijken we naar de motieven waaróm mensen hun woning duurzamer maken, dan blijken vooral de maandlasten leidend. Het overgrote deel van de ondervraagde (toekomstige) huizenbezitters (73%) verduurzaamt primair voor een lagere energierekening. Zeker nu de prijzen enorm oplopen. Opvallend: rentekorting op de hypotheek is voor slechts 7% een belangrijke reden voor verduurzaming.

Belangrijkste redenen om het huis te verduurzamen?



Rentekorting: onbekend maakt onbemind?

Het feit dat rentekorting op de hypotheek vooralsnog geen belangrijke reden voor verduurzaming is, lijkt in strijd te zijn met het belang van financiële overwegingen. Bij de focus op het financiële plaatje richten consumenten zich qua duurzaamheid nu nog vooral op een lagere energierekening. En dat is opmerkelijk, want over een periode van twintig tot dertig jaar kan rentekorting leiden tot een substantiële besparing op de totale woonlasten.

Dat roept de vraag op of de mogelijkheid van 'duurzame' rentekorting voldoende bekend is bij de gemiddelde consument, en of die voldoende op de hoogte is van de mogelijkheden en voorwaarden van een duurzame hypotheek als die van Woonnu. Want ook rentekorting kan over de gehele looptijd van de hypotheek behoorlijk bijdragen aan lagere woonlasten en zo – in combinatie met lagere energielasten – zorgen voor een rooskleuriger financieel plaatje op de langere termijn.

Verder geeft 50% van de ondervraagde consumenten aan dat ze investeren in een duurzamer huis, mits er sprake is van een terugverdientijd van minder dan tien jaar. Ook het wooncomfort is uiterst belangrijk (49%). Daarnaast investeert 45% van de consumenten als ze in aanmerking komen voor subsidie.

Andere genoemde motieven: beter voor het milieu (50%), waardevermeerdering van het huis (38%) en voldoen aan de eisen van het Klimaatakkoord (8%). Slechts 5% vindt verduurzamen belangrijk voor het sneller verkopen van de woning.

Niet verduurzamen

Wat verder opvalt: slechts 4% van de ondervraagde consumenten is helemaal niet van plan om zelf te verduurzamen. Motieven om niet te verduurzamen zijn voornamelijk financieel van aard. Zo wil 11% - dit was in 2021 nog 34% - van de consumenten er simpelweg geen geld aan uitgeven. 43% (ten opzichte van 32% vorig jaar) vindt verder dat het huis al voldoende verduurzaamd is en 7% heeft er geen geld voor. Ten slotte vindt 21% de terugverdientijd te lang.

Kennisniveau: wat weten woningbezitters van verduurzaming?

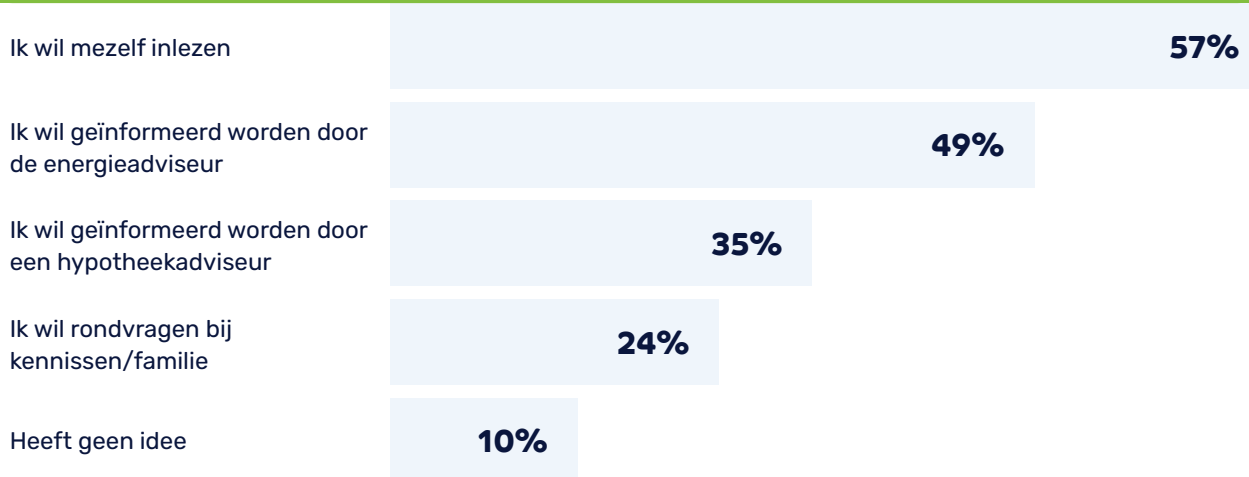
Een gefundeerde beslissing over verduurzaming van de woning staat of valt uiteraard met voldoende kennis van het onderwerp. Het merendeel van de consumenten die nu al een huis bezitten, heeft zichzelf ingelezen over verduurzamingsmaatregelen (51%). Andere informatiebronnen zijn onder meer de energieadviseur (22%) en opvallend in het geheel; de stijging van kennissen en familie van 19% (2021) naar 28%. De hypotheekadviseur is voor slechts 16% de primaire informatiebron als het aankomt op verduurzaming.

Behoefte aan goede voorlichting

Aan goede voorlichting over verduurzaming is wel behoefte, zo maken de cijfers duidelijk. Naar eigen zeggen is 73% van de ondervraagde (toekomstige) huizenbezitters enigszins, maar niet voldoende op de hoogte van verduurzamingsmaatregelen. 17% weet precies wat er mogelijk is; 10% heeft daarentegen geen enkel idee.

Van de groep toekomstige huizenbezitters wil 49% zich laten adviseren door de energieadviseur; een iets grotere groep (57%) wil (daarnaast) zichzelf inlezen. Kennissen en familie vormen voor één op de vier toekomstige huizenbezitters (24%) de primaire informatiebron. En de hypotheekadviseur dan? 35% van de mensen die van plan zijn om een woning te kopen ziet hem of haar als belangrijke informatiebron.

Hoe hebben woningbezitters zichzelf geïnformeerd over verduurzamingsmaatregelen voor hun huis?



Kansen voor hypotheekadviseurs

Op dit moment lijkt de hypotheekadviseur voor een aanzienlijke minderheid van de consumenten het primaire aanspreekpunt als het gaat om verduurzaming. Belangrijk is vooral dat de hypotheekadviseur op een basaal niveau kennis heeft van verduurzaming (wat is er zoal mogelijk?) en van de financiering daarvan. Gezien het grote aantal consumenten dat aangeeft niet voldoende op de hoogte te zijn van verduurzamingsmaatregelen, lijken er voor hypotheekadviseurs in elk geval voldoende kansen te liggen om nadrukkelijker een informatiepositie in te nemen die verder gaat dan de kale hypotheek alléén.

1.2 Adviseurs

Opleiding

Een goed, gedegen advies over verduurzaming van een woning staat of valt met voldoende basiskennis bij de hypotheekadviseur over verduurzamingsmogelijkheden en de financiering daarvan. Van de ondervraagde hypotheekadviseurs heeft 83% een opleiding, cursus of training gevolgd over duurzaamheid en hypothecaire kredietverstrekking; 17% geeft aan géén opleiding op dit vlak te hebben afgerond. Van deze 17% geeft 4% aan van plan te zijn om komend jaar een opleiding rondom duurzaamheid en hypothecaire kredietverstrekking te gaan volgen.

Vertrouwen in eigen kunde

In hoeverre zijn adviseurs die een opleiding volgden, naar eigen zeggen ook echt in staat om verduurzamingsmogelijkheden op een goede manier mee te nemen in het hypotheekadvies? Van de adviseurs voelt 45% zich door de opleiding gesterkt om klanten te adviseren over duurzaamheidsmaatregelen in combinatie met hypotheek. 49% vindt dat de opleiding in beperkte mate heeft bijgedragen. 6% voelt zich niet gesterkt door de opleiding om de klant te adviseren over duurzaamheidsmaatregelen en hypotheek.

Ongeacht de kennis van de adviseurs, geeft het gros (89%) van hen aan dat de organisaties waarvoor zij werkzaam zijn hen actief stimuleren in het geven van advies over duurzaamheidsmaatregelen.

Leeftijd en opleiding

Hoe de hypotheekadviseurs hun opleiding beoordelen op het thema duurzaamheid, verschilt sterk per leeftijdscategorie. Van de adviseurs tot 34 jaar oud voelt slechts een op de drie zich gesterkt door de opleiding als het gaat om het thema duurzaamheid. 60% van hen vindt de bijdrage van de opleiding beperkt. Van de adviseurs tussen 35 en 54 jaar vindt 42% de bijdrage van de opleiding goed en iets meer dan de helft vindt de bijdrage beperkt. Bij de 55-plussers voelt maar liefst 56% zich gesterkt door de opleiding en slechts 39% vindt de bijdrage van de opleiding beperkt. Hoe ouder de hypotheekadviseurs, hoe meer zij zich dus gesterkt voelen door hun opleiding om het gesprek aan te gaan over verduurzaming.

Duurzaamheid: belangrijke factor voor klanten?

De wisselwerking tussen de hypotheekadviseur en de consument bepaalt voor een aanzienlijk deel de mate waarin duurzaamheid ter sprake komt. Hoe denken hypotheekadviseurs dat hun klanten aankijken tegen duurzaamheid?

Van de ondervraagde adviseurs denkt 42% dat duurzaamheid een (zeer) belangrijke factor is bij de aankoopbeslissing van de meeste klanten waarvoor ze bemiddelen. Jongere adviseurs (tot 34 jaar) denken dit vaker (67%) dan adviseurs van 35-54 jaar (40%) en van 55 jaar of ouder (39%). Hierin zijn ook wat regionale verschillen te zien. Met name adviseurs uit Zuid-Nederland (50%) en Noord-Nederland (47%) denken dat dit (zeer) belangrijk is. Adviseurs in West-Nederland (39%) en Oost-Nederland (35%) denken dit wat minder vaak.

Daar staat tegenover dat 58% van alle adviseurs denkt dat duurzaamheid niet of zelfs helemaal niet belangrijk is voor de meeste klanten.

Mismatch?

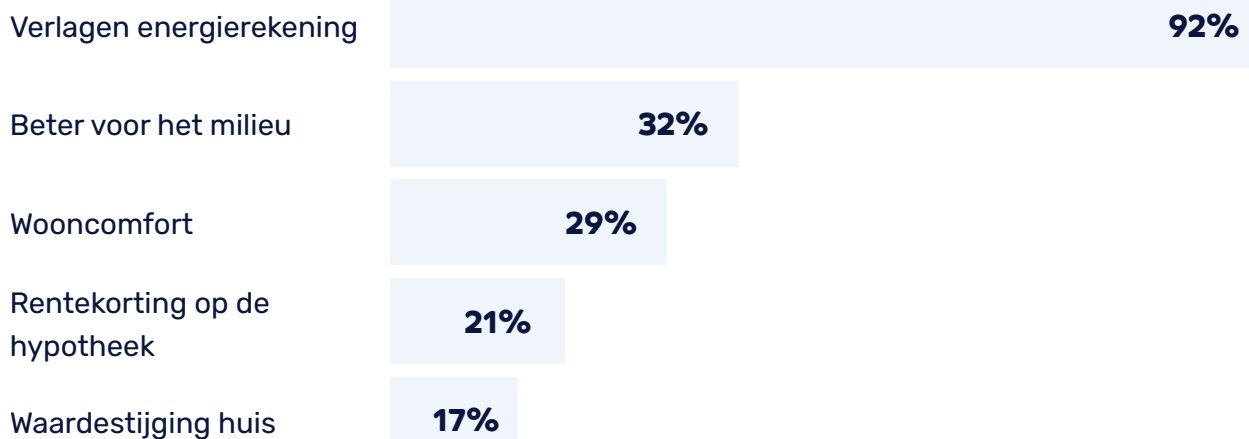
Het is op z'n minst opvallend te noemen: consumenten lijken duurzaamheid als thema belangrijker te vinden dan veel adviseurs denken dat consumenten het vinden. Het lijkt dus waarschijnlijk dat er in het hypotheekadvies kansen blijven liggen om consumenten nog beter te adviseren over verduurzamingsmaatregelen en de financiering ervan.



Motieven voor verduurzaming (volgens adviseurs)

Bij redenen om de woning te verduurzamen staat met stip op één: een lagere energierekening. Volgens 92% van de ondervraagde adviseurs is dit voor klanten dé reden om verduurzamingsmaatregelen door te voeren. Andere genoemde motieven zijn onder meer een beter milieu (32%), meer wooncomfort (29%), rentekorting (21%) en waardestijging van het huis (17%).

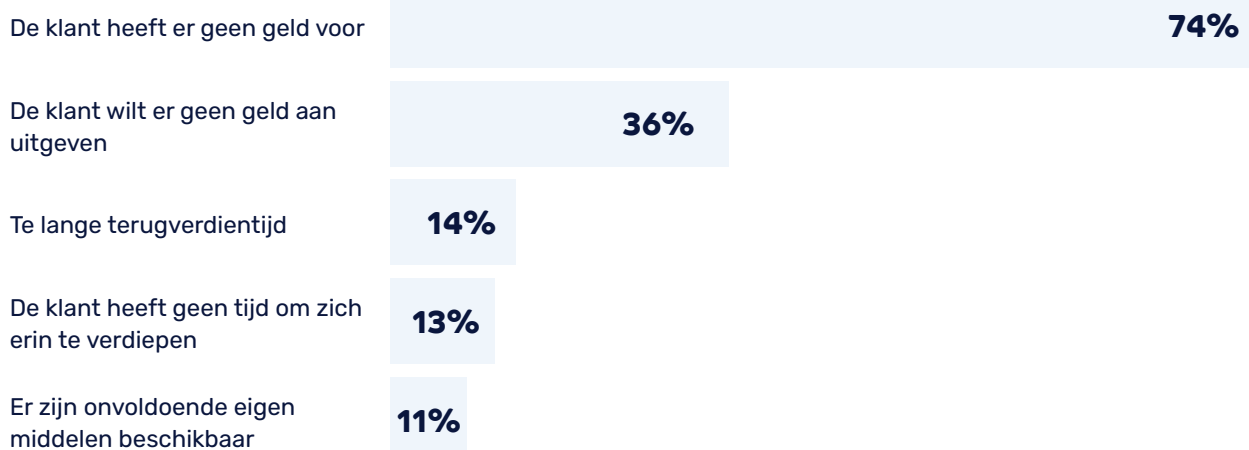
Wat zijn volgens adviseurs de belangrijkste redenen voor klanten om hun huis te verduurzamen?



Redenen om níet te verduurzamen (volgens adviseurs)

Bij consumenten die hun woning níet willen verduurzamen speelt volgens 74% van de hypotheekadviseurs vooral geldgebrek een rol. Volgens 36% wil de klant er geen geld aan uitgeven en 13% denkt dat het gebrek aan 'verduurzamingszin' bij klanten voortvloeit uit een gebrek aan tijd om zich erin te verdiepen. Andere redenen zijn: een te lange terugverdientijd (14%) en onvoldoende eigen middelen (11%). 14% van de adviseurs denkt dat de consument niet op de hoogte is van de mogelijkheid tot verduurzamen.

Wat zijn volgens adviseurs de belangrijkste redenen voor klanten om hun huis niet te verduurzamen?



Opvallend is dat adviseurs in het oosten van het land vaak benoemen dat de klant geen geld wil uitgeven aan verduurzaming. Dit geeft maar liefst 61% van hen aan, ten opzichte van 23% in West-Nederland, 36% in Zuid-Nederland en 37% in Noord-Nederland.

Aanknopingspunten voor hypotheekadviseurs

Het gerapporteerde geldgebrek bij consumenten die niet van plan zijn om te verduurzamen, biedt ook aanknopingspunten voor de hypotheekadviseur. Welke mogelijkheden zijn er om verduurzamingsmaatregelen te financieren? Een goed advies hierover kan twijfelende consumenten misschien over de streep trekken om tóch te verduurzamen. Veel consumenten financieren verduurzamingsmaatregelen met spaargeld. Maar omdat extra lenen voor verduurzamen leidt tot korting op de hypotheekrente, vallen de totale maandlasten voor de consument zelfs lager uit dan in de situatie waarin hij of zij niet verduurzaamt.

Oftewel: verduurzamen zorgt niet alleen voor een lagere energierekening, maar leidt tot structureel financieel voordeel in termen van woonlasten. Voor de hypotheekadviseur is het dus zeker de moeite waard om dit thema aan te snijden.

2 Het adviesgesprek

Na de eerste oriëntatiefase volgt meestal het hypotheekadviesgesprek, als het kloppende hart van het totale adviestraject. Hier wordt informatie uitgewisseld en vaak belangrijke knopen doorgehakt over de exacte samenstelling van de hypotheek. Welke rol speelt duurzaamheid binnen dit belangrijke gesprek? Wat verwachten consumenten eigenlijk van hun adviseur? En hoe zetten we duurzaamheid als thema binnen het hypotheekgesprek beter op de kaart?

2.1 Duurzaamheid als thema binnen het adviesgesprek

Hoe vaak wordt duurzaamheid besproken?

Van de ondervraagde adviseurs geeft 39% aan dat duurzaamheid ter sprake komt in 75-100% van de gesprekken; 29% geeft aan dat dit in 50-75% van de gesprekken het geval is. De resterende 31% van de ondervraagde adviseurs geeft aan dat duurzaamheid in minder dan de helft van de gesprekken aan de orde komt.

Nemen klanten het advies over?

In hoeverre volgen klanten het advies over verduurzamingsmogelijkheden binnen het totale hypotheekadvies op? Volgens bijna een derde van de adviseurs (31%) neemt het merendeel van de klanten het volledige advies rondom verduurzamingsmogelijkheden over; 58% van de ondervraagde adviseurs geeft aan dat het merendeel van de klanten het advies gedeeltelijk overneemt. Slechts 11% van de adviseurs denkt dat het merendeel van de klanten niets doet met het advies.

In hoeverre volgen klanten het advies over verduurzamingsmogelijkheden binnen het hypotheekadvies op?

Het merendeel van mijn klanten neemt een gedeelte van het advies over

58%

Het merendeel van mijn klanten neemt het volledige advies over

31%

Het merendeel van mijn klanten doet er niets mee

11%

2.2 Motieven van adviseurs

Waarom wel adviseren?

Voor iets meer dan twee op de drie adviseurs (69%) staat het financiële belang van de klant voorop bij de beslissing om te adviseren over duurzaamheid. Daarmee is dit voor adviseurs veruit het belangrijkste motief. Een ander belangrijk motief is de plicht om op lange termijn duurzaamheid onder klanten te stimuleren (24%). De hypotheekadviseur stemt het advies tijdens het gesprek ook af op de klant die op dat moment aan tafel zit. Zo geeft 24% aan in te spelen op klanten met een duurzame levenswijze; de verwachting is dat deze klanten ook automatisch behoefte hebben aan verduurzamingsadvies. Daarnaast denkt 16% dat de gemiddelde klant dit van de adviseur verwacht en 10% geeft aan dat de klant er zelf naar vraagt.

Wat zijn voor adviseurs de belangrijkste redenen om klanten te adviseren over duurzaamheid tijdens het hypotheekadvies?

Financieel belang klanten (i.c.m. terugverdientijd)	69%
Klanten hebben al een duurzame levenswijze	24%
Plicht om op lange termijn de duurzaamheid onder klanten te stimuleren	24%
Klant vraagt ernaar	10%

Waarom niet adviseren?

Het komt ook voor dat de adviseur besluit om duurzaamheid als thema te laten rusten tijdens het gesprek. De voornaamste reden is volgens de adviseurs vooral dat de klant simpelweg aangeeft hier geen behoefte aan te hebben. Dit argument speelt in 59% van de gevallen een rol. Andere redenen om geen duurzaamheidsadvies te geven, zijn dat de adviseur het adviesgesprek geen geschikt moment vindt om het onderwerp aan te kaarten (8%) en dat het adviespakket van de adviseur het niet ondersteunt (6%).

Verschillen tussen mannen en vrouwen, jong en oud

Een opvallend verschil is het verschil tussen mannelijke en vrouwelijke hypotheekadviseurs. Van de vrouwelijke adviseurs geeft 63% aan dat er in 75 tot 100% van de gesprekken aandacht wordt besteed aan het thema 'verduurzaming'. bij de mannen is dit slechts 35%; bijna de helft minder.

Ook de leeftijd van de adviseurs speelt een rol. Van de jonge adviseurs begint 58% in bijna alle gesprekken over verduurzaming, ten opzichte van 36% bij de adviseurs van 35 t/m 54 jaar en 42% van de 55-plussers. Tot slot zijn er grote regionale verschillen te zien. In Zuid-Nederland begint men beduidend vaker over het onderwerp duurzaamheid dan in de andere regio's.

2.3 Verwachtingen van consumenten

Advies over verduurzamingsmaatregelen en de financieringsopzet maakte bij 44% van de ondervraagde consumenten deel uit van het hypotheekadvies. 52% van de consumenten vindt dat de hypotheekadviseur voldoende kennis heeft op het gebied van duurzaamheid. En 75% vindt het belangrijk dat hypotheekadviseurs advies over duurzaamheid altijd meenemen in hun advies. 72% vindt dat adviseurs hierin actief opgeleid moeten worden. En 59% heeft meer vertrouwen in adviseurs als zij duurzaamheid actief meenemen in hun advies.

Duurzaamheid financieren: volop mogelijkheden

Verduurzaming meenemen in het adviesgesprek? Voor hypotheekadviseurs is het goed om te weten dat er steeds meer mogelijkheden zijn voor de financiering van verduurzamingsmaatregelen.

Vaak weet de consument bij de hypotheekaanvraag nog niet altijd of en hoe hij of zij het huis precies wil verduurzamen. In dat geval kan het energiebespaarbudget (EBB) uitkomst bieden, als apart 'potje' binnen de hypotheek voor verduurzaming. Hierbij leent de consument extra (maximaal 6% boven de waarde van de woning vóór uitvoering van de energiebesparende voorzieningen) en beslist hij of zij op een later moment welke duurzaamheidsvoorzieningen hij of zij precies wil treffen – zolang het budget maar wordt besteed aan energiebesparende voorzieningen.

Heeft de consument wel al een vastomlijnder idee van de maatregelen die hij of zij wil doorvoeren? In dat geval kan het budget voor energiebesparende voorzieningen (EBV) uitkomst bieden. Hierbij leent de consument extra voor de betreffende verduurzamingsvoorzieningen; maximaal 6% boven de waarde van de woning ná verbouwing (inclusief EBV).

Al met al zijn de EBB en EBV handige financieringsmogelijkheden die de drempel om te verduurzamen wellicht flink verlagen. Zeker als de consument daarbij wordt gewezen op zogenoemde 'no regret'-maatregelen: eenvoudig door te voeren energiebesparende maatregelen als vloer-, dak- en spouwmuurisolatie, met een doorgaans aantrekkelijke terugverdientijd. Oftewel: laagdrempelige maatregelen met een 'zekere' opbrengst, waarvan de (toekomstige) woningbezitter doorgaans niet snel spijt zal krijgen.

Betalen voor advies?

Het lijkt er dus op, dat de gemiddelde consument graag wil dat duurzaamheid wordt meegenomen in het adviesgesprek. In totaal denkt 87% van de consumenten dat advies over duurzaamheid steeds belangrijker wordt. Sterker nog: bijna de helft van de consumenten (47%) is ook bereid om meer te betalen voor duurzaamheidsadvies. Van de mensen die van plan zijn om een huis te kopen en mensen die al een huis hebben gekocht, is 56% bereid om meer te betalen voor duurzaamheidsadvies. Oversluiters (32%) zijn iets minder vaak bereid om ervoor te betalen.

Welk bedrag?

Aan adviseurs legden we de vraag voor in hoeverre zij denken dat klanten bereid zijn om in de toekomst te betalen voor duurzaamheidsadvies. Volgens 41% van de adviseurs zijn klanten bereid om een bedrag van maximaal 250 euro neer te leggen voor duurzaamheidsadvies; een derde denkt dat consumenten zelfs méér uitgeven hieraan. Daar staat tegenover dat 27% van de hypotheekadviseurs denkt dat klanten vinden dat duurzaamheidsadvies standaard deel moet uitmaken van het hypotheekadviesgesprek. Opvallend: vorig jaar was dit nog 41%.

2.4 Stimuleringsmogelijkheden

Hoe kan binnen het hypotheekadvies duurzaamheid het best gestimuleerd worden?

Opleiding

Van de ondervraagde adviseurs denkt 19% dat duurzaamheid een uitgebreider onderdeel van de verplichte opleiding voor hypotheekadviseurs moet zijn. Vooral vrouwelijke adviseurs hebben deze mening (46%, versus 14% bij de mannen). En het zijn vooral ook jonge adviseurs die dit vinden (25%, vs. respectievelijk 19% en 19% voor de oudere leeftijdsgroepen).

Kennisdeling

Adviseurs werd ook gevraagd naar de inzet van kennisdeling. Hier voelt 27% van de ondervraagden wel wat voor. Vooral in het zuiden van het land werd dit als een mooie oplossing gezien (38%). In het westen (22%), oosten (19%) en noorden (32%) is het enthousiasme hiervoor wat minder groot.

Betere samenwerking

Verder pleit een op de vijf adviseurs (20%) voor een betere samenwerking in de verduurzamingsketen. Hier springt ook het leeftijdsverschil in het oog. Vooral oudere adviseurs vinden dit een goed idee: 19% voor de leeftijdsgroep tussen 35 en 54 jaar en 26% voor de 55-plussers. Jonge adviseurs (8%) zien dit minder zitten.

Tools en apps ter ondersteuning

Verder denkt 18% van de hypotheekadviseurs dat het ontwikkelen van software die duurzaamheid integreert in het hypotheekadvies een goede oplossing is. Met name jonge adviseurs zijn hier enthousiast over: 25% ten opzichte van 19% en 16% van de twee oudere doelgroepen. Er staan overigens meer vrouwelijke adviseurs (25%) achter dit idee dan mannelijke adviseurs (17%).

Financiële vergoeding door bedrijven

Verder denkt 57% van de hypotheekadviseurs dat een financiële vergoeding van het bedrijfsleven hen ertoe kan aanzetten om vaker verduurzamingsmogelijkheden mee te nemen binnen de financieringsopzet van een hypotheek. Let wel: het gaat hierbij specifiek om een financiële vergoeding voor hypotheekadviseurs van aanbieders van duurzaamheidsoplossingen, niet van geldverstrekkers (die hebben immers te maken met het provisieverbod).

Overige suggesties

Andere mogelijkheden die adviseurs voorstellen zijn het bieden van lagere rentes en het inzichtelijk maken van de financiële voordelen voor de klant op de langere termijn.

3 Maatregelen en financiering

De consument staat welwillend tegenover duurzaamheid; naast winst voor het milieu leveren verduurzamende maatregelen immers ook een lagere energierekening en meer wooncomfort op. Tijdens het adviesgesprek is de (toekomstige) huizenbezitter bijgepraat over de verschillende verduurzamingsmogelijkheden en de financiering daarvan. Ook heeft hij of zij zich online georiënteerd en wellicht advies ingewonnen bij familie en vrienden en bij de energieadviseur. Nu alle seinen 'op groen' staan, is het tijd om de knoop door te hakken: welke concrete verduurzamingsmaatregelen worden er doorgevoerd? En: hoe worden deze gefinancierd?

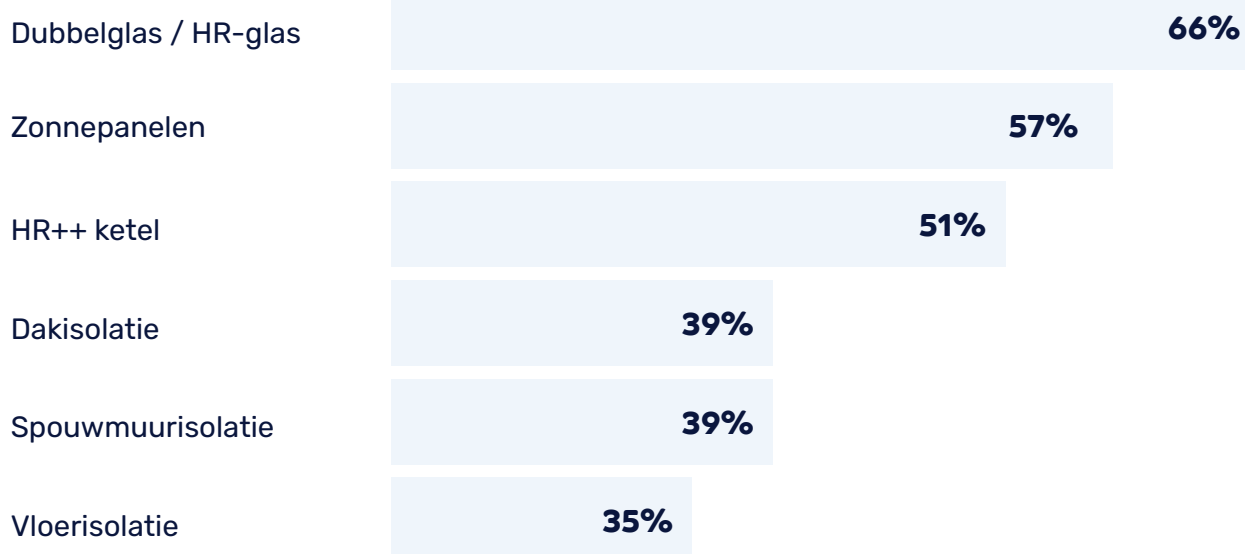
3.1 Maatregelen

Populair: dubbel- en HR-glas

In totaal heeft 74% van de ondervraagde consumenten verduurzamingsmaatregelen getroffen of is van plan dat na aankoop te doen. Kijken we naar de verduurzamingsmaatregelen die consumenten willen uitvoeren bij de aankoop van een nieuw huis, dan blijkt vooral dubbelglas of HR-glas populair; 66% van de ondervraagden kiest hiervoor, en dan vooral toekomstige huizenbezitters die van plan zijn om een huis te kopen (81%). Blijkbaar zien consumenten het laten plaatsen van dubbel- of HR-glas als een oplossing die per direct iets oplevert in de portemonnee.

Andere kansrijke, vaak genoemde verduurzamingsmaatregelen zijn onder meer zonnepanelen (57%), dakisolatie (39%), het laten plaatsen van een HR++ ketel (51%), vloerisolatie (35%) en spouwmuurisolatie (39%).

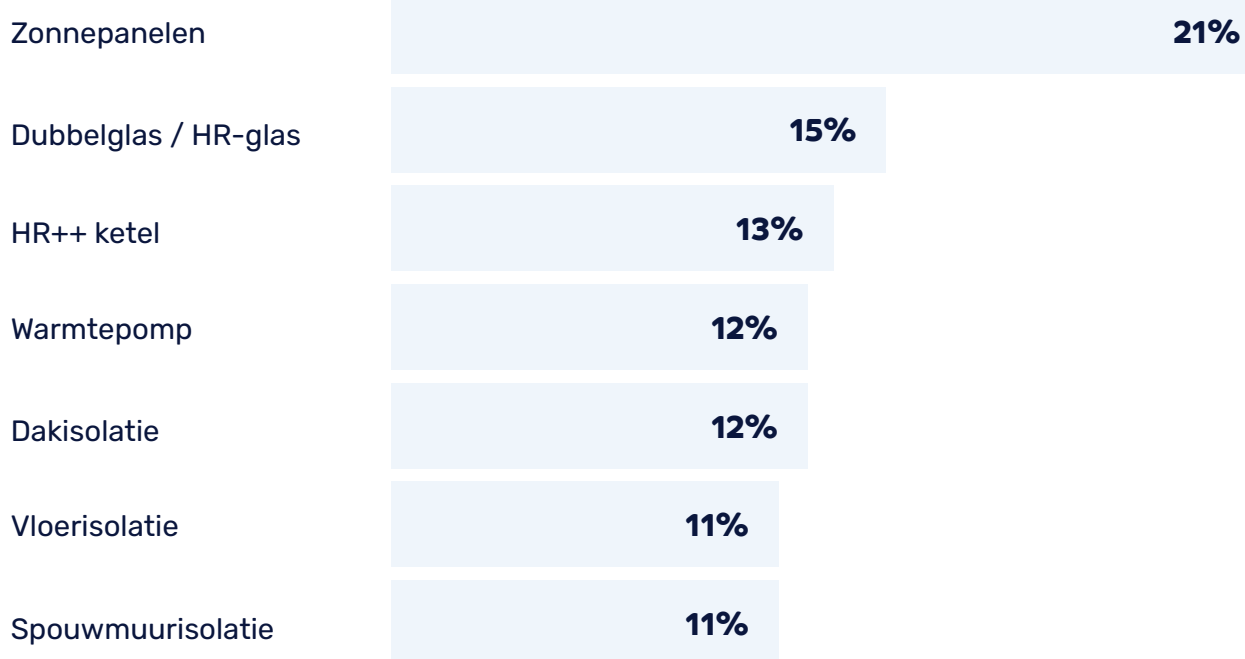
Getroffen/te treffen verduurzamingsmaatregelen binnen 12 maanden na aankoop?



Binnen een jaar: vooral zonnepanelen

Kijken we naar de maatregelen die consumenten binnen nu en één jaar willen doorvoeren, dan geeft 21% aan zonnepanelen te willen plaatsen. Andere genoemde maatregelen voor de langere termijn zijn plaatsing van dubbel- of HR-glas (15%) en een warmtepomp (12%), vloerisolatie en spouwmuurisolatie (beide 11%), en dakisolatie (12%) en plaatsing van een HR++ ketel (7%).

Welke verduurzamingsmaatregelen wil je de komende vijf jaar uitvoeren?



Return on investment?

In het onderzoek is niet gekeken of consumenten wellicht een andere keuze maakten als ze inzicht hadden in de return on investment (ROI) van een specifieke verduurzamingsmaatregel. Zo is isoleren een van de meest effectieve verduurzamingsmaatregelen, als je de relatief lage investering afzet tegen de energiebesparing die het oplevert. Inzicht in de ROI leidt er wellicht toe dat consumenten andere keuzes maken.

3.2 Financiering

Hoe betalen (toekomstige) huizenbezitters voor de door hen gekozen verduurzamingsmaatregelen?

Vaak eigen geld

Voor al doorgevoerde maatregelen heeft bijna twee derde van de ondervraagden (64%) eigen geld gebruikt en 32% kiest voor het ophogen van de hypotheek. 22% wil een subsidie gebruiken voor verduurzaming en 18% kiest voor het oversluiten van de hypotheek. Slechts 12% benut subsidies voor verduurzaming.



4 Conclusies en aanbevelingen

4.1 Conclusies

Het verduurzamen van de eigen woning levert voor de consument duidelijke voordelen op: een verlaging van de maandlasten, meer wooncomfort en waardevermeerdering van de woning. Daarnaast is het beter voor het milieu; het mes snijdt aan meerdere kanten.

Uit dit onderzoek blijkt dat de meeste (toekomstige) huizenbezitters verduurzaming van hun woning belangrijk vinden. Veel consumenten vinden van zichzelf dat ze onvoldoende kennis bezitten van concrete verduurzamingsmaatregelen. Daarnaast blijkt uit de onderzoeksresultaten dat weinig consumenten op de hoogte zijn van de aantrekkelijke rentekortingen bij verduurzaming. Ook van subsidies wordt maar weinig gebruik gemaakt. Hier valt echt een wereld te winnen.

Voor praktisch advies over verduurzaming raadpleegt de consument zijn familie en vrienden. Maar ook op financieel vlak is er behoefte aan informatie. De gemiddelde consument ziet dan ook graag dat duurzaamheid wordt meegenomen in het hypotheekadviesgesprek. Een aanzienlijk deel is bovendien bereid om hiervoor te betalen.

Ook hypotheekadviseurs proeven dat er bij hun klanten behoefte is aan advies op het gebied van verduurzaming en hypotheek. Er is dus een mooie rol weggelegd voor de hypotheekadviseur bij het vergroten van de financiële kennis van de consument als het gaat om verduurzaming. Adviseurs vinden echter lang niet altijd van zichzelf dat ze voldoende kennis in huis hebben om hun klanten goed te adviseren. Er is behoefte aan meer kennis, kennisdeling, tools en samenwerking met andere partijen.

4.2 Aanbevelingen

Hoe kunnen hypotheekadviseurs hun advies rondom de financiering van verduurzamingsmaatregelen verder verbeteren?

1. Neem verduurzaming standaard op in het hypotheekadvies

De meeste consumenten kijken positief tegen verduurzaming aan; ze hebben al verduurzaamd, of willen dit gaan doen. Lagere maandlasten en meer wooncomfort zijn hierbij de belangrijkste motieven. Door verduurzaming standaard mee te nemen in het hypotheekadvies, attendeer je de consument op de mogelijkheden die er zijn wat betreft financiering. Door consumenten te wijzen op het financiële gewin, is de kans groot dat een nog grotere groep hiermee aan de slag gaat.

2. Maak de langetermijnvoordelen inzichtelijk

Rentekorting is nu nog geen belangrijk verduurzamingsmotief voor consumenten. Tegelijkertijd vormt voor adviseurs het financiële belang van de klant op de lange termijn wél het primaire uitgangspunt. Er kan dus winst behaald worden door in het hypotheekgesprek niet simpelweg te focussen op rentelasten, maar op de totale woonlasten op de lange termijn; met inachtneming van de financiële opbrengsten van verduurzamingsmaatregelen 'onder de streep'. Door klanten inzicht te bieden in de totale woonlasten, inclusief rentekorting en de return on investment van de verschillende verduurzamingsmaatregelen, wordt de drempel voor consumenten misschien lager om daadwerkelijk te investeren in een duurzamere woning.

3. Wijs de consument op subsidies

Slechts 12% van de consumenten wil gebruik maken van subsidies voor verduurzaming. Dit is op z'n minst opvallend te noemen: juist het benutten van subsidies verlaagt de initiële investering, waardoor de terugverdientijd wordt verkort. En juist die terugverdientijd blijkt vaak een bepalende factor te zijn. Hier ligt dan ook zeker een kans voor de adviseur om consumenten over de streep te trekken.

4. Investeer in kennis

Het merendeel van de consumenten is naar eigen zeggen enigszins, maar niet voldoende, op de hoogte van verduurzamingsmogelijkheden. Bij het inwinnen van duurzaamheidsadvies raadpleegt men voornamelijk vrienden en familie. Men denkt niet altijd direct aan de hypotheekadviseur; hier liggen dus kansen.

Zorg er als adviseur voor dat je voldoende basiskennis hebt van mogelijke verduurzamingsmaatregelen, de globale opbrengsten en terugverdientijd en eventuele subsidiemogelijkheden. Ook kennis over duurzame financieringsmogelijkheden (EBV/EBB) is hierbij uiteraard belangrijk, want juist dit soort mogelijkheden kan sterk drempelverlagend werken voor de consument. Zeker als je de klant daarbij kunt adviseren over mogelijke laagdrempelige verduurzamingsmaatregelen (zoals vloer-, dak- en spouwmuurisolatie), die zichzelf doorgaans snel terugverdienen.

Komt het op technische details van verduurzamingsmaatregelen aan? Dan is kennis op hoofdlijnen waarschijnlijk voldoende; voor écht technisch advies kan de consument immers terecht bij leveranciers van energiebesparende oplossingen of een gespecialiseerd energieadviseur zoals Susteen, partner van Woonnu.

