

## BOUWEN AAN EEN GROENE TOEKOMST

Utrecht, 22 april 2010

**Het Lente-akkoord is letterlijk bouwen aan een groene, energiezuinige toekomst. Het adagium is te zorgen dat je bouw- of ontwikkelingsbedrijf energiezuinig kan bouwen, het ook wil bouwen en te zorgen dat de klant het kan en wil kopen. Op alle vier deze pijlers zijn op 22 april, exact twee jaar na ondertekening van het Lente-akkoord vier workshops georganiseerd. Deelnemers zijn jonge ontwikkelaars en bouwers, uitgenodigd door de vier jongerenplatforms van de gezamenlijke Lente-akkoord partners: PROMise, NEXT, Corproclub-Atrivé en Jong Bouwend Nederland.**

Op 22 april, op de kop af twee jaar na ondertekening van het Lente-akkoord, is het transparante en compleet verduurzaamde gebouw Westraven van Rijkswaterstaat in Utrecht het toepasselijke decor voor het thema 'bouwen aan een groene toekomst'. De zaal loopt vol met circa honderd, veelal jonge ontwikkelaars, aannemers en medewerkers van corporaties. "Ik zie inderdaad weinig grijze koppies", zegt oud-milieuminister Cramer tegen dagvoorzitter Bas van de Griendt, milieumanager bij Bouwfonds Ontwikkeling.

Het is deze nieuwe generatie die letterlijk en figuurlijk bouwt aan een groene toekomst, zegt Claudia Bouwens, medewerker van NEPROM en programmaleider kennisoverdracht en stimulering Lente-akkoord. Maar liefst 25 procent energiezuiniger nieuwbouw in 2011 en 50 procent energiezuiniger in 2015 is het doel van het Lente-akkoord, terwijl de nieuwbouw in 2020 'energieneutraal' moet zijn. Het haakt aan bij de ambitieuze Europese doelstellingen om in 2020 twintig procent energie te besparen, twintig procent van de energie duurzaam op te wekken en twintig procent CO2-reductie te bewerkstelligen."

"De bouw is vanwege de 18 procent huishoudelijk energieverbruik van het totale verbruik in Nederland een belangrijke factor", aldus Bouwens. "Daar komt bij dat alle markten zich op duurzaamheid profileren. Het komt er op neer het lange termijn perspectief te vertalen naar een business case. Dat is de eigenlijke essentie van het Lente-akkoord. Zorg dat je bedrijf het kan bouwen, het wil bouwen en zorg dat de klant het kan en wil kopen of huren", zo hield zij het gehoor voor.

Intussen komen er tal van publicaties beschikbaar waarmee bedrijven wegwijs worden in de technische en organisatorische mogelijkheden (onder meer het energievademecum, toolkitreeks). Ook zijn er voorbeeldprojecten waarin ervaring wordt opgedaan. Voor de klant is onder meer de Groenregeling en SVn beschikbaar, waarmee groene investeringen aan gebouwen beter uitkunnen. Ook banken werken mondjesmaat met een Groene hypotheek. "Daarbij krijgt de koper 1 procentpunt rentekorting, mits de woning 35 procent energiezuiniger is dan het Bouwbesluit, FSC hout is toegepast en het regenwater is afgekoppeld van het riool", meldt Bouwens. Ook het energielabel is een instrument dat de klant kan verleiden voor energiezuinige nieuwbouw te kiezen.

Zowel voor koopwoningen als voor huurwoningen is het van belang dat niet langer louter de huur of hypotheek als maatstaf wordt genomen, maar de woonlasten, dus inclusief de maandelijkse energiekosten. "Een instrument als e-calculator rekent snel voor wat deze woonlasten bedragen", aldus Bouwens. Uit onderzoek blijkt dat woonconsumenten gevoelig zijn voor positieve bijdragen aan het milieu en ook bereid zijn ervoor te betalen, al valt de hoogte van het geïnvesteerde bedrag vaak tegen als het puntje bij het paaltje komt. Ook zaken als comfort en gezondheid kunnen meespelen. Bouwens: "In de workshops van vandaag willen we meer inzicht verschaffen hoe je bedrijf het kan bouwen, het wil bouwen en dat de klant het kan en wil kopen of huren", zo hield zij



het gehoor voor. Het is van belang dat je beseft dat je niet alleen staat in je bedrijf en je enthousiasme en drive deelt met anderen."

### **1. Workshop Woonlasten voor huurder en koper – door Harm van Papenrecht, Atrivé**

"Wonen wordt de komende tijd veel duurder. De huizenmarkt zit nu even in een dipje, maar dat is tijdelijk. Straks gaan de prijzen weer stijgen". Aan het woord is Harm van Papenrecht, adviseur en interim manager bij Atrivé. Zijn stelling: woonlasten is hét item van de toekomst. Woonlasten bestaan uit huur of rente plus aflossing van de hypotheek, zakelijke lasten en OZB en energie en onderhoud. In de toekomst zullen al deze kostenposten stijgen. Daarbij gaan de energiekosten van een woning een steeds groter deel uitmaken van de totale woonlasten. Voor mensen met een modaal inkomen betekent dit een stijging van hun woonlasten van 35% in 2010 tot 43% in 2020. Doordat de energiekosten zo oplopen, hebben veel gezinnen straks veel minder geld te besteden. Van Papenrecht: "Dit komt doordat de gas- en waterprijs in de komende tien jaar verdubbelt en de kWh prijs met zestig procent stijgt".

Toch denkt Van Papenrecht dat, zeker in de nieuwbouw, in de toekomst lagere woonlasten mogelijk zijn. Daarvoor is het nodig dat nieuwe woningen voorzien worden van een goede jas: dak- gevel en vloerisolatie van een hoge kwaliteit met Rc-waardes van 6 m<sup>2</sup> K/W, wat met goede materialen mogelijk is. Ook met kierdichting is veel te winnen: uit onderzoek blijkt namelijk dat slechts 47% van de nieuwbouwwoningen voldeed aan de eisen op dit gebied van het Bouwbesluit. Vervolgens moet in een woning de juiste techniek worden geïnstalleerd: gebalanceerde ventilatie op basis van warmteterugwinning, lage temperatuurverwarming, zonneboiler en PV (16m<sup>2</sup>). En met een extra investering kan ook de gasgestookte CV installatie worden vervangen door een aardwarmte- installatie.

Van Papenrecht: "Als het lukt om de meerkosten van deze duurzame technieken, toch zo'n €45.000, 'weg' te financieren, is dat winst voor alle partijen. De woningeigenaar wordt veel minder belast met stijgende energiekosten en de wijze van verwarmen en energieopwekking is voor een groot deel CO<sub>2</sub>-neutraal". Ontwikkelaars kunnen gebruik maken van financiële regelingen zoals groene hypotheekformules, SDE en SDW- regelingen (Subsidie Duurzame Energie en Warmte). Maak ook gebruik van een 15-jarig microkrediet van het stimuleringsfonds Volkshuisvesting SVn, tipt Van Papendrecht. Dat is een fonds dat gesticht werd toen Bouwfonds verkocht werd. Een aantal gemeenten heeft geld in dit fonds gestort. "Als je hier optimaal gebruik van maakt, zijn de woonlasten na tien jaar van een duurzame nieuwbouwwoning die bij aankoop € 45.000 meer kostte, even hoog als de woonlasten van een 'normale' nieuwbouwwoning zonder duurzame technieken. Dat komt dus door de stijgende woonlasten", aldus Van Papenrecht.

Hoe krijg je de banken overtuigd? De klant moet de financiering regelen voor die duurzame energietechnieken en krijgt daar bij de bank nog geen extra financiële ruimte voor in de hypotheek. Maar dat gaat veranderen volgens Van Papenrecht. "Banken gaan steeds meer rekening houden met het concept 'woonlasten' en ze gaan steeds meer doen om klanten binnen te halen. Afgelopen zaterdag heeft de Rabobank bijvoorbeeld aangekondigd extra hypotheekruimte te geven voor duurzame investeringen aan de woning. Triodos bank doet dit al door naar de totale woonlasten te kijken in plaats van alleen de hypotheek."



## 2. Workshop Bewonersgedrag - door Kees Keizer, RUG

Hoe beïnvloed je mensen in hun gedrag binnen de woning, bijvoorbeeld als het gaat om energiezuinigheid? Kees Keizer, werkzaam aan de Universiteit Groningen doet er onderzoek naar. "Veel gedrag kun je beïnvloeden met prijsprikkels. Maar kun je mensen ook zo ver krijgen dat ze uit zichzelf milieubewust gedrag vertonen?" Volgens de Goal Framing Theory zijn mensen gericht op het bereiken van drie doelen: het vertonen van het gewenste gedrag (normatief gedrag), winst maken of verlies voorkomen en tenslotte zich goed voelen (hedonistisch gedrag). Om gedrag te sturen is het van belang rekening te houden met deze drie doelen.

### > Gedrag van anderen

Mensen zijn gevoelig voor het gedrag van een ander, volgens Keizer. Het gewenste gedrag laten zien, werkt daarom stimulerend, net zoals communiceren dat anderen het gewenste gedrag ook al vertonen. Zo bleek dat gasten in hotelkamers hun handdoeken minder vaak op de grond gooiden, wanneer het hotel hen liet weten dat anderen het ook niet deden. Alleen laten weten dat het hotel hierdoor energie bespaarde, werkte een stuk minder goed. Wat evenmin goed werkt, is laten zien welk gedrag ongewenst is. "Hierdoor benadruk je alleen maar dat iedereen zich asociaal gedraagt. Mensen denken hierdoor dat het niet erg is omdat anderen het ook doen", zegt Keizer.

### > Omgeving

Ook de omgeving is van invloed op het gedrag van mensen. Zo blijkt dat mensen sneller plekken vervuilen naarmate het rommeliger is op straat. Een nette omgeving, zonder graffiti en troep op straat, stimuleert normatief gedrag. Anonieme ruimten, zoals brede groenstroken bij wijken die nergens bijhoren, hebben een negatieve invloed op het gedrag van mensen.

### > Ogen ophangen

Keizer geeft aan dat de sociale context ook een factor van belang kan zijn. Zo blijkt het ophangen van affiches met ogen heel goed te werken bij het netjes houden van inzamelplekken voor afval. **Dan lijkt het net alsof iemand naar je kijkt en je wilt graag het goede doen...** Ook werkt dit uitstekend bij het inzamelen van geld voor een goed doel.

### > Feedback geven

Om gedrag te sturen, kun je mensen feedback geven op hun huidige gedrag. Keizer: "Mensen hebben bijvoorbeeld geen idee wat hun huidige apparaten verbruiken op gebied van energie. Bij het communiceren hiervan moet je wel gebruikmaken van relatieve waarden: één keer de magnetron gebruiken kost evenveel energie als zoveel kilometer fietsen. Absolute waarden zeggen mensen niets." Informatie geven over het gedrag van anderen werkt ook: 'wist u dat uw burens minder energie gebruiken dan u?' Maar dit kan ook een averechts effect hebben wanneer blijkt dat de burens juist meer energie verbruiken. Alleen het inzichtelijk maken van gedrag is echter onvoldoende om gedrag te veranderen. Maak het gedrag tegelijkertijd makkelijk, koppel het gedrag aan een beloning of een straf. "Mensen houden ook van een zeker gokelement: er is een kans dat ik een beloning krijg. Daar zijn mensen heel gevoelig voor", aldus de onderzoeker.

### > Maak het leuk!

Maak het gewenste gedrag leuk. Hier is een hele theorie omheen bedacht: de fun-theory. Deze theorie gaat ervan uit dat 'fun' de meest gemakkelijke manier is om het gewenste gedrag te stimuleren. Zo namen mensen vaker de trap in een metrostation omdat de treden waren veranderd in piano-toetsen. Meer concrete voorbeelden zijn te vinden op [www.thefuntheory.com](http://www.thefuntheory.com)



### **3. Workshop Conceptueel Bouwen – door Stephan Dijkhuizen en Miranda Meijer van Conceptueel Bouwen Nederland BV**

Conceptueel bouwen is een recent initiatief van enkele adviesbureaus om samenwerking en energiezuinige innovaties in de bouw te bevorderen. "Het is een strategische vernieuwing die 'projectoverstijgende oplossingsprincipes voor huisvesting' levert", zegt Stephan Dijkhuizen. Het gaat niet alleen om woonhuizen, maar ook om winkelcentra, zorginstellingen, onderwijs en zelfs mobiliteit. Het komt er op neer dat tal van samenwerkende bedrijven als één organisatie op verschillende schaalniveaus (gebieden, bouwwerk of een bouwonderdeel) woonconcepten aanbieden. De consument kan zijn eigen varianten samenstellen binnen bepaalde vrijheidsgraden. Binnen zekere grenzen kan de breedte, hoogte en diepte van de woning aan de wensen worden aangepast. Dakkapellen, gevelelementen en dak zijn leverbaar in tal van varianten.

Prefab bouwen is de grote motor achter het Conceptueel bouwen. "Daardoor is er minder afval, gaat er minder fout en vergroot deze efficiëntieslag de bouwtijd en verlaagt de bouwkosten", zegt Miranda Meijer. "Veertig woningen bouwen in 115 dagen is geen uitzondering." Standaardvoorzieningen als hoogwaardige isolatie (Rc 5), HR ++ glas, zelfregulerende gevelroosters, vloerverwarming, een zuinige HR-ketel en FSC-hout zorgen voor een EPC van 10 tot 20 procent onder de EPC 0,8.

Conceptueel Bouwen signaleert dat de complexiteit van het bouwproces ten opzichte van honderd jaar geleden enorm is toegenomen. "Organisatorisch zijn we van 2 naar 200 disciplines gegaan. Technisch zijn we van 50 materialen naar 5 miljoen materialen gegaan en strategisch is het van enkelvoudige bedrijven naar belangclusters gegaan", aldus Dijkhuizen. "Met energiezuinig bouwen lijkt het aantal oplossingen nog groter te worden. Werken met concepten vereenvoudigt daarom het oplossingsstelsel. De keuzevrijheid blijft gewaarborgd door goede verbindingen in de bouwketen, sterker nog, het is zeer klantgericht door een gevarieerd aanbod van 'oplossingen met concepten'. Behalve voordelen voor de consument is het conceptueel bouwen ook geschikt voor de bedrijven. Meer ruimte voor groei, een beter imago en betere aansluiting bij andere sectoren zijn concrete voordelen. Het is geschikt voor tachtig procent van de bouwmarkt", aldus Dijkhuizen en Meijer. Alleen in de zeer exclusieve architectonische bouw en in de zeer industriële bouw is conceptueel bouwen niet geschikt.

In het concrete workshopgedeelte gaan de deelnemers aan de slag om een ranking in een lijst met aandachtspunten voor een opdrachtgever op te stellen. Verbeteren van de woonomgeving, meer transparantie, meer keuzevrijheid voor de eindgebruiker, lagere bouwkosten is een greep uit de lijst voor de aanbieders. In de praktijk kunnen opdrachtgevers voor raad terecht bij Conceptueel Bouwen, en kan een waardeprofiel aldus leiden tot een shortlist waaraan het bouwconcept moet voldoen, tot en met de programmaprestatie-eisen.

Ook de klant stelt een ranking op wat hij belangrijk vindt. Veilig, gezond, duurzaam, niet duur enz. "De matching van beide rankings leidt tot het favoriete bouwconcept", aldus Dijkhuizen. "Conceptueel bouwen kan bijdragen tot energiezuiniger concepten, waardoor het Lente-akkoord haalbaar wordt.

Meer informatie, ook met 530 concepten op de conceptenboulevard:

[www.conceptueelbouwen.nl](http://www.conceptueelbouwen.nl)



#### **4. Workshop De klant verleiden – door Onno Dwars, Volker Wessels Vastgoed**

Tijdens de meest ingetokende workshop hield Onno Dwars de deelnemers direct een spiegel voor. "Als je een consument echt wilt verleiden, moet hij de boodschap van de duurzaamheid echt ervaren. En dat doe je door in je eigen organisatie te beginnen", vertelt Dwars. Volker Wessels begon enkele jaren geleden onder het motto 'jouw energie is mijn energie' een enquête over het energieverbruik van de eigen medewerkers. En wat bleek? Het gas- en elektriciteitsverbruik lag hoger dan een gemiddeld huishouden. Zo kun je natuurlijk geen klanten verleiden om duurzame huizen te kopen. "We gingen op een congres in discussie met elkaar, iedereen kreeg een persoonlijk energielabel en het kerstpakket bestond dat jaar uit spaarlampen", aldus Dwars. Er kwam een energiebesparingswedstrijd, het MVO-beleid werd opgetuigd en Volker Wessel liet een 'CO2-voetafdruk' (carbon footprint) opstellen. Het begon te leven.

Intussen heeft Dwars tien slimme tips (van Yvette Ruts, zie verslag bijeenkomst 30 maart 2010) om kopers te vinden, te winnen en te binden. Dat laatste vindt hij heel belangrijk. "Als ze namelijk eenmaal een duurzaam huis hebben, komt het er ook op aan om blijvend energiebewust gedrag te ontwikkelen. Wij blijven de klanten volgen."

Zes tips werkt Onno Dwars zelf uit, de zaal mag zelf in kleine groepen met vier tips aan de slag. Een tip is dat de werknemers het visitekaartje vormen, zoveel is duidelijk. De zaal voegt toe dat daarbij de directie het goede voorbeeld moet geven: "Weg met de Hummer, leve de Prius". Ook kunnen beloningen of bonussen werknemers aanzetten tot uitdragen van de duurzame gedachte.

Een tweede tip is het uitvoeren van klantonderzoek. Volgens een eigen onderzoek van Volker Wessels onder 1200 consumenten wil 70 procent investeren in duurzame energie in huis, en wel gemiddeld 14 duizend euro. Liefst 92 procent wil een energiezuinige woning ter compensatie van de stijgende energielasten. Ondanks deze bemoedigende resultaten durfde Volker Wessels niet de sprong van EPC 0,8 naar 0,4 te maken. "Dat vergt namelijk 20 duizend euro meer investeringen. Ons concept van een Climate Ready woning gaat uit van een EPC van 0,72, dus tien procent minder dan EPC 0,8." Dat is te bereiken door standaardvoorzieningen als hoogwaardige isolatie (Rc 5), HR ++ glas, zelfregulerende gevelroosters, vloerverwarming, zuinige HR-ketel en FSC-hout. Daarnaast kunnen consumenten optionele installaties zoals een warmtepomp met bodemwisselaars, een luchtwarmtepomp, PV-cellen, zonneboiler, douchewarmtewisselaar en CO2-gestuurde ventilatie kiezen. Overigens bleek uit vervolgonderzoek dat bij de werkelijke koop van een woning mensen slechts 3600 euro investeren in energiezuinige maatregelen.

De derde tip is het centraal stellen van de klant. "Je moet ervan uit gaan dat de klant van niets weet", aldus Dwars. "Door een energieconsulent in te schakelen, snapt iedereen vrij snel dat de woonlasten naast de hypotheek voor een toenemend deel uit energielasten bestaan. Volgens het CBS gaat het zelfs om meer dan tien procent." De energieconsulent van Volker Wessels legt precies uit wat de meerkosten zijn van bijvoorbeeld PV-cellen en wat dat de komende jaren aan reductie van de woonlasten bijdraagt.

Een vierde tip is redenen aan te geven om voor u te kiezen. Onno Dwars: "Wijs op de toename van comfort, lagere woonlasten en een bijdrage aan een schoner milieu." Individueel contact is daarbij eveneens een belangrijke tip, zowel bij de optie op de woning als de koop ervan." En dan de nazorg. "Heel belangrijk", aldus Dwars. "Maak een webshop, verzorg een nieuwsbrief en stuur per mail aftersales in de trant van 'zou u toch geen PV-cellen nemen, er zijn per heden interessante subsidiemogelijkheden.'" Dat kan best na enkele jaren pas gebeuren. Veel breekwerk hoeft er niet voor te geschieden, want de Climate Ready woning bevat loze ruimten voor nieuwe kabels en leidingen.



Volker Wessels vindt het ook belangrijk te monitoren wat de consumenten over het bedrijf denken en zeggen. "Zowel bij de start van de verkoop, bij het gesprek met de energieconsulent en de oplevering van de woning." Maar ook na 1 of 2 jaar wonen is het van belang te weten of de installaties goed worden gebruikt. "Verleiden is geen one night stand", zegt Dwars, je moet mensen vijf jaar volgen en ze zo nodig duidelijk maken dat ze om de energierekening te drukken ook bewust met de warmtepomp moeten omgaan. De zaal voegt het idee toe om ambassadeurs te benoemen, bijvoorbeeld tevreden kopers van eerdere groene woningen.

In kleine groepen worden er ideeën aangedragen voor de niet door Onno Dwars toegelichte tips. Zo brengt de zaal op de tip 'ben daar waar uw klant u zoekt' naast internet-tools ook de braderie, de buurt en de wijk te berde. "Zet de energieconsulent in de verkoopkeet voor de nieuwe woningen", zegt iemand. "Laat je zien." Een andere tip is vooral eerst de locatie te benadrukken, en pas dan de groene woning.

Bij de tip om digitale A-locaties te benutten, wordt geopperd om bekende sites als Funda te voorzien van een zoekterm als 'duurzaamheid en comfort'. Ook moet de interactie tussen kopers en aanbieders worden verbeterd. Ten slotte zouden belangenorganisaties als de Woonbond of Consumentenbond kunnen worden ingeschakeld. Bij de tip 'overtref het eerste klantencontact' wordt gezegd dat een overzichtelijke website moet worden uitgerust met een chat-faciliteit en downloadmogelijkheden op i-pod: "het moet een beleving zijn", eventueel door een 3D-presentatie van de duurzame woning.

(kadertje) de tien verleidingstips van Yvette Ruts

1. Doe klantonderzoek
2. Zet uw klant centraal
3. Ben daar waar uw klant u zoekt
4. Benut digitale A-locaties
5. Overtref eerste klantcontact
6. Geef redenen om voor u te kiezen
7. Faciliteer individueel contact
8. Besteed nazorg aan uw klant
9. Wat wordt er over u gezegd
10. Uw werknemers als visitekaartje

### **Bouwen aan een groene toekomst – interview met Jacqueline Cramer door Bas van de Griendt**

Ze is dan wel geen minister meer, maar duurzaamheid zal haar nooit meer loslaten. Jacqueline Cramer, niet op de PvdA-verkiezingslijst maar desgewenst beschikbaar als minister, heeft haar eigen advieswerk weer opgepakt. Ze werkt vanuit haar dankzij grote investeringen goed geïsoleerde huis. "Het heeft niet veel zin de hoogte van mijn energierekening te vertellen", zegt ze tegen interviewer Bas van de Griendt. "Ik ben heel veel weg, maar dat apparaten niet op de standby stand branden, hoef je me niet te vertellen. Het zit in mijn genen", aldus Cramer. Haar voetafdruk zal dalen doordat de dienstauto niet meer voorrijdt en de vele vlieguren voorbij zijn.

Jacqueline Cramer blijkt mee te doen aan de campagne 10-10-10, tien procent groene energie, tien procent energiebesparing en tien procent CO<sub>2</sub>-reductie, nog dit jaar. "Iedere burger kan op microschaal bijdragen aan de duurzame energietransitie", zegt ze. "Maar het slaagt alleen als alle partijen meedoen op meso-niveau (branche) en op macroniveau." Dat geldt ook voor de bouw. "De branche bevond zich in 2007 in een achterstandpositie, maar er kwam al snel een beweging op gang, vooral voor de



nieuwbouw. Er is geen blauwdruk, het is een procesgerichte weg, al doende leren." Daarom is het Lente-akkoord ook leerzaam. "Er zijn duidelijke piketpaaltjes met de jaartallen 2011, 2015 en 2020. Er komt ruimte voor extra innovatie in de zogeheten excellente gebieden."

Een peiling in de zaal maakt duidelijk dat vrijwel alle aanwezige ontwikkelaars en bouwers denken een EPC van 0,6 te kunnen realiseren. Ongeveer de helft van de aanwezigen heeft hier ook daadwerkelijk ervaring mee (zie foto). Een volgende peiling in de zaal levert op dat een EPC 0,6 haalbaar is voor meerkosten tot tienduizend euro per woning. De revisie van de EPC zal voor verwarring zorgen, wat gevolgen heeft voor de eigenmachtige doelen van Noord-Nederland (EPC 0,5 per 1 juli 2010). Overigens wordt de EPC op de tekentafel niet altijd gehaald. "Dat moet je dan als projectontwikkelaar zelf toetsen, en wee je gebeente als het niet wordt gehaald", zegt Cramer. "Dat heeft consequentie voor de hele bouwketen."

De ex-minister vindt ook dat de consumenten meer kunnen worden geprikkeld tot bouwen aan een groene toekomst door ze te wijzen op energie-investeringen die leiden tot lagere woonlasten in de vorm van een lagere energierekening. "Duurzaamheid is een blijvend issue, waarbij het zaak is voortdurend mee te gaan in innovaties. Geïntegreerde bouwconcepten kunnen wel eens een goed exportartikel worden voor uw bedrijven in het buitenland."



## **Samenvatting**

Het Lente-akkoord is letterlijk bouwen aan een groene toekomst. Het adagium is te zorgen dat je bouw- of ontwikkelingsbedrijf het kan bouwen, het wil bouwen en te zorgen dat de klant het kan kopen en dat de klant het wil kopen. Op alle vier deze pijlers werden op 22 april, exact twee jaar na ondertekening van het Lente-akkoord vier workshops georganiseerd.

- De workshop Conceptueel bouwen leverde tientallen duurzame concepten op die het mogelijk maken dat het bedrijf het kan bouwen; prefab bouw paart hoge energie-efficiënte aan optimale keuzevrijheid voor de woonconsument.
- De workshop De klant verleiden liet zien waarop een bedrijf moet letten om een groene woning te willen verkopen. Er zijn tien slimme tips beschikbaar.
- De workshop Woonlasten maakte duidelijk dat een woonconsument de groene woning ook werkelijk kan kopen wanneer de woonlasten dalen door een dalende energierekening. Kernpunt is dat niet langer louter op de hypotheeklasten wordt gefixeerd
- De workshops Bewonersgedrag en ook die van de klant verleiden toonden tips die helpen stimuleren dat de woonconsument de groene woning ook wil kopen. Concrete feedback en energiebesparing 'leuk' maken zijn daarbij leidraad.

## **Verantwoording**

Deze tekst is gemaakt op basis van de themabijeenkomst 'De klant verleiden... om een energiezuinige nieuwbouwwoning te kopen' op dinsdag 30 maart 2010 in de Caballerofabriek te Den Haag. De organisatie was georganiseerd in het kader van het kennisoverdrachts- en stimuleringsprogramma van het Lente-akkoord. De bijeenkomst werd ingeleid door Claudia Bouwens, programmaleider kennisoverdracht en stimulering Lente-akkoord. Inhoudelijke bijdragen werden geleverd door Yvette Ruts-Wolters, marketing consultant bij Dolfyn MKB Services en Onno Dwars, Volker Wessels Vastgoed.

### *Tekst*

René Didde en Christine Algera, 22 april 2010

### *Foto's*

Christine Algera

Meer informatie Lente-akkoord:

Lente-akkoord

Claudia Bouwens

Postbus 620, 2270 AP Voorburg

E-mail: [cb@lente-akkoord.nl](mailto:cb@lente-akkoord.nl)

[www.lente-akkoord.nl](http://www.lente-akkoord.nl)