

Maar wij willen wokken.

Hoe brengen gamechangers de gebouwde omgeving naar CO2 loze uitstoot?

‘Een game changer of spelveranderaar is een ondernemer of onderneming die de regels van het (competitief) spel aanzienlijk verandert of een nieuw spel weet te creëren’, lees ik in een handboek over game changers. Game changers voegen een heel nieuw spel toe, of doen een directe aanval op de gevestigde orde, of voeren een aanval uit zonder dat dit eerst zo lijkt. Game changers worden in managementboeken vooral gezien als gevaarlijke elementen waar je je tegen moet wapenen.

Financiële game changers

Het woord aanval duikt vaak op in de literatuur over game changers. Vreemd, die connotatie zou ik vanuit mijn eigen gevoel nooit hebben. Ik denk bij game changers aan iemand of aan een bedrijf of een stroming die erin slaagt een situatie radicaal te doorbreken, waardoor anderen mee gaan doen. Ik zie bijvoorbeeld onze eigen bank, de ASN Bank als een game changer. Mijn eigen ASN slogan is: de groten meekrijgen door klein voorop te lopen. Welke normale mainstream bank heeft nu nog geen specifiek duurzame producten op het schap? Iedereen volgt. De een wat sneller en wat principiëler, maar het spel is al veranderd. En kijk naar de Volksbank waar de ASN Bank één van de dochters is: alle onderdelen van de Volksbank moeten binnen twee jaar voldoen aan alle duurzaamheidseisen van die kleine ASN Bank. Een mega change of game.

Andere financiële bedrijven zijn ook succesvolle game changers. Wie schrijft er nog een cheque uit? Sneller, slimmer betalen, mobieltje tegen de scanner in plaats van de betaalpas, vingerafdrukje herkennen, Block chain. De trein dendert en is niet meer te stuiten. Robots zullen ons binnenkort in call centers te woord staan en we zullen niet merken dat het geen echte mensen zijn.

Het mobieltje, het aanbod van game changers

De PC, het internet en het mobieltje zijn producten van game changers. Was het voorspeld dat het mobieltje zo snel de wereld zou veroveren? Nee. Hoe reageerde bijna iedere Nederlander in de documentaire van Frans Bromet in 1998 (!) op de vraag: wilt u zo'n ding? ‘Nee bedankt’. Toch zijn we massaal aan het mobieltje gegaan.

Wat kenmerkt de gamechangers in de financiële wereld en in de telefonie? Hoe konden de game changers daar de mainstream zo veranderen? Door heel veel innovatieve ideeën toe te laten en te investeren. Door producten en diensten te maken die lekker makkelijk zijn en daardoor bij de massa klanten geen weerstand maar tevredenheid oproepen. Door een betaalbaar product aan te bieden dat behoeften vervult, met name die behoeften waarvan we als klanten eerst niet wisten dat we die hadden.

Hoe kunnen we vanuit deze kennis een massale verandering te weeg brengen in een heel korte tijd in de woningen waarin wij wonen? Aan welke al dan niet al bekende wensen moeten we dan tegemoet komen? Welke behoeften moeten worden vervuld? En wie zijn er in staat dat te bedenken, te maken en in de markt te zetten?

Bij de mobieltjes en de financiële dienstverlening is de spelverandering niet geïnitieerd door de klanten, maar door de aanbieders. Zou het mobieltje zo snel volledig het telefoonverkeer

hebben veranderd als de particuliere klant zelf een keuze had moeten maken uit processoren, condensatoren, printplaatjes, omhulsels? Als er geen kant-en-klare aanbiedingen waren geweest voor snelle aanschaf zonder investering vooraf? Twee jaar een abonnement en je bent de bezitter van een super mobieltje.

Zou het mobiele telefoontje ooit een succes zijn geworden als niet allerlei partijen er voor hadden gezorgd dat er zendmasten kwamen, aantrekkelijke tarieven, heel veel software waardoor het ding veel meer kon dan alleen mobiel telefoneren? Nee, juist al die stakeholders die er allemaal brood in zagen hebben het mobieltje zo snel tot een succes gemaakt.

Aanbieders in de gebouwde omgeving

Wijzigingen in de manier van telefoneren en wijzigingen in de manier van bankieren zijn in schaalgrootte te vergelijken met wijzigingen in de bestaande bouw: iedereen heeft ermee te maken. Hoe komt het dat er in de gebouwde omgeving alleen speldenprikken zijn, maar geen game changers?

Zijn er technische belemmeringen? Nee.

De techniek is voor handen en bewijst zich al in de nieuwbouw van woningen en kantoren en de renovatie van de kantorenmarkt. In de nieuwbouw biedt de ene projectontwikkelaar tegen de andere op met energieneutrale bouw. Het is tamelijk eenvoudig te begrijpen waarom de projectontwikkelaars hier wel game changers zijn. Of zijn ze dat wel? Wetgeving die we met elkaar hebben afgesproken in Brussel verbiedt het gewoon om na 2020 niet-energie neutraal te bouwen. Het voormalige Bijlmerbajesterrein staat spectaculair in de schijnwerpers voor wonen zonder energienota. Slimme constructies verwerken de kosten van de investeringen in isolatie en techniek zodanig dat er voor iedereen een win-win-situatie ontstaat. De grote bouw wereld heeft al lang ingespeeld op het feit dat de nieuwbouw energieneutraal moet zijn. Maar de grote projectontwikkelaars en bouwers richten zich op nieuwbouw en zijn geen game changers voor de bestaande bouw.

Kantorenmarkt.

Gebeurt daar niets? De kantorenmarkt is wel al aan het kantelen. Grote renovatieprojecten staan in de markt. Bouwers bieden aan en eigenaren van kantoren geven opdrachten. Dat is natuurlijk vooral ook doordat de overheid een verbod heeft ingesteld voor verhuren van kantoren met een label onder C. Een mooi voorbeeld van een landelijke overheid, die weliswaar gewacht heeft op de markt om te gaan kantelen, maar die met wetgeving die kanteling nu een enorme boost geeft. De banken, de groenprojectenfondsen en de bouw weten elkaar hier steeds meer te vinden. Bij kantoorgebouwen hebben we een tamelijk eenvoudige casus: zit je onder C label dan vallen je huurinkomsten straks weg. Wettelijk geregeld. De markt heeft laten zien dat het kan, dus moet het nu.

En niet alleen aan de aanbodkant gaat het spel veranderen. De game changers onder de kantoorgebruikers zijn de bedrijven waarbij zowel in de top als onder het personeel een intrinsieke behoefte is in een fatsoenlijk gebouw te werken. Beter binnenmilieu, mooiere materialen, circulair gebouwde of gerenoveerde kantoren, inrichtingen die zowel rust als dynamiek leveren en uiteraard gebouwen zonder CO2 uitstoot.

De grootste kantoorgebouweigenaar, van wie je de sterkste rol als game changer zou kunnen verwachten, doet nog bijzonder weinig. Die stoot zoveel mogelijk vastgoed af. Dat hoeft dan niet gerenoveerd te worden. Die eigenaar zijn de gemeentelijke overheden tezamen. De gemeenten zijn samen de grootste vastgoedeigenaar van Nederland. Onder de eigenaren van het maatschappelijk vastgoed zou je dus eigenlijk de grootste game changer verwachten. En dat zijn ze niet. Ieder jaar komen er tal van gemeenteambtenaren en soms ook bestuurders naar de dag van het verduurzamen van gemeentelijk vastgoed op Nyenrode en steeds is onder hen de teneur dat er heel veel mogelijk is, maar dat de gemeenten in een zwembad met stroop aan het zwemmen zijn. Het renovatieprobleem is nog steeds niet gedepolitiseerd en alle gemeenten, vooral de kleinere, kampen met gebrek aan gespecialiseerd personeel. Opdrachten worden uitbesteed, maar eigen beleid en visie schijnen te ontbreken. Ook al lijken de mogelijkheden voor gemeenten als game changers groot, door de stroop kunnen ze nog niet als echte motoren worden gezien. De bouwwereld is hier evenmin game changer: er is geen ready-made 'renovatiemobielte'.

Naast de kantorenmarkt en het maatschappelijk vastgoed zijn er de woningen van professionele verhuurders en de corporaties. Vinden we gamechangers onder deze eigenaren? Misschien. Hier speelt naast kennis en visie bij de eigenaren ook de perceptie dat renoveren naar energieneutraal duur is en het ontbreken van de ready-made geheel ontzorgde concepten een rol.

Verhuurders

Welke pogingen om game changers te worden hebben we gezien? Corporaties en bouwers hebben zich aangemeld voor experimenten met de Stroomversnelling. Van 1.000 naar 10.000 naar 100.000 woningen renoveren. Samen beloven dat de afname er komt als de prijs voor de eerste 1.000 zo laag wordt gesteld alsof er 100.000 woningen worden aangepakt. Er zijn initiatieven vanuit de bouwwereld die dapper een poging hebben gewaagd. Door de sterke lobby van de Stroomversnelling zijn er bouwers begonnen vastgoed van corporaties onder handen te nemen. Op de voorspelde afname van 100.000 woningrenovaties is echter nog geen zicht. Veel is er geleerd, technisch, financieel en.. op gebied van het menselijk gedrag.

Binnen de corporaties zelf is een enorme kanteling nodig omdat op een totaal nieuwe manier moet worden gekeken naar de bestaande meerjaren onderhoudsplannen. Andere manieren van berekenen van kosten en baten. Anders inschatten van de vraag naar huurwoningen met of zonder klimaataanpassingen. Anders uitbesteden van opdrachten. Nieuwe kennis binnen halen. Zelfs al hebben de corporaties een oplossing gevonden voor het probleem van de onrendabele top, het split incentive vraagstuk, de beperkingen in de energieprestatievergoeding, het verleggen naar de lange termijnvisie, het overtuigen van de besturen, het meekrijgen van het midden management, dan nog zullen zij geen game changers kunnen zijn als zij niet massaal de bewoners meekrijgen. Het draait om de personen die in de bestaande woningen wonen.

Hoe zien bewoners de klimaatrenovatie?

Hoe staan de bewoners die eigenaren van hun woning zijn tegenover de klimaatnodige renovaties? En wie proberen hier game changers te zijn? De overheid probeert met leuke spotjes, bijdragen aan goedkope leningen en subsidies in te werken op het schuldgevoel, de

angst en de portemonnee van woningeigenaren. Zijn die eigenaren zelf potentiële game changers? Gaan zij de klimaatrenovatie van hun woning zien als het mooie mobieltje?

Bij het mobieltje was het product aantrekkelijk, ready-made, vol nieuwe mogelijkheden en niet te duur. Kennelijk is dat er niet voor de klimaatrenovatie.

Is die klimaatrenovatie te duur? Het antwoord hierop ligt aan drie zaken:

Schaal. Wat was er gebeurd als het mobieltje op de markt was gekomen met een introductieprijs van 10.000 euro? Kleine hoeveelheden maal een hoge prijs geven hetzelfde resultaat als grote hoeveelheden tegen een lage prijs. Zonder schaalgrootte is renovatie duur.

Financieringslasten. Als de financieringslasten maandelijks hoger zijn dan de uitgespaarde energiekosten, dan voelt de renovatie als duur. Dit is een liquiditeitsvraagstuk.

Inschatting van de waarde. Als de waardestijging van de woningen, als gevolg van de renovatie, plus de uitgespaarde energienota woningen niet minstens gelijk zijn aan de renovatiekosten, dan is de renovatie duur. Anders gezegd, als woningen zonder energetisch renovatie niet worden afgewaardeerd met een brown discount, het bedrag dat nodig is om de woning aan te passen aan de klimaateisen gecompenseerd met de uit te sparen energielasten, dan maakt dit de renovatie duur.

Is de klimaatrenovatie ready-made?

Door de WDW groep in Deventer is een begin gemaakt met een Woningabonnement, een ontzorgd concept waarbij de bewoner zelfs niets hoeft uit te zoeken en net als bij een telefoonabonnement de financiering zonder investering vooraf kan worden geregeld. Hoeveel voeten het Woningabonnement in de aarde heeft gehad is niet te bevatten. Het leek wel of iedereen, tot en met de AFM op zoek was naar zoveel mogelijk argumenten om te zeggen dat zo'n ontzorgde read-made klimaatrenovatie niet zou voldoen aan de bestaande wet- en regelgeving. Het ministerie van Binnenlandse Zaken meldde ook nadrukkelijk: 'als er maar geen product komt waarvoor de wet- en regelgeving moet worden aangepast. Zoeken jullie daar eerst eens naar'.

Uiteindelijk was de financiering geregeld, het ontzorgde concept moest iets minder ontzorgd worden, want de klant moest wel een krediet nemen om te voldoen aan wet- en regelgeving, maar het Woningabonnement was geboren. Werd dit een game changer? Is de versnelling er gekomen? Nee, (nog) niet. De andere bouwers hebben de grootste moeite om hun werkstijl om te buigen naar zo'n soort dienstverlening.

De opgave

Er moeten in Nederland wel 7 miljoen woningen aangepakt worden. Ook al nemen we dagelijks 1.000 woningen onder handen, en realiseren we 250.000 woningen in één jaar, dan zijn we nog pas rond 2047 klaar. Dan wordt er tot 2047 nog steeds CO₂ toegevoegd aan de al te grote hoeveelheid in onze atmosfeer. Iedere dag die de woningen nog CO₂ uitstoten is een dag te veel en een vergroting van het probleem dat we moeten oplossen. Maar de game changers om zelfs die 1.000 woningen per werkdag op te kunnen leveren zijn er niet.

Twee grote vraagstukken moeten worden opgelost:

- Hoe krijgen we de prijs zo laag dat die geen drempel meer wordt?
- Hoe maken we het product zo aantrekkelijk dat de massa in de rij gaat staan?

Natuurlijk zijn deze twee zaken ook aan elkaar gerelateerd: hoe lager de prijs hoe groter de aantrekkelijkheid. Hoe aantrekkelijker het product, hoe groter de vraag en daarmee de prijsdaling als gevolg van schaalvergroting.

We richten ons nu niet op de vraag van de prijs, maar op de vraagkant:

Wat is er zo begerenswaardig aan een CO2 neutraal huis? Ik heb ooit aan de Postcode Loterij voorgesteld om een straatprijs te maken waarin de winnaars een totale energierenovatie aan hun huis zouden winnen. De reactie was: mevrouw de winnaar zal denken: "heb ik dat weer, een stomme renovatie. Geef mij een nieuwe auto".

Laten we er eens van uitgaan dat de overheid zelf geen game changer wil zijn en niet bereid is tot afdwingende wetgeving zoals voor nieuwbouw en verhuur van kantoren. Dan zullen we volop in moeten zetten op de aantrekkelijkheid van het product: Van die stomme renovatie een nieuwe auto maken.

Wie lijken daar in te slagen? Wat leren we van het meekrijgen van huurders bij een corporatie die wil renoveren? Hoe kan het dat de ene corporatie de grootste moeite heeft de huurders mee te krijgen bij NOM renovatie en dat bij de andere corporatie de bewoners direct instemmen? Corporatie A biedt een vergroting van de badkamer aan, waarbij de helft van de ruimere badkamer boven de voordeur komt te zweven. Daarbij wordt de woning ook energetisch aangepakt. Corporatie B wil huurders ervan overtuigen dat hun energierekening met 15 euro oer maand naar beneden zal gaan en dat de vergoeding daarvoor aan de corporatie niet meer dan 15 euro zal zijn. Corporatie C verzamelt alle wensen en klachten en maakt met de bewoners een algemeen verbeterplan, inclusief het schoon krijgen van de portieken. Corporatie D wil de woningen van het gas af halen en belooft een gratis pannenset. Met welke methode krijgen we game changers?

Het Wij willen wokken probleem.

Een van de grootste uitdagingen bij het van het gas af gaan is de introductie van het elektrisch koken. Gratis pannenset, gratis elektrische kookplaat installeren, het kan niet baten als met name in de wijken met andere eetculturen de mensen niet kunnen wokken. Het geheim van wokken, niet van roerbakken, is dat de hele pan rondom, tot aan de hoge rand, gloeiend heet wordt door de vlammen die langs de pan likken. Geen aannemer die dat weet, geen gemeente, netbeheerder of corporatie die hier een idee van heeft. Nederland, uitvindersland, Eindhoven design kampioen. Waarom komt niemand op het idee om opdracht te geven aan jonge uitvinders een elektrische wok te ontwerpen die echt gloeiend heet kan worden tot aan de rand? Geen kookplaat, maar een kookmuts?

Het gaat natuurlijk niet om het wokprobleem zelf. Het gaat erom dat we niet zover in de huid van de bewoner kruipen dat we een aantrekkelijk product bieden. En dat is raar, want iedereen die betrokken is bij de retrofit van de woningen is zelf een bewoner, heeft gezinsleden die bewoner zijn. Hoe is het mogelijk dat we die kennis van thuis weglaten als we over de retrofit professioneel plannen maken?

Waarom er geen vraag is

De overheid, innovatieve projectontwikkelaars en banken zoals de Volksbank hebben uitgebreid onderzoek gedaan naar wat de bewoner, huurder of eigenaar weerhoudt van de klimaatrenovatie:

- Mijn spaarcenten gaan daar niet in, je weet nooit waar je voor komt te staan.
- De hypotheek is al tot aan het randje. Niet nog meer schulden.
- Misschien gaan we straks wel verhuizen of raken we onze baan kwijt
- Eerst een mooie keuken
- Op de TV zagen we dat het allemaal reuze tegenviel met die isolatie
- Wat een troep je er wel niet van hebt
- En wie garandeert dat ik niet teveel betaal?
- Zo beroerd is dit huis toch niet
- Die energierekening? Ik zou niet weten wat ik nu betaal.
- De een zegt dit, de ander zegt dat. Ik heb er geen verstand van.
- Mijn gevel aanpassen mag niet van de Welstandscommissie
- De bank wil geen 30-jarige lening verstrekken

Waarom er wel vraag kan zijn

Deze litanie is bekend, wat weten we van de kansen voor de game changers?:

- Wat een mooie brede vensterbank (als gevolg van de derde isolerende schil om de woning)
- Ik hoor de burens niet meer (als gevolg van goede isolatie)
- De kinderen hebben geen astma meer (als gevolg van de lage temperatuurverwarming)
- Nu kan ik de zolder gaan gebruiken (als gevolg van gratis opruimservice bij dakisolatie)
- Het huis is veel groter met die dakkapel (als extraatje bij gerenoveerd dak)
- Wat een heerlijke serre erbij (als gevolg van energiemakende unit in verlengde van huis)
- Een fijne nieuwe keuken (als lokkertje voor de heel renovatie)
- Via een groot scherm met de (klein)kinderen telefoneren (extraatje bij meer techniek in huis)
- Eindelijk lekker buiten zitten (balkon vergroot bij aanpak koudebrug)
- De slaapkamer en douche gelijkvloers (bij splitsing te renoveren rijtjeshuizen)
- Een hospice in de buurt (bij herindeling en renovatie van flats)
- Echte garantie op wat wordt beloofd
- Geen nieuwe schuld maar een maandelijkse canon die overgaat op nieuwe kopers (de nu nog niet mogelijke woninggebonden financiering)

Zouden we mobieltjes zijn gaan kopen als ze niets meer konden dan alleen gesprekken voeren? Nee, de grote versnelling in verkoop kwam pas toen de mobieltjes veel meer gingen bieden. Gaan we de klimaatrenovatie verkopen als we ons richten op wat technisch installeren en wat breekwerk? Nee, dit is niet sexy, hier kun je niet over opscheppen, het lijkt allemaal duur en onze vrienden hebben het ook niet.

Zelfs als alle banken hun hypotheekadviseurs trainen om de klimaatrenovatie en de financiering daarvan met hun klanten te bespreken, en als die klanten iets gaan doen aan klimaatrenovatie, dan nog zou het nog veel te lang duren om die ruim 4 miljoen particuliere huizen klimaatneutraal te krijgen.

Wellicht de moeilijkste huizen om klimaatneutraal te krijgen zijn de woning van VVE-eigenaren. Als het lastig is voor een individuele bewoner om daadwerkelijk de woning aan te pakken, hoeveel lastiger is het niet voor de VVE eigenaren: die moeten ook nog eens gezamenlijk een standpunt bepalen. Toch zijn juist de VVE eigenaren, samen met de corporaties, de sleutel tot massale aanpak, schaalgrootte en prijsverlaging.

Wie hebben bewezen dat zij in de particuliere eigenaren, de VVE leden en de corporaties potentiële game changes zien?

- De installateurs die al versneld mensen hebben opgeleid om de nieuwe manier van energie opwekken en isoleren van gebouwen aan te pakken.
- De bedrijven die al turn key ontzorgde renovaties aanbieden zoals het Woningabonnement.
- De taxateurs die al zijn gaan nadenken over het beprijzen van de brown discount in de huizenwaarde.
- De Nederlandse Vereniging van Banken die werkgroepen heeft ingesteld en een duurzaamheidsspecialist heeft aangenomen.
- Smart Climate Opportunities dat disruptieve technologie en startups samenbrengt met financiële instellingen en woningcorporaties.
- Het platform Duurzame Aanbieder dat UNETO-VNI, Bouwend Nederland en OnderhoudNL aan de particulier aanbieden.
- De banken en fondsen die groene financiering bieden voor retrofit.
- De overheid die enkele subsidies ter beschikking heeft gesteld voor isolatie
- De overheid die samen met de RABO en de ASN bank het Energiebespaarfonds heeft opgericht.
- De gemeenten die energiebespaarleningen tegen zeer lage rente uitgeven.
- Home Mates dat werkelijk in de huid kruipt van de stakeholders, inclusief de bewoners
- Segon en NIA die een waarborgfonds willen oprichten voor VVE financiering

En zo zijn er nog veel andere partijen te noemen. Hebben we het over game changers? Nee. Nog niet, maar het zou kunnen komen.

De huidige situatie kan niet doorbroken worden met losstaande activiteiten. Begrijpen wat mensen drijft om tot actie over te gaan is van het grootste belang om te weten hoe we het huidige spel kunnen veranderen van bouwen en leven in woningen die energie verbruiken.

De klimaatrenovatie wordt alleen aantrekkelijk als hij net als een mobieltje overal te koop is, eenvoudig is te bestellen en vooral, als die veel meer oplevert als een huis met een paar technische veranderingen. De standaard moet zijn dat de bewoners een perspectief krijgen op veel blijer zijn, veel beter gaan wonen, echt gekend worden in hun verlangens en problemen. En daarvoor moeten partijen die niet gewend zijn samen zaken te doen bij elkaar gaan zitten en een heel duidelijke stip op de horizon zetten. Van de klimaatcrisis een marketingstrategie maken. Iedereen die ertoe doet meenemen. Dus van 'Wie woont het

lekkerst?' Net zo'n hit als 'Boer zoekt vrouw' op de TV krijgen. Een superwok bij de HEMA gaan verkopen. Eerst een fantastisch aanbod creëren. Aan de overheid vooral het verzoek niet in de weg te staan, het waarborgfonds VVE renovatie snel goed te keuren, woningabonnementen als gebouwgebonden financieringen toe te staan en de prestaties te belonen.