

Kaderprogramma  
**Energie in huis 2021 - 2022**  
Rapportage uitvoering 2021

*Het versnellen van energiezuinig en duurzaam wonen*

Beschikking met referentie 2020 - 102830

*maart 2022*

## Colofon

Puk van Meegeren  
Manager Energie in huis

*Datum*

30 maart 2022

*Contactgegevens*

(030) 2305070

info@milieucentraal.nl

www.milieucentraal.nl

Nicolaas Beetsstraat 2A  
3511 HE Utrecht

*Bankgegevens*

IBAN: NL64INGB0007863822

BIC: INGBNL2A

*Kamer van Koophandel*

41266140

## Inhoudsopgave

Colofon .....	2
Voorwoord .....	4
0. Samenvatting.....	5
1. Realisatie kwantitatieve doelen van het programma .....	7
2. De kerntaak: vraagbaak, publiciteit en content-service.....	9
2.1 Gevalideerde kennis over energiebesparing in huis .....	9
2.2 Monitor eigenwoningbezitters en verduurzaming .....	10
2.3 Milieucentraal.nl: de praktische gids.....	11
2.4 Vergroten van de online vindbaarheid.....	13
2.5 Vragen van bezoekers beantwoorden .....	14
2.6 Advies op maat.....	14
2.7 Mediaservice .....	15
2.8 Sociale media en nieuwsbrieven.....	19
2.9 De omgeving van de consument: eenduidige content .....	19
4. Projecten in relatie met Klimaatakkoord .....	21
4.1 Landelijk platform Verbeterjehuis.nl .....	21
4.2 Ondersteuning regionale en lokale energieloketten .....	22
4.3 Communicatie standaard en streefwaarden isolatie .....	22
4.4 Communicatie energielabel woningen .....	22
4.5 Bijdrage aan isolatiecampagne BZK .....	23
4.6 Bijdrage aan wijkaanpak aardgasvrij.....	23
5. Projecten specifieke doelgroepen en thema's.....	24
5.1 Verduurzamen begint met meer kennis van eigen huis .....	24
5.2 Stap-voor-stap klaar voor aardgasvrij .....	24
5.3 Huis kopen, hypotheek en energiebesparing.....	27
5.4 Green Make Over voor lager betrokkenen .....	27
5.5 Consumentenbeurs Huis en Energie .....	28
5.6 Energiezuinig koelen in de zomer .....	29
6. Externe samenwerking en programma-management .....	30
6.1 Externe samenwerking.....	30
6.2 Programma-management .....	30
7. Financieel overzicht.....	31

## Voorwoord

Dit is een rapportage van de uitvoering van het Kaderprogramma Energie in huis 2021-2022, over het jaar 2021.

In de beschikking is wat betreft rapporteren beschreven dat er in het najaar van 2021 een tussentijdse rapportage met begroting voor 2022 nodig is. Deze is reeds aangeleverd. En dat er een eindrapportage over 2021-2022 nodig is. Milieu Centraal beschouwt deze rapportage over 2021 als een van de bouwstenen van de eindrapportage over 2021-2022.

We kijken met trots terug op de behaalde resultaten in 2021. Met een budget van 1,1 miljoen euro zijn klinkende resultaten bereikt. Drie kerncijfers:

- het aantal pageviews ‘energie in huis’ op milieucentraal.nl was in 2021 ruim **5 miljoen** - anders gezegd per dag ruim 8.000 bezoeken, en dat heeft een grote communicatiewaarde;
- het aantal nieuwberichten over energie in huis en duurzame energie in (online) media was 1.500, met een gezamenlijke **advertentiewaarde van 6 miljoen euro**;
- het aantal samenwerkingspartners was **20**.

En dan hebben we het nog niet over het bereik via sociale media, en de thematische websites als Verbeterjehuis.nl en energielabel.nl.

Met een relatief klein team wordt veel werk verzet om mensen te inspireren, motiveren en in staat te stellen tot energiebesparing en verduurzaming van de woning.

*Puk van Meegeren, programmamanager*

*Ika van de Pas, directeur*

30-3-2022

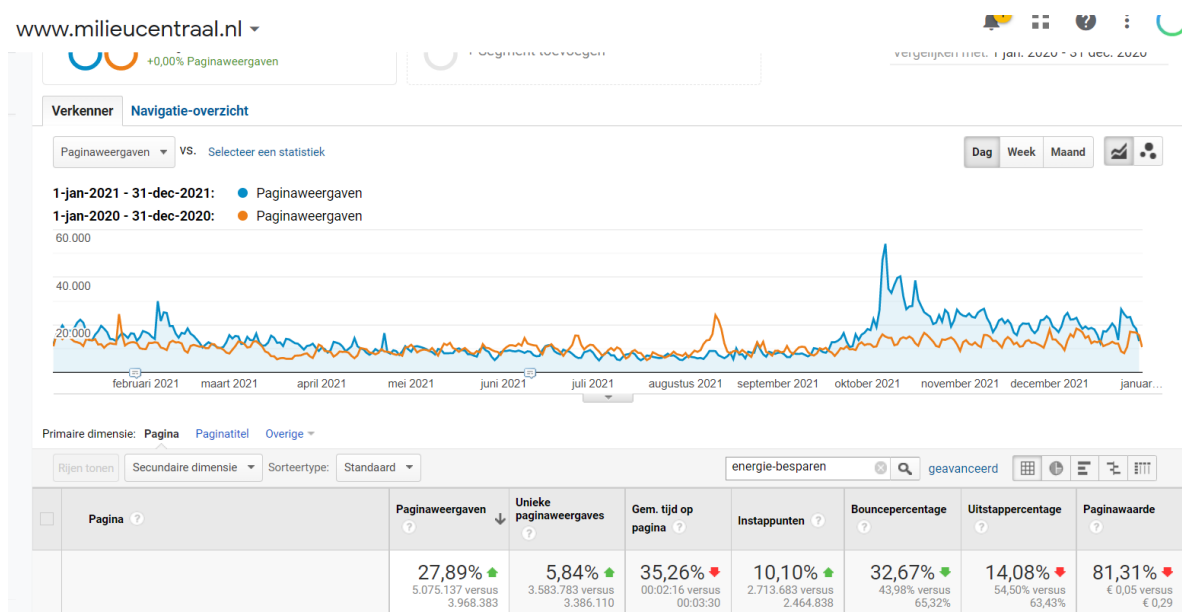
## 0. Samenvatting

Energie in huis is een kernthema voor Milieu Centraal. De middelen voor dit kernthema worden grotendeels ingezet op de brede gidsfunctie van Milieu Centraal (70 procent). De reden is dat Milieu Centraal met haar onafhankelijke informatie over het verduurzamen van de eigen woning en tips om energie te besparen in Nederland een belangrijke rol speelt in de fase van eerste oriëntatie op mogelijkheden en de fase van verdiepende kennis voor het maken keuzes en volgende stappen. Er ligt dus in het programma minder nadruk op campagnematige activiteiten, al is Milieu Centraal wel nauw betrokken bij de campagnes activiteiten van BZK.

Inhoudelijk ligt de focus op het energiezuinig en (stap voor stap) aardgasvrij maken van woningen: isolatie, ventilatie, verwarming, warm water, zonnepanelen, subsidies en financiering. Maar ook praktische tips om zonder investering energie te besparen staan in de belangstelling van woonconsumenten. Op de milieucentraal.nl staan ruim 100 specifieke onderwerpen over energie in huis, en een tiental advies-op-maat modules.

Door een goede vindbaarheid via zoekmachines komen de energie-onderwerpen van milieucentraal.nl regelmatig onder de aandacht van de informatiezoekende consumenten. Het aantal pageviews ‘energie in huis’ was in 2021 ruim **5 miljoen pageviews**, een stijging van zo’n 25%. De hoge energieprijzen vanaf oktober 2021 hebben geleid tot een grote stijging van het aantal pageviews (zie afbeelding). De bezoekers komen uit allerlei waardensegmenten, energie besparen leeft breed.

### Pageviews onderwerpen ‘energiebesparing en verduurzaming huis’ 2021 vs 2020



Milieu Centraal wordt door de overheid gezien als een **belangrijke partner** voor communicatie over verduurzamen van woningen en als een expert op dat vlak. Zo betreft BZK Milieu Centraal bij de communicatie over het nieuwe energielabel voor woningen, de communicatie over streefwaarden voor isolatie en de publiekscampagne over woningisolatie. EZK betreft Milieu Centraal bij de communicatie over de onderwerpen ‘(afbouw) saldering zonnestroom’, ‘rekentool energierekening’ en ‘energielabel apparaten’. Een omvangrijke samenwerking is Verbeterjehuis.nl.

De applicatie vervult sinds 2020 de functie van hét landelijk platform voor huiseigenaren over het verduurzamen van woningen, met oriënterende informatie over verduurzamingsmaatregelen, een verbetercheck van je huis en een energiesubsidiewijzer. In augustus 2021 is een publiek-private samenwerking gestart voor de ontwikkeling van aanvullende functionaliteiten gestart, zoals een uitgebreide 3D-keuzehulp en offertemodule gestart. Verbeterjehuis.nl is ook de landingsite voor de isolatiecampagne van het rijk, en trok in 2021 bijna 1 miljoen bezoeken.

Milieu Centraal staat in het professionele veld (journalisten, overheden, bedrijven, maatschappelijke organisaties) goed bekend als samenwerkingspartner voor betrouwbare informatie. In 2021 heeft Milieu Centraal aan zo'n **1.500 berichten** in diverse media over 'energie-in-huis en duurzame energie' meegewerkt, met een totale **advertentiewaarde 6 miljoen euro**. Voorts is er (meerjarige) samenwerking met zo'n **20 partners**, bijvoorbeeld Greenchoice, Essent, Volksbank, Hypotheekshop, Independer, Consumentenbond en Natuur en Milieu.

Naast gids voor consumenten, vraagbaak voor journalisten en partner voor gevalideerde content is Milieu Centraal ook initiator van projecten gericht op specifieke doelgroepen en thema's. In 2021 waren dat onder meer:

- Het Milieu Centraal Duurzaam Droomhuis, als hart van de consumentenbeurs Huis en Energie;
- De isolatiezelfscan;
- De verwarmingstest (check of je huis geschikt is om met lage temperatuur te verwarmen)
- Houd je huis in de zomer op een energiezuinige manier koel;
- Visualisering van trends (bijvoorbeeld groei aantal zonnepanelen op daken van huishoudens);
- Onderzoek naar ervaringen met warmtepompen in de praktijk.

## 1. Realisatie kwantitatieve doelen van het programma

De kwantitatieve doelen worden grotendeels gehaald. Daarbij zijn de resultaten voor aantal pageviews op milieucentraal.nl, advertentiewaarde van mediabereik, en aantal samenwerkingspartners behoorlijk boven de doelstelling.

Doelomschrijving	Doel 2021	Realisatie 2021
Aantal pageviews dat gerealiseerd wordt met onderwerpen over energie in huis op de website <a href="http://www.milieucentraal.nl">www.milieucentraal.nl</a>	4,0 miljoen pageviews	5 miljoen pageviews
De advertentiewaarde die Milieu Centraal realiseert met <i>free publicity</i> voor het onderwerp energiebesparing en duurzame energie.	3 miljoen euro	6 miljoen euro
Het aantal keer dat Milieu Centraal op radio en/of TV per jaar te zien en te beluisteren is met onderwerpen over energiebesparing en duurzame energie.	30 keer	30 keer
Het aantal 'organisatie-likes' op Facebook.	40.000 likes	38.000 likes
Het totale sociale bereik via Facebook (alle thema's, milieu en energie).	20 miljoen vertoningen	37 miljoen vertoningen
Het aantal volgers op Twitter.	20.000 volgers	20.000 volgers
Het totale sociale bereik via Twitter (alle thema's, milieu en energie).	1,0 miljoen vertoningen *)	0,4 miljoen vertoningen
Aantal volgers op Instagram	15.000 volgers	17.000 volgers
Het aantal samenwerkingen dat Milieu Centraal realiseert als contentpartner voor bedrijven of maatschappelijke organisaties (los van de regionale energieloketten).	15 partners	20 partners

\*) Twitter krijgt meer en meer het karakter van een kanaal voor professionals in plaats van een consumentenkanaal.

### Kwantitatieve doel specifieke applicaties

De kwantitatieve doelen voor de specifieke applicaties worden gehaald. Daarbij zijn de resultaten voor het aantal pageviews op energielabel.nl behoorlijk boven de doelstelling.

Specifieke applicatie	Doel 2021 Aantal bezoeken	Realisatie 2021 Aantal bezoeken
Energielabel.nl (inclusief zoekjeenergielabel.nl) *)	1.200.000	1.384.000
Verbeterjehuis.nl **)	800.000	753.000
Energieverbruiksmanagers.nl ***)	200.000	216.000
Advies op maat Energiebesparend wonen (alle modules)	300.000	369.000

\*) Het hoge aantal bezoeken (sessies) is te verklaren door de integratie van zoekjeenergielabel.nl in de website energielabel.nl. Ongeveer de helft van de traffic heeft te maken met zoekjeenergielabel.nl.

\*\*) Sinds 1-2-2020 is de Energiesubsidiewijzer.nl onderdeel van Verbeterjehuis.nl. Hierdoor telt het aantal bezoeken aan de Energiesubsidiewijzer mee in Verbeterjehuis. In 2019 trok de Energiesubsidiewijzer 435.000 bezoeken.

Voor de realisatie van het doel van 800.000 bezoeken aan Verbeterjehuis.nl is Milieu Centraal mede afhankelijk van communicatieve inspanningen van de Rijksoverheid.

\*\*\*) De marketing verloopt voor een deel via de communicatie van de netbeheerders, waar Milieu Centraal zelf weinig invloed op heeft.



## 2. De kerntaak: vraagbaak, publiciteit en contentservice

De kerntaak omvat zo'n 70 procent van het budget en heeft de volgende onderdelen:

- Gevalideerde kennis over energie in huis
- Monitor eigenwoningbezitters en verduurzaming
- Gids voor woonconsumenten: milieucentraal.nl/energie
- Vergroten van de online vindbaarheid
- Vragen van bezoekers beantwoorden
- Advies op maat energie in huis
- Mediaservice
- Sociale media en nieuwsbrief
- De omgeving van de consument: eenduidige content

### 2.1 Gevalideerde kennis over energiebesparing in huis

De kennisbasis is de bron voor alle informatie-uitingen van Milieu Centraal, en wordt gebruikt bij projecten, de website, Advies op maat, sociale media, contentservice en de beantwoording van mediavragen.

#### *Het fundament voor betrouwbare tips en adviezen*

Milieu Centraal ontleent haar onafhankelijke en betrouwbare status aan een uitgebreid en zorgvuldig proces van kennisontwikkeling en beheer. Het bijwerken en waar nodig uitbreiden van informatie vindt gedurende het hele jaar plaats en vormt een aanzienlijke taak.

#### *Onderdelen 'energiebesparend wonen' van de kennisbasis*

<b>Energiezuinig en duurzaam huis</b>
Woningisolatie: dak, gevel, vloer, isolatieglas, isolerende kozijnen en deuren, naad en kierdichting
Woningisolatie: isolatiematerialen
Woningisolatie: naad en kierdichting
Binnenmilieu, (energiezuinig) ventileren, warmteterugwinning
Koel houden van de woning
Aanschaf installaties voor verwarming en warm water (zoals hybride en volledige warmtepomp, zonneboiler, douche-wtw, IR-panelen, pelletkachel en biomassaketel, LTV radiatoren en vloerverwarming)
Warmtenetten
Zonnepanelen
Energie neutraal wonen
Aardgasvrij wonen
Energieverbruiksmanagers en slimme thermostaten
Energielabel woningen en (maatwerk)advies energiebesparing
Financiering van energiebesparende maatregelen
No-regret maatregelen bij een verbouwing
<b>Snelle bespaartips verwarmen en warm water</b>
Verwarming: instellingen, klokthermostaat, radiatorknoppen, radiatorfolie, onderhoud
Zuinig gebruik verwarmingssystemen (alle aspecten)
Zuinig gebruik warm water (alle aspecten)
<b>Zuinige apparaten en verlichting</b>
Verlichting
Huishoudelijke apparaten en electronica: aankoop en zuinig gebruik
<b>Energieverbruik in huis</b>

Gemiddeld energieverbruik Energieverbruik vergelijken met andere huishoudens Gebruik energie per functie Energieprijzen, vastrechten CO2 – factoren gas, stroom, warmte, houtpellets
--

## 2.2 Monitor eigenwoningbezitters en verduurzaming

Kennis over de doelgroep en kennis van interventiestrategieën vormen de hoekstenen van effectieve communicatie en beleid.

*Je kunt doelgroepen raken als je weet waar ze zich mee bezig houden*

### *Monitor Eigenwoningbezitters en Verduurzaming*

In 2021 zou Milieu Centraal starten met een eigen empirische studie, breed over alle aspecten van verduurzaming van de woning, naar:

- mate waarin doelgroep gewenst gedrag toepast;
- wie het wel doen en wie niet (segmentering);
- inzicht in drijfveren en belemmeringen (waarom wel of waarom niet; waarover bestaan veel misverstanden of twijfels).

Echter, in 2021 zijn er meerdere studies op dit vlak verschenen. Daarom is besloten dat het relevanter is om een 'metastudie' te doen, met als doel om een handzaam overzicht te maken van de belangrijkste inzichten. Deze studie is in 2022 gestart. Tevens is besloten om de eigen studies te richten op een bepaalde verduurzamingsopties, en dan meer de diepte in te gaan. Zo is Milieu Centraal aanvullend bezig op wat andere organisaties doen aan onderzoek.

### *Ervaringen met een warmtepomp*

In 2021 is als onderwerp voor een verdiepende studie de warmtepomp gekozen, met als focus de vraag hoe bezitters van een warmtepomp dit apparaat ervaren.

De meeste mensen met een warmtepomp in huis zijn hier tevreden over. De warmtepomp krijgt gemiddeld een acht als rapportcijfer. Slechts 5 procent geeft een onvoldoende. De warmtepomp heeft de afgelopen jaren de nodige negatieve publiciteit gekregen, bijvoorbeeld over een gebrek aan warmtecomfort of over geluidsoverlast. Deze berichten waren altijd gebaseerd op individuele ervaringen. Voor Milieu Centraal was dit de reden om nu eens grootschalig de mate van tevredenheid over warmtepompen te onderzoeken. De hoge waardering in de praktijk is een steun in de rug voor mensen die overwegen een warmtepomp te kopen.

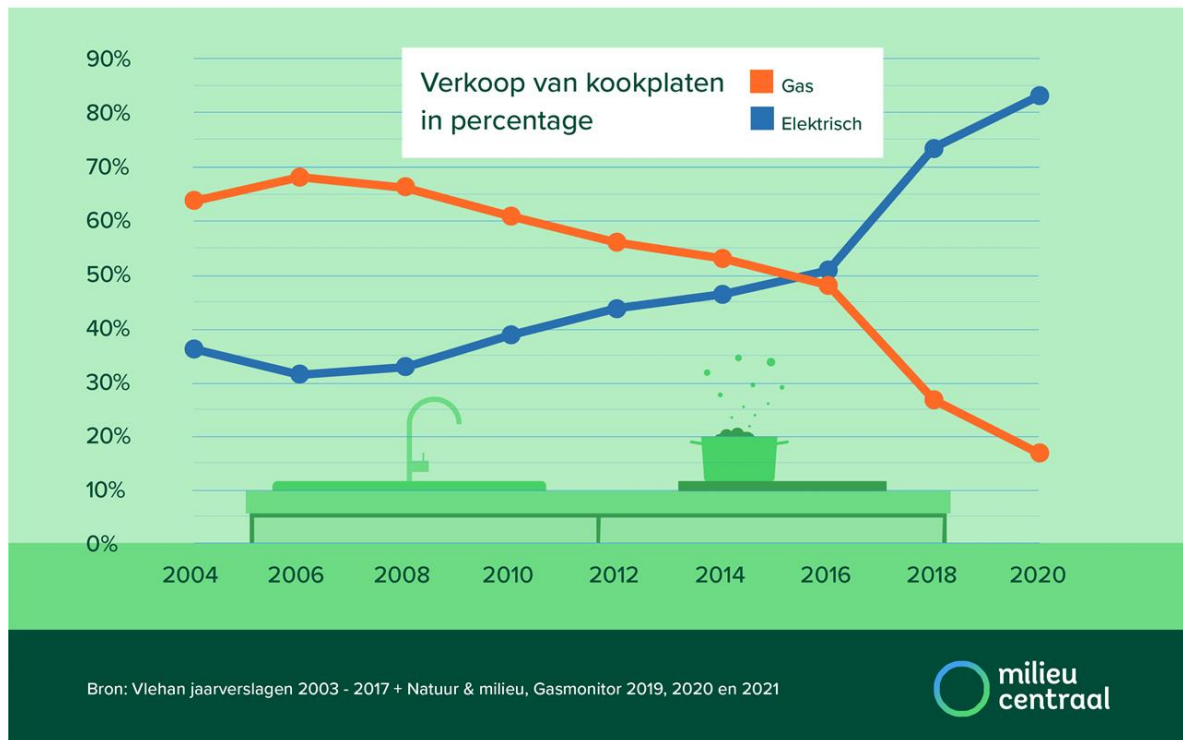
Het onderzoek heeft de nodige publiciteit opgeleverd, en is met enige regelmaat opgevraagd door andere organisaties.

### *Trends*

Milieu Centraal heeft op een paar belangrijke onderwerpen bestaande databronnen ontsloten over de mate waarin energiemaatregelen worden toegepast, en de ontwikkeling daarvan in de tijd. Dit is van belang voor communicatie (laten zien dat de verduurzaming op gang komt) en voor beleid (waar gaat het snel en waar gaat het minder snel). Hiervan zijn visuals gemaakt.

Voorbeeld:

## NEDERLAND STARTT OVER OP ELEKTRISCH KOKEN



### Consumer Insights

'Consumer Insights' zijn handzame documenten per verduurzamingsmaatregel. Deze worden gebruikt voor de invulling van activiteiten van Milieu Centraal, en voor het vervullen van een raadgeversrol aan andere partijen in het netwerk. Zo zijn er met EZK voor de campagne 'Iedereen doet wat' verschillende 'Consumer insights' gedeeld.

### 2.3 Milieucentraal.nl: de praktische gids

De website [www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl) is ingericht als vraagbaak voor een brede groep consumenten. Het thema 'energie besparen' is uitgewerkt in meer dan 100 deelonderwerpen. Zie voor een overzicht [www.milieucentraal.nl/energiebesparen](http://www.milieucentraal.nl/energiebesparen). In dit project staat het contentbeheer centraal.

*Per dag zo'n 8.000 bezoeken voor praktische tips en adviezen over energiebesparing en verduurzaming*

### Doelstellingen en resultaat

**Doel:** Op de website [www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl) zullen in 2021 4 miljoen pageviews gerealiseerd worden met onderwerpen over energiebesparend wonen.

**Resultaat:** Het aantal pageviews ‘energiebesparing – verduurzaming woning’ was in 2021 **ruim 5 miljoen paginaweergaven**. In 2020 was het ongeveer 4 miljoen.

### Top 20

De meeste bezoekers komen voor informatie over de ‘grote’ energiemaatregelen: isolatie, installaties voor verwarming en warm water, ventilatie en zonnepanelen. Maar ook de bespaartips verwarming doen het goed.

Top 20	Pagina adres	Paginaweergaven
1	/energie-besparen/inzicht-in-je-energierekening/gemiddeld-energieverbruik/	267699
2	/energie-besparen/zonnepanelen/btw-op-zonnepanelen-terugvragen/	199630
3	/energie-besparen/duurzaam-verwarmen-en-koelen/bespaartips-verwarming/	158152
4	/energie-besparen/zonnepanelen/salderingsregeling-voor-zonnepanelen/	143956
5	/energie-besparen/isoleren-en-besparen/dubbel-glas-hr-glas-en-triple-glas/	141892
6	/energie-besparen/inzicht-in-je-energierekening/energierekening/	140441
7	/energie-besparen/duurzaam-verwarmen-en-koelen/warmtepomp-duurzaam-elektrisch-verwarmen/	138502
8	/energie-besparen/zonnepanelen/kosten-en-opbrengst-zonnepanelen/	118104
9	/energie-besparen/duurzaam-verwarmen-en-koelen/hybride-warmtepomp/	117102
10	/energie-besparen/inzicht-in-je-energierekening/energiebelasting-2022/	115231
11	/energie-besparen/zonnepanelen/energieopslag-thuis-zonnestroom/	107934
12	/energie-besparen/duurzaam-verwarmen-en-koelen/volledige-warmtepomp/	105561
13	/energie-besparen/ventilatie/ventilatie-met-mechanische-afvoer/	93083
14	/energie-besparen/energiesubsidies-en-leningen/subsidie-warmtepomp/	92373
15	/energie-besparen/apparaten-in-huis/grote-energieslurpers/	89673
16	/energie-besparen/energiesubsidies-en-leningen/subsidie-voor-isolatie/	89504
17	/energie-besparen/isoleren-en-besparen/isolerende-raamfolie/	89482
18	/energie-besparen/	83638
19	/energie-besparen/isoleren-en-besparen/zelf-dak-isoleren/	83611
20	/energie-besparen/duurzaam-verwarmen-en-koelen/infraroodpanelen-voor-verwarming/	78960

### Investeren in vertoningen

Steeds meer consumenten vinden informatie van Milieu Centraal ook al direct in Google, zonder de site te hoeven bezoeken. Dat kan doordat de zoekmachine stukken content van webpagina’s alvast laat zien. Denk aan een afbeelding, video of een aantal tips. Net als de hoge positie van een pagina in Google is het goed om met content van een pagina prominent zichtbaar te zijn tussen de resultaten. Dat is deels te stimuleren door content op een voor de zoekmachines makkelijk te scannen manier aan te bieden. In 2021 is op sommige webpagina’s een vraag/antwoord blok geplaatst dat ook direct zichtbaar is in de zoekresultaten.

<https://www.milieucentraal.nl> › energie-besparen › besp... ▼

## Bespaartips verwarming | Milieu Centraal

Neem regelmatig stof van de radiatoren af met een vochtige doek. · Zorg voor goede ventilatie van je huis. · Zet de temperatuur van een gas- of cv-boiler lager om ...



Als ik 's nachts de verwarming op 15 graden zet, kost het toch veel energie om het huis op te warmen? ▼

Mijn huis is slecht geïsoleerd. Is het niet beter om de verwarming 's nachts helemaal uit te zetten? ▼

## 2.4 Vergroten van de online vindbaarheid

Doel van dit onderdeel van het Kaderprogramma is dat woonconsumenten die om een of andere reden interesse hebben in energiebesparing en duurzame technieken, en vanuit die belangstelling actief op zoek gaan naar informatie, terecht komen op een webpagina met heldere en betrouwbare informatie: een pagina van [www.milieucentraal.nl](http://www.milieucentraal.nl).

*Voor mensen die informatie zoeken is google.nl de belangrijkste website: dáár moet je te vinden zijn*

Om te zorgen dat de energiepagina's goed gevonden (blijven) worden via Google, doen we regelmatig een zoekwoordonderzoek. Daarvoor gebruiken we verschillende tools, o.a. Ahrefs en de search console en zoekwoordplanner van Google. Met dit onderzoek krijgen we inzicht in de vragen die consumenten hebben en de woorden waar ze op zoeken. Deze woorden en vragen verwerken we vervolgens op de juiste plekken in de tekst. Naast dit 'eigen' onderzoek hebben we 3 of 4 keer per jaar een bijeenkomst of workshop met een SEO-expert met bijvoorbeeld uitleg over hoe we de tools zo goed mogelijk gebruiken en die ons bijpraat over de laatste inzichten. Zo'n sessie duurt meestal 3 uur. De SEO-expert voert op ons verzoek ook uitgebreidere zoekwoordonderzoeken uit.

### SEA

Ook Search Engine Advertisement (SEA) maakt onderdeel uit van dit project. Milieu Centraal krijgt als 'goed doel' onder voorwaarden gratis budget van Google ter waarde van ongeveer 100.000 euro.

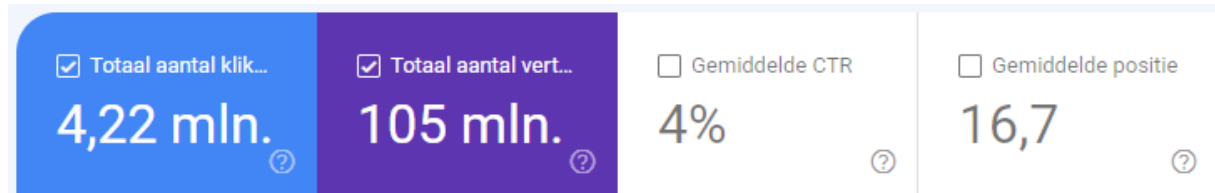
### Milieu Centraal in Google: resultaten

Mensen die via google meer willen weten over onderwerpen zoals woningisolatie, zonnepanelen en warmtepompen komen Milieu Centraal vaak als 1 van de eerste zoekresultaten tegen. De pagina's van milieucentraal scoren hoog (plek 0, 1, 2 of 3) voor honderden zoekopdrachten rondom milieu en energie.

In 2021 kwam de website van Milieu Centraal 105 miljoen keer in beeld en dat zorgde voor 4,22 miljoen kliks. Het aantal vertoningen in Google lag in 2020 met 89,5 miljoen een stuk lager. Maar

het aantal kliks naar de site nam af van 4,62 miljoen in 2020 naar 4,22 miljoen. De gemiddelde CTR (verhouding tussen het aantal vertoningen en kliks - Click Through Rate) daalde van 5,2% naar 4%.

## 2021



## 2.5 Vragen van bezoekers beantwoorden

Als praktische gids over duurzaam leven verwachten mensen dat ze bij Milieu Centraal ook zelf vragen kunnen stellen. Om dit haalbaar te maken voor zowel consument als medewerker bij Milieu Centraal, is er in 2021 een online helpdesk opgezet. Binnen het programma 'Trenco' wordt er door een helpdeskteam met elkaar samengewerkt om alle berichten goed en snel te beantwoorden.

Milieu Centraal beantwoordt vragen van consumenten over energiebesparing die binnenkomen via:

- Milieucentraal.nl
- Wij-isoleren.nl (overzicht van isolatiebedrijven)
- Verbeterjehuis.nl (reken- en adviestool woningverduurzaming)
- Mailadres [info@milieucentraal.nl](mailto:info@milieucentraal.nl)

Communicatieadviseurs en onderzoekers hebben in 2021 ongeveer 1000 vragen beantwoord. Een antwoord kost gemiddeld (met eventuele inschakeling van een onderzoeker) 15 minuten. Consumenten blijken deze persoonlijke dienstverlening te waarderen, blijkens de vele bedankmailtjes die we terugkrijgen.

De vragen per mail vormen een inspiratie voor het opstellen van veelgestelde vragen voor milieucentraal.nl.

## 2.6 Advies op maat

Advies op maat modules helpen de huizenbezitters met informatie die gericht is op hun persoonlijke situatie. Ze krijgen advies welke isolatievorm of installatietechniek geschikt is voor hun woonsituatie met een schatting van kosten en besparingen

### *Bereik: doelstelling en resultaat*

De doelstelling is jaarlijks 300.000 keer een Advies-op-maat module 'energie' starten. Het resultaat is **369.000** keer. Hieronder staat een overzicht per module.

Module	Aantal keer gestart
/Vergelijk_mijn_energiegebruik/open	59818
/Warmtepomp/open	44365
/CO2-voetafdruk/open	41760
/Zonnepanelen/open	41361
/Check_je_isolatie/open	40236
/Bespaartest/open	25513
/Energiebelastingen_2022/open	24477
/vloerisolatie/open	15588
/Ventileren/open	13648
/Energierkening/open	12807
/Dakisolatie/open	12383
/Zonneboiler/open	8059
/Energiebelastingen_2021/open	7503
/Isolatieglas/open	6767
/CV-ketel_vervangen/open	5567
/Gevelisolatie/open	4877
/Douche_wtw/open	1975
/50gradientest/open	1931
<b>Totaal</b>	<b>368635</b>

## 2.7 Mediaservice

Bij mediaservice gaat het om het beantwoorden van vragen van journalisten en het actief benaderen van media.

*Aandacht in media draagt bij aan een gevoel van urgentie, brengt mensen op ideeën en biedt nuttige informatie*

### *Uitzonderlijk jaar voor thema energiebesparing*

De doelstelling voor de gerealiseerde advertentiewaarde van nieuwsberichten in media voor het onderwerp 'energiebesparing en duurzame energie' is 3 miljoen euro. In 2021 is de gerealiseerde advertentiewaarde **6 miljoen euro** en zit daarmee ver boven de doelstelling. In 2020 was het 5,5 miljoen.

In samenwerking met Milieu Centraal verschenen er in 2021 in kranten, magazines, online media en TV over het thema energie in huis maar liefst **1.330 nieuwsberichten** en over duurzame energie **206 nieuwsberichten**. In 2020 waren dat over het thema energie in huis 526 nieuwsberichten en over duurzame energie 319 nieuwsberichten.

Een grote piek is te zien in het najaar van 2021 toen er veel te doen was rondom de energieprijzen en de aandacht voor het besparen van energie (met name gas) enorm groot was.

## Resultaten: radio en TV

De doelstelling was 20 keer meewerken aan radio of TV uitzendingen. Milieu Centraal werkte in 2021 mee aan **30 Radio en TV items** over energiebesparing en duurzame energie. In 2020 waren dat er 37.

## Voorbeelden



### Is het slim om de verwarming 's nachts uit te zetten of is een constante temperatuur juist beter?

De kans is groot dat je 's nachts de verwarming altijd lager of zelfs helemaal uitzet. Dat is niet alleen goed voor het milieu, maar daarmee bespaar je ook 18:06

**Duurzaam wonen** • De meeste huiseigenaren nemen geen isolatie of zonnepanelen, al kriebelt het bij velen wel. Het zijn vooral praktische bezwaren die zorgen voor uitstelgedrag.

## Keuzestress slaat toe bij verduurzamen huizen

**Frank Straver**

redactie duurzaamheid&natuur

Er viel een brief bij haar op de mat. 'Neem muurisolatie, schrijf u snel in', Linda Steg, hoogleraar omgevingspsychologie, had er wel oren naar. Ze meldde zich aan, bij het installatiebedrijf dat de brief in haar wijk had rondgestuurd. 'Ik tekende erbij aan dat mijn huis ouder is, zonder spouwmuur.' Die specificatie paste blijkbaar niet in het aanbod van het bouwbedrijf. 'Nooit meer iets van gehoord', zegt Steg. 'Apsat, toch?'

Dat was zo'n typisch afhaakmoment, waarin de groene woonplan-

Om een woning flink te verduurzamen is vaak een verbouwing nodig, waarbij de vloeren opengaan of een isolatiebedrijf aenlang staat te boren in de muur. Uitsstelgedrag ligt dan op de loer. 'Bewoners denken: dat komt wel, als we een keer gaan klussen. Of als we verhuizen, slin gaan we verduurzamen.'

Menig huiseigenaar heeft een prikkel nodig om door te pakken met verduurzaming, aldus het SCP. Dat zet je van buitenaf kan het beste van een andere bewoner komen, zegt Steg. 'Mensen laten zich het snelst verleiden tot duurzaam gedrag door iemand die op hen lijkt.'

Ondersteun als eerste de woningen met de laagste isolatiegraad en de bewoners met een kleine beurs, adviseerde het SCP aan het Rijk. Bij slecht geïsoleerde huizen, bijvoorbeeld in oude arbeiderswijken, is relatief makkelijk klimaatwinst te behalen en zijn bewoners gebaat bij lagere energielasten.

'De overheid kijkt nog te vaak naar gemiddelde of nieuwe huizen om in proefprojecten duurzaam te maken', beaamt Steg. Dat is makkelijk, omdat het identieke huizen zijn. 'Maar om iedereen mee te krijgen naar het doel van aardgasvrij wonen, moet de aandacht uitgaan naar de complexere wijken waar elk huis

## Hybride warmtepompen goede oplossing voor warmte in huis





## Apparaten hebben vanaf vandaag een nieuw energielabel

NPO 1 - NOS Journaal TV 1 March 2021, 07:07 1 min



12 november 2021 16:39  
Laatste update: 12 november 2021 17:04

188 NUijj-reacties



**Nederlanders zijn massaal hun huis aan het verduurzamen nu de gasprijs zo hoog is. De vraag naar duurzame energieoplossingen is in de eerste weken van oktober meer dan verdubbeld.**

Dat blijkt uit een enquête onder leden van de Nederlandse Vereniging Duurzame Energie (NVDE), Holland Solar, Vereniging Warmtepompen en Branchevereniging Bodemenergie. Nadat duidelijk was geworden dat huishoudens soms wel honderden euro's per maand meer voor gas en stroom gaan betalen, bestelden huiseigenaren in groten getale warmtepompen, woningisolatie, zonneboilers en zonnepanelen.

## Zo ga je om met vrieskou: dertien tips

Kees-Jan Oskam

De lage temperaturen van deze week zorgen voor sneeuwpret, maar leiden ook tot praktische problemen. Nederland is deze kou ontwend. Dertien tips om ermee om te gaan.

### In de werk-/studeerkamer

In een tijd waarin we bijna allemaal thuiswerken, brengen we veel tijd door op onze werk-/studeerkamer. Stichting Milieu Centraal geeft vier tips om die duurzaam te verwarmen.

- Verwarm je stoel. Dit kun je doen door een elektrische deken op je stoel te leggen. Zo verwarm je jezelf, maar niet onnodig de

- Voer tuinvogels bij. Het op peil houden van hun lichaamstemperatuur in de winter vergt veel van vogels. Het beste kun je ze bijvoeren met vetbollen en pinda's. Dit geeft ze veel energie. Ook kunnen vogels vaak moeilijk aan water komen in de winter. Bied ze daarom water aan.

### Op de weg

Ervaar de kou op de weg anders

- Zet je auto niet op de handrem. Als het vriest, kun je de auto het beste in de eerste versnelling of in zijn achteruit zetten. Anders kan de handrem vastvriezen. Is de handrem toch vastgevroren, laat dan de motor draaien. Dan komt de handrem vanzelf los. Een elektronische handrem vriest vrijwel nooit vast.

ANP

## 'Minstens één airco bij 1 op 5 huishoudens'

### ► UTRECHT

De airco wint terrein nu het steeds vaker tropisch heet wordt in Nederland. In één op de vijf huishoudens (19 procent) is nu minstens één airco aanwezig.

Dat blijkt uit onderzoek in opdracht van voorlichtingsorganisatie Milieu Centraal, uitgevoerd door Motivaction onder ruim duizend mensen. Van de mensen met een airco bezit ruim de helft (56 procent) verplaatsbare, mobiele apparaten. De rest

heeft een vaste airco aan de muur hangen. Een grote meerderheid van Nederlanders verkiest andere methodes om de hitte buitenshuis te houden, zoals zonwering aan de buitenkant of dichte gordijnen. Van de ondervraagden verwacht 77 procent deze zomer overdag ramen en deuren zo veel mogelijk dicht te houden. Binnen de grote groep die geen airco wil, is het hoge energieverbruik voor 45 procent de reden om er geen aan te schaffen. <

## Geen grote verbouwingen nodig om energie te besparen

 RTL 4 - Editie NL  TV  16 October 2021, 18:28  2 min



## 2.8 Sociale media en nieuwsbrieven

Milieu Centraal investeert flink in het benutten van sociale media om consumenten te bereiken. Het is een laagdrempelige manier om vragen te beantwoorden die zichtbaar zijn voor iedereen, waardoor je meer mensen bereikt dan de vragensteller alleen. Het aantal volgers van Milieu Centraal op sociale media blijft groeien, mede door ondersteuning van betaalde promotie van inhoudelijke berichten. Milieu Centraal kan ook opvallen door in te haken op actuele gebeurtenissen.

Op sociale media draait het steeds meer om creatieve (beeldende) content. Milieu Centraal heeft sinds een jaar beschikking over een eigen vormgever om in deze trend mee te kunnen gaan. Steeds vaker zet Milieu Centraal video in: de gemiddelde mediagebruiker kijkt liever een video dan tekst te lezen. Milieu Centraal speelt daarop in door uitleg-video's en verrassende animatievideo's te maken. Die video's zijn geschikt voor Facebook, maar door ze in verschillende formaten te maken kunnen ze ook via andere kanalen (als Instagram en YouTube) verspreid en gepromoot worden.

Ook is Milieu Centraal actief met het betaald promoten van berichten, om zo het bereik te vergroten. Het bereik is dan minder afhankelijk van 'organisatie-likes' en volgers. Facebook heeft tal van mogelijkheden om de promotie te richten op speciale doelgroepen. Bij het promoten wordt klein begonnen, en als de promotie aanslaat dat wordt groter ingezet. Zo is er vaak een groot bereik te realiseren tegen relatief lage kosten.

### Bereik sociale media

De monitoring van Twitter, Facebook en Instagram laat geen themagerichte analyse toe. Onderstaande resultaten hebben betrekking op **alle thema's van Milieu Centraal**.

Doelomschrijving	Doel 2021	Realisatie 2021
Het aantal 'organisatie-likes' op Facebook.	40.000 likes	38.000 likes
Het totale sociale bereik via Facebook (alle thema's, milieu en energie).	20 miljoen vertoningen	37 miljoen vertoningen
Het aantal volgers op Twitter.	20.000 volgers	20.000 volgers
Het totale sociale bereik via Twitter (alle thema's, milieu en energie).	1,0 miljoen vertoningen *)	0,4 miljoen vertoningen
Aantal volgers op Instagram	15.000 volgers	17.000 volgers

\*) Twitter krijgt meer en meer het karakter van een kanaal voor professionals in plaats van een consumentenkanaal.

### Nieuwsbrief consumenten

Milieu Centraal stuurt een e-mailniewsbrief naar consumenten. Het aantal abonnees groeide licht van 12.000 in 2019 naar 13.000 in 2020. De nieuwsbrief verscheen in 2020 zeven maal. Het percentage e-mails dat door de geadresseerden geopend wordt, ligt gemiddeld op 43%, dat is een goede openingsrate.

## 2.9 De omgeving van de consument: eenduidige content

De onafhankelijke positie is de reden dat veel partijen gebruik willen maken van de informatie van Milieu Centraal. Milieu Centraal ziet samenwerking met andere organisaties als een uitgelezen

kans om consumenten te bereiken. Door de gevalideerde informatie van Milieu Centraal te delen, worden kanalen van een samenwerkingspartner benut en wordt de eenduidigheid van informatie vergroot.

## *Tips en adviezen van Milieu Centraal in kanalen van bedrijven en andere organisaties vergroten het bereik én de eenduidigheid van informatie*

### *Betalende bedrijven*

De contentservice voor bedrijven wordt deels betaald door de afnemende bedrijven zelf. Op dit moment zijn energiebedrijven, netbeheerders en banken goed vertegenwoordigd als samenwerkingspartner van Milieu Centraal. De bijdrage vanuit het kaderprogramma betreft de verkennende contacten in de voorbereiding van een mogelijke samenwerking.

### *Co-productie*

Bij branchebrede initiatieven en individuele bedrijven is er soms sprake van een co-productie. De branche of het bedrijf brengt middelen in, en Milieu Centraal ook, vanuit het kaderprogramma.

In 2021 is op deze manier samengewerkt met:

- Doe-het-zelf, doe het duurzaam
- Nationale Isolatie weken
- PostNL verhuisservice
- Pluimers Isolatiekrant

### *Maatschappelijke organisaties*

Voor maatschappelijke organisaties is het betalen voor content vaak een brug te ver. Ze ervaren het meer als een vorm van samenwerking, waar Milieu Centraal ook wat aan heeft: aandacht voor de boodschap en een doorverwijzing naar milieucentraal.nl. Daarom voorziet het Kaderprogramma een onderdeel voor contentservice voor maatschappelijke organisaties. In 2021 is samengewerkt met Nibud, Woonbond, 52 weken duurzaam, en Espria Ledenvereniging.

## 4. Projecten in relatie met Klimaatakkoord

Het Klimaatakkoord, met name het onderdeel 'Gebouwde omgeving', is een belangrijk kader voor dit programma. Milieu Centraal heeft met een aantal projecten bijdragen aan de uitvoering:

- Digitaal platform Verbeterjehuis.nl
- Ondersteuning regionale en lokale energieloketten
- Communicatie standaard en streefwaarden isolatie
- Communicatie energielabel woningen (oa energielabel.nl)
- Communicatie over financiering energiemaatregelen
- Bijdrage aan koepelcampagne Iedereen doet wat – thema's BZK
- Wijkaanpak: bijdrage aan de bewonerscommunicatie in aardgasvrije wijken

Het project 'Landelijk Platform Verbeterjehuis.nl' is binnen het kaderprogramma Energie in huis een groot project, waar Milieu Centraal veel uren en budget aan besteedt. Het project wordt in nauwe samenwerking met BZK uitgevoerd.

### 4.1 Landelijk platform Verbeterjehuis.nl

In het Klimaatakkoord zijn afspraken gemaakt over het lanceren van *een landelijk digitaal platform* per 1-1-2020 ter ontzorging van individuele huiseigenaren die aan de slag gaan met het verduurzamen van hun woning. Als startpunt van de ontwikkeling van het platform is de bestaande website [www.verbeterjehuis.nl](http://www.verbeterjehuis.nl) gekozen, die Milieu Centraal al sinds 2010 beheert.

#### Terugblik

In 2019 heeft Milieu Centraal in nauwe samenwerking met BZK actief meegedacht (via gesprekken, notities, deelname aan meetings en workshops) over doelen en opzet van het landelijk platform. In juni 2019 viel het besluit dat Milieu Centraal de trekker 'modules 1, 2a en 3' van het platform. Dit zijn de modules Informatievoorziening (voorheen Energiebesparendoejenu.nl), quick scan Verbetercheck (voorheen alleen de kern van Verbeterjehuis.nl) en het overzicht van subsidies (voorheen Energiesubsidiewijzer.nl). De bouw van het platform is uitbesteed aan een webbureau, met intensieve begeleiding vanuit Milieu Centraal. In december 2019 ging het platform onder de bestaande naam Verbeterjehuis.nl live.

#### 2021

Het Platform is 'herbouwd' met gebruikmaking van bestaande onderdelen. Hierbij zijn kosten gemaakt voor:

- Een nieuwe technische omgeving
- Betere digitale toegankelijkheid
- Aangepaste vormgeving
- Nieuwe homepage
- Nieuwe opzet van Verbetercheck, vanuit het uitgangspunt 'verduurzaming begint bij betere isolatie' en 'begin met onderdelen die niet geïsoleerd zijn'.
- Integratie van een berekening van een indicatie van te verwachten subsidie iSDE
- Bugsfixing
- Hosting en applicatiebeheer

### *Doorontwikkeling en een nieuwe rekenkern*

In augustus 2021 werd bekend wie de aanbesteding van de opdracht tot doorontwikkeling van het platform had gewonnen. Vanaf die tijd heeft Milieu Centraal actief bijgedragen aan de ontwikkeling in het algemeen, en aan de rekenmodule voor de quick scan in het bijzonder.

### *Contentbeheer*

Naast het reguliere contentbeheer zijn er mede op initiatief van BZK drie nieuwe pagina's ontwikkeld:

- Waarom duurzaam en aardgasvrij wonen?
- Hoe aantrekkelijk is verduurzamen? (3 rekenvoorbeelden, inclusief financiering met een energiebespaarlening)
- Wanneer is mijn isolatie goed? (over standaard voor isolatie)

Ook is de homepage anders opgezet, meer vanuit de vragen van de huiseigenaar.

### *Bereik: doelstelling en resultaat*

De doelstelling voor 2021 was 800.000 bezoeken voor Verbeterjehuis. Het resultaat is **753.000 bezoeken**.

## **4.2 Ondersteuning regionale en lokale energieloketten**

De ondersteuning van energieloketten gebeurt vooral op aanvraag, waarbij Milieu Centraal content deelt en/of tols zoals 'advies-op-maat'. Milieu Centraal beschikt over een emailbestand van alle energieloketten, en dat wordt gebruikt voor mailleing over nieuwe ontwikkelingen. De ondersteuning van Energieloketten richt zich vooral op de 'kleinere energieloketten' die voor één gemeente of één regio werken.

## **4.3 Communicatie standaard en streefwaarden isolatie**

Milieu Centraal heeft met BZK meegedacht over hoe je met huiseigenaren kan communiceren over de standaard en streefwaarden voor isolatie. Deze communicatie is nog niet breed van de grond gekomen. De standaard is een onderdeel van het energielabel, en zo komen huiseigenaren er mee in aanraking.

Milieu Centraal heeft op Verbeterjehuis.nl een speciale pagina gemaakt over de standaard:

[Wanneer is mijn isolatie goed? | Verbeterjehuis](#)

## **4.4 Communicatie energielabel woningen**

Energielabel.nl is een goed vindbare website (met trefwoord 'energielabel' nummer 1 en 2 in organische zoekresultaten van Google) is dé portal als het gaat om energielabels in het algemeen en het energielabel woningen in het bijzonder. De site maakt deze rol met een enorm aantal bezoeken meer dan waar, zeker in de laatste maanden van 2020 waarin veel mensen op zoek waren naar informatie over de overstap naar het nieuwe energielabel woningen.

### *Activiteiten*

Gezien het nieuwe energielabel woningen was er relatief veel contentbeheer nodig, met name wat betreft het geven van uitleg over het nieuwe energielabel en veelgestelde vragen.

#### **Bereik: doelstelling en resultaat**

De doelstelling voor 2019 was 1.200.000 sessies. Het resultaat in 2021, zonder promotie, is **1.384.000 sessies**. Het hoge aantal sessies is enerzijds te verklaren door de integratie van [zoekjeenergielabel.nl](https://zoekjeenergielabel.nl) in de website [energielabel.nl](https://energielabel.nl), sinds 2019. Ongeveer de helft van de traffic heeft te maken met [zoekjeenergielabel.nl](https://zoekjeenergielabel.nl). En anderzijds door de komst van het nieuwe energielabel woningen.

### **4.5 Bijdrage aan isolatiecampagne BZK**

Milieu Centraal heeft als lid van de ‘werkgroep’ een actieve rol vervuld in de ontwikkeling van de isolatiecampagne van BZK:

- Deelname aan de werkgroep
- Meedenken over de strategie en communicatieconcept
- Contentchecks van campagnemiddelen

### **4.6 Bijdrage aan wijkaanpak aardgasvrij**

In de transitie naar aardgasvrij wonen is een wijkaanpak een belangrijke route. Aangezien BZK via het Programma Aardgasvrije Wijken zelf veel activiteiten op dit vlak organiseert, is de rol van Milieu Centraal beperkt tot een mogelijke partner voor content en tools en andere communicatiemiddelen. Hierover zijn wat contacten geweest met RVO en VNG, met de kans dat dit in 2023 vorm krijgt.

Indirect is er natuurlijk ook een rol via de [milieucentraal.nl](https://milieucentraal.nl) als praktische gids, die ook geraadpleegd wordt door bewoners (en lokale professionals) in wijkaanpakken.

## 5. Projecten specifieke doelgroepen en thema's

In het Kaderprogramma 2021-2024 is een aantal projecten geformuleerd voor specifieke doelgroepen en thema's. In 2021 zijn de volgende specifieke projecten uitgevoerd:

- Verduurzamen begint met meer kennis van eigen huis
- Stap-voor-stap klaar voor aardgasvrij
- Huis kopen, hypotheek en energiebesparing
- Green Make Over voor lager betrokkenen
- Consumentenbeurs Huis en Energie
- Energiezuinig koelen in de zomer

Ongeveer 20 procent van het budget is aan deze projecten voor specifieke doelgroepen en thema's besteed.

### 5.1 Verduurzamen begint met meer kennis van eigen huis

Milieu Centraal gaat er van uit dat veel huiseigenaren de technische staat van hun woning slecht kennen, en dat ze geen goed beeld hebben van wat ze nu hebben aan isolatie. Waarschijnlijk denken ze onterecht dat hun woning best goed is geïsoleerd, zelfoverschatting is een bekend fenomeen als het gaat om energiebesparing. Weinigen zullen het verschil kennen tussen matige isolatie en (zeer) goede isolatie, terwijl dat verschil voor energiezuinig en duurzaam wonen wel van belang is.

#### *Doe de isolatiecheck*

Milieu Centraal heeft in 2020 een 'doe-het-zelf isolatiecheck' ontwikkeld (toegesplitst naar bouwjaarklasse), met handigheidjes om te ontdekken wat je aan isolatie van dak-gevel-vloer en ramen hebt. In 2021 is de check verbeterd, de naam veranderd naar 'isolatie-zelfscan' en heeft vooral de nadruk gelegen op de promotie van deze tool via Google Adwords en sociale media.

De promotie heeft geleid tot:

- De isolatie-zelfscan is 40.000 keer gestart
- 32.000 keer is de adviespagina gehaald (80%)
- Ongeveer 1 op de 4 mensen die de adviespagina haalden zette de vervolgstap naar een isolatiemodule of verdiepende informatieve pagina.

### 5.2 Stap-voor-stap klaar voor aardgasvrij

#### *50 graden test - Verwarmingstest*

In 2020 heeft Milieu Centraal samen met Enpuls een test ontwikkeld en gelanceerd om in de praktijk te checken of een woning al voldoende isolatie heeft en voldoende afgiftecapaciteit om met 50 graden de woning comfortabel warm te krijgen. Deze test geeft ook een antwoord op de vraag 'wat is mijn volgende stap voor verduurzaming van mijn woning?'.

In begin 2021 is deze test van start gegaan, met 3 testperiodes (het moet koud genoeg zijn).

Resultaten:

- 179.000 videoweergaves op Facebook, Instagram en YouTube (waarvan 24.400 via VK longread)



- Longread Volkskrant): 30.500 unieke paginaweergaven artikel met 1:37 'time on page' en 24.400 videostarts.
- Bezoek aan landingspagina: 20.000 unieke paginaweergaven (waarvan 10.000 via VK longread)
- Aantal deelnemers Advies op maat 50-gradentest: 1.600 (hebben het advies geopend), bijna 1.100 hebben de adviespagina bereikt.
- Aantal aanmeldingen voor mailing: 1.900 (ook Natuur & Milieu heeft mailings verstuurd, gelijktijdig aan die van ons, met ruim 1.000 deelnemers), er zijn 3 testperiodes geweest deze winter.

Op basis van de ervaringen met de 1.0 versie zijn aanpassingen gedaan, waaronder een nieuwe naam: De Verwarmingstest. De voorbereidingen voor een nieuwe campagneperiode hebben gedeeltelijk eind 2021 plaatsgevonden. De uitvoering vond plaats in 2022.

### Visuals

In dit project zijn visuals, een animatie en een speciale webpagina afgerond over 'stap voor stap klaar voor aardgasvrij'. De start was in 2020, de afronding in 2021.

### Het stappenplan

---

## ONTDEK JOUW STARTPUNT STAPPENPLAN AARDGASVRIJ WONEN



Op de webpagina [Stappenplan aardgasvrij wonen | Milieu Centraal](#) zijn deze stappen overzichtelijk uitgewerkt.

De animatie

# Video stappenplan aardgasvrij



## De voorbeelden

Er zijn 8 voorbeelden uitgewerkt, verschillend per woningtype en uitgangssituatie. Per voorbeeld zijn er meerdere stappen.



1 / 4 ← →



2 / 4 ← →

### 5.3 Huis kopen, hypotheek en energiebesparing

Het kopen van een huis gaat vaak gepaard met een verbouwing. Dit verandermoment kan worden benut voor het stimuleren van het nemen van energiematregelen.

Het doel is dat kopers van een eengezinswoning verbeteringen van de energetische situatie van de woningen meenemen in hun verbouwplannen en financieringsplaatje van het huis dat ze gaan kopen, en laten direct na de koop deze verbeteringen uitvoeren.

Activiteiten:

- Via een Always on promotie vindt continu plaats via Facebook en Insta met targetting op life-event 'verhuizen'.
- Samenwerking met een influencer (Elise Boers) die ging verhuizen, en op haar kanalen (YouTube, Insta) aandacht heeft besteed isoleren met gebruikmaking van Verbeterjehuis.nl. Bereik van 184.000 views (met een bovengemiddelde kijktijd en 40% die de vlog helemaal uitkeek) en 130.000 impressies.
- Deename aan webinar over verduurzaming voor hypotheekadviseurs van a.s.r.

### 5.4 Green Make Over voor lager betrokkenen

Milieu Centraal is vanaf 2019 contentpartner van het TV programma Green Make Over. Het is een laagdrempelig programma over energie besparen voor mensen die wat minder betrokken bij het onderwerp zijn.

In 2021/2022 kreeg het programma een andere opzet. Het programma is minder afhankelijk van commerciële partners en kan daardoor een neutraler verhaal brengen. Milieu Centraal sluit aan als hoofdpartner.

De insteek van de programma's ligt op het gebied van doe-het-zelfmaatregelen. Welke stappen kan je zelf zetten om bij te dragen aan een beter klimaat en hoe pak je dit aan? Deelnemers gaan zelf aan de slag met het checken van de woning en tuin, het maken van een actielijst én het uitvoeren van de actielijst. Voor energie gaat het om isolatiemaatregelen die mensen zelf kunnen doen.

Doelstelling van Milieu Centraal is zichtbaarheid en bereik bij een specifieke doelgroep. Milieu Centraal is de expert in verduurzamen van de woning en tuin als het om doe-het-zelfmaatregelen gaat en biedt inspiratie en advies via milieucentraal.nl. Verwachting rondom bereik is 250.000 kijkers per aflevering.

In het najaar hebben de inhoudelijke voorbereidingen plaatsgevonden. In 2022 waren er 4 uitzendingen. Milieu Centraal heeft er ook een doe-het-zelf actie aan verbonden, zie:

[Zelf aan de slag met duurzame acties | Milieu Centraal](#)

## 5.5 Consumentenbeurs Huis en Energie

Milieu Centraal is kennispartner van de eerste landelijke consumentenbeurs voor duurzame energie en duurzaam wonen. Deze vond plaats medio november 2021. Midden op de beursvloer stond het Milieu Centraal Duurzaam Droomhuis te staan, waar bezoekers kunnen ervaren hoe duurzame producten en technieken voelen, ogen en klinken. Een mooie kans voor direct contact met huiseigenaren, als aanvulling op de online informatie van Milieu Centraal.

De resultaten:

- 8.000 bezoekers.
- 40% tussen de 60 en 70
- Via de Milieu Centraal kortingscode 530 kaarten verkocht
- Hoog geïnteresseerd publiek met veel kennis
- Veel interesse voor de warmtepompen
- Persoonlijk gesprek zet aan tot het nemen van actie
- De helft kende Milieu Centraal nog niet
- Informatievoorziening en contact wordt goed beoordeeld
- Veel mensen gaan aan de slag met zonnepanelen en warmtepomp
- 75% zou de beurs aanraden, en 46% zou opnieuw gaan
- Grote interesse vanuit de gemeenten

De beurs wordt herhaald in juni 2022.



## 5.6 Energiezuinig koelen in de zomer

Het onderwerp 'in de zomer je huis energiezuinig koel houden' is door klimaatverandering relevanter geworden. Sinds enige tijd heeft Milieu Centraal hier een aparte pagina voor: [Tips: zo hou je het huis koel in de zomer | Milieu Centraal](#).

Om de aandacht van huiseigenaren voor dit onderwerp te vergroten heeft Milieu Centraal in mei een consumentenpeiling naar bezit en gebruik van airco's laten uitvoeren. Hier was nog weinig informatie over. De NOS vond de resultaten interessant, en heeft er medio juni ruim aandacht aan besteedt toen het een warme week was.

## **6. Externe samenwerking en programma-management**

### **6.1 Externe samenwerking**

De externe samenwerking betreft het bezoeken van netwerkbijeenkomsten, inspelen op kansen en verzoeken tot samenwerking. Op deze manier wordt bijgedragen aan het delen van kennis, het verbinden van partijen en het bevorderen van de eenduidigheid van informatie.

### **6.2 Programma-management**

Het programmamanagement betreft de aansturing van projecten (financieel en inhoudelijk) in hun onderlinge samenhang, zowel binnen het kaderprogramma zelf als in de samenwerking met BZK. Ook gaat het om het volgen van ontwikkelingen, en het formuleren van nieuwe projectplannen. Tot slot betreft dit onderdeel het rapporteren aan BZK.

## 7. Financieel overzicht

De projectbegrotingen zijn bij het schrijven van het kaderprogramma (oktober 2020) indicatief opgesteld. Projectbudgetten binnen het kaderprogramma kunnen naar gelang ontwikkelingen worden verschoven. Deze werkwijze is overeenkomstig voorgaande jaren.

De begroting van het aantal **uren** is met 900 uur fors overschreden. Dit zit vooral in de mediaserie als gevolg van veel vragen van journalisten (200 uur), de activiteiten voor Verbeterjehuis (350 uur) en de inhoudelijke uitwerking en advisering van consumenten tijdens de beurs huis en energie (200 uur). De kosten van deze overschrijding worden conform de afspraken niet doorberekend.

De begroting van de **externe kosten** wordt in 2021 niet volledig uitgeput. Het restant is 64.639 euro. Gezien de looptijd van de beschikking van 2 jaar kan dit budget worden meegenomen naar 2022. Er is bewust wat rem op de uitgaven gezet, vanwege onzekerheid over de kosten van toepassen van de nieuwe rekenkern voor verduurzaming van woningen op de 'quick scan' van Verbeterjehuis.nl.

	begroot				realisatie			
	uren	uren x tarief	externe kosten	totale project kosten	uren	uren x tarief	externe kosten	totale project kosten
<b>Activiteiten kerntaak</b>								
Kennisbasis Energie in huis	1.700	187.000	10.000	197.000	1.766	192.091	0	192.091
Monitor huiseigenaren en verduurzaming	500	55.000	45.000	100.000	400	42.288	26.469	68.757
Milieucentraal.nl	1.300	143.000	30.000	173.000	1.435	153.240	9.144	162.384
Vergroten online vindbaarheid	250	27.500	12.000	39.500	128	13.518	2.723	16.240
Vragen bezoekers beantwoorden	300	33.000	0	33.000	620	59.881	0	59.881
Advies op Maat	350	38.500	20.000	58.500	273	29.978	11.094	41.071
Mediaservice	350	38.500	10.000	48.500	551	62.040	391	62.431
Sociale media en nieuwsbrief	600	66.000	10.000	76.000	723	74.595	11.348	85.943
Omgeving consument	300	33.000	0	33.000	124	13.643	0	13.643
<i>subtotaal</i>				<i>758.500</i>				<i>702.441</i>
<b>Acties klimaatakkoord</b>								
Digitaal Platform Verbeterjehuis.nl	550	60.500	10.000	70.500	905	105.700	0	105.700
Ondersteuning regionale en lokale energieloketten	160	17.600	0	17.600	112	12.833	0	12.833
Communicatie standaard en streefwaarden	80	8.800	0	8.800	12	1.473	0	1.473
Communicatie energielabel woningen	80	8.800	4.200	13.000	101	10.894	13.936	24.829
Bijdrage aan isolatiecampagne BZK	100	11.000	0	11.000	118	14.170	0	14.170

Wijkaanpak: ondersteuning van bewonerscommunicatie	100	11.000	0	11.000	7	910	0	910
<i>subtotaal</i>				<i>131.900</i>				<i>159.914</i>
<b>Specifieke projecten</b>								
Meer kennis (isolatie) eigen huis	200	22.000	10.000	32.000	244	26.850	8.484	35.334
Stap-voor-stap klaar voor aardgasvrij	400	44.000	30.000	74.000	486	53.362	20.692	74.054
Huis kopen, hypotheek en energiemaatregelen	100	11.000	5.000	16.000	21	2.309	9.980	12.289
Green Make Over	100	11.000	0	11.000	112	12.036	16.940	28.976
Beurs Huis en Energie	200	22.000	5.000	27.000	425	45.113	7.895	53.008
Energiezuinig koelen in de zomer	60	6.600	10.000	16.600	44	4.850	7.467	12.317
<i>subtotaal</i>				<i>176.600</i>				<i>215.977</i>
<b>Programmabreed</b>								
Externe samenwerking	100	11.000	0	11.000	222	16.011	0	16.011
Programma-management	200	22.000	0	22.000	149	20.058	0	20.058
<i>subtotaal</i>				<i>33.000</i>				<i>36.069</i>
<b>Totaal</b>	<b>8.080</b>	<b>888.800</b>	<b>211.200</b>	<b>1.100.000</b>	<b>8.976</b>	<b>967.840</b>	<b>146.561</b>	<b>1.114.401</b>