



Whitepaper Spetterend Sanitair 2025

De energietransitie in de installatiesector



INHOUDSOPGAVE

Hoofdstuk	Pagina
1. Spetterend Sanitair 2025	3
2. Duurzaamheid in Nederland	4
• Stimulansen voor energiebesparing	4
3. Warmtepompen	6
• Consumenten	7
4. Installateurs tijdens de energietransitie	8
• Rol van installateurs	8
• Kennisniveau	9
• Informatievoorziening	9

STICHTING VERWARMING EN SANITAIR

Dit whitepaper wordt je aangeboden door Stichting Verwarming en Sanitair.

Ga voor meer informatie naar het kennisplatform www.spetterendsanitair.nl.

© Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever worden verveelvoudigd of gedupliceerd.

1. SPETTEREND SANITAIR 2025

‘Spetterend Sanitair 2025’ is een afscheidscadeau van Stichting Verwarming en Sanitair. Deze stichting bestaat uit fabrikanten, groothandelaren en installateurs en heeft gedurende meer dan 25 jaar gezamenlijk de afzet van hoogwaardig sanitair gepromoot. De opheffing van de stichting gaat gepaard met een laatste grootschalig onderzoek naar de trends en ontwikkelingen in de sanitairbranche. Dit whitepaper over de energietransitie is een onderdeel hiervan. In dit whitepaper worden alleen de uitkomsten van het onderzoek weergegeven.

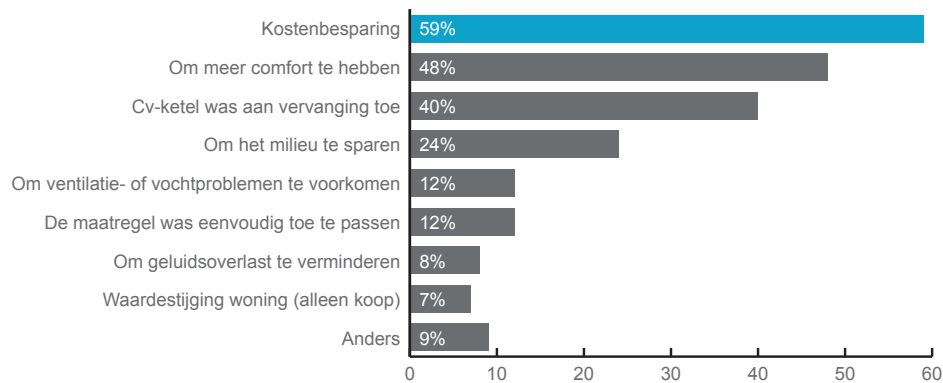
De komende jaren zal de energietransitie voor de installatiesector namelijk centraal staan. In dit whitepaper laten we je zien wat consumenten volgens ons onderzoek stimuleert om duurzame maatregelen te treffen en wat hen juist tegenhoudt. Maar ook hoe de groei van warmtepompen veroorzaakt wordt en wat de rol van installateurs nu is.

2. DUURZAAMHEID IN NEDERLAND

De motieven van woningeigenaren om te verduurzamen zijn tweeledig. Enerzijds willen zij de energierekening omlaag brengen en anderzijds willen zij meer comfort in de woning creëren. Hoewel het milieu zwaar belast wordt is dit voor woningeigenaren niet vaak een reden om energiebesparende maatregelen te treffen. In een aantal gevallen was de cv-ketel aan vervanging toe en was dit een mooi moment om over te stappen op een duurzamere variant volgens woningeigenaren.

In Figuur 2.1 zijn de motieven om energiebesparende maatregelen te treffen van woningeigenaren te zien.

FIGUUR 2.1 MOTIEVEN VOOR ENERGIEBESPARENDE MAATREGELEN



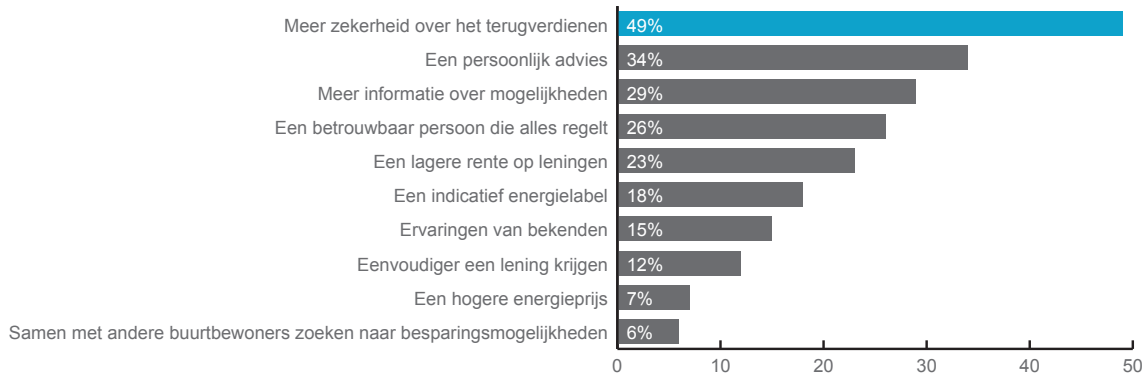
BRON: VELDKAMP/PBL, 2014

STIMULANSEN VOOR ENERGIEBESPARING

Bij koopwoningen vordert de energiebesparing gestaag. Beleidsimpulsen blijken te zwak om woningeigenaren aan te moedigen meer maatregelen tegelijk te treffen. De installatie van zonnepanelen is echter sneller toegenomen dan verwacht waardoor het gebouwgebonden energieverbruik in 2020 circa 20 petajoule lager uitvalt. Dit is alleen niet genoeg om aan de doelstelling van 2050 te voldoen. De vraag is hoe woningeigenaren en huurders gestimuleerd kunnen worden om wél meer te doen aan energiebesparing.

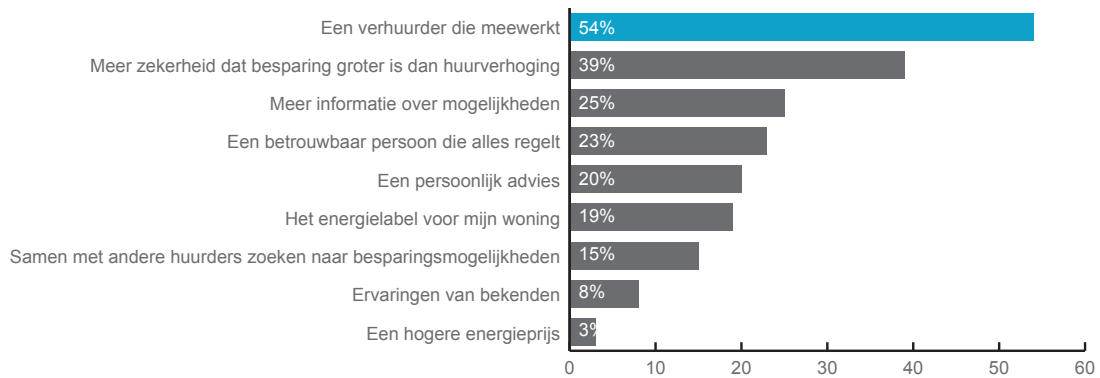
In Figuur 2.2 is te zien wat de stimulansen voor energiebesparing zijn volgens woningeigenaren. Figuur 2.3 laat zien wat de stimulansen voor energiebesparing zijn volgens huurders.

FIGUUR 2.2 STIMULANSEN VOOR ENERGIE-BESPARING VOLGENS WONINGEIGENAREN



BRON: VELDKAMP, 2014

FIGUUR 2.3 STIMULANSEN VOOR ENERGIE-BESPARING VOLGENS HUURDERS



BRON: VELDKAMP, 2014

Een van de belangrijkste stimulansen voor zowel woningeigenaren (49%) als huurders (39%) om energiebesparing te realiseren is de zekerheid over het terugverdienen van de besparing. Daarnaast is er behoefte aan meer informatie over de mogelijkheden op het gebied van besparen. Uit het onderzoek van USP blijkt bijvoorbeeld dat de meerderheid van de consumenten een laag kennisniveau heeft wat betreft warmtepompen, terwijl deze systemen juist een grote rol kunnen spelen in de verduurzaming van een woning. Een deel van de woningeigenaren en huurders geeft aan dat een betrouwbaar persoon die alles regelt ook zou stimuleren om maatregelen te treffen.

3. WARMTEPOMPEN

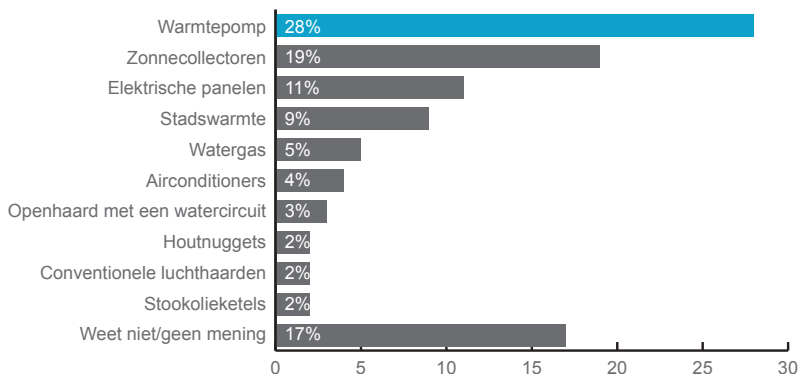
Warmtepompen zijn een interessante oplossing voor de sanitairsector tijdens de energietransitie. Warmtepompen dragen bij aan de vermindering van CO₂-uitstoot en worden daarom meegenomen in dit whitepaper. Een kleine meerderheid van de consumenten (28%) verwacht een warmtepomp als alternatieve warmtebron te moeten gaan gebruiken om de woning te gaan verwarmen. Zonnecollectoren staan op de tweede plaats (19%) en de derde in het rijtje zijn elektrische panelen (11%). Opvallend is dat ook 17% het niet weet of geen mening heeft. Ook installateurs zien warmtepompen als alternatieve bronnen voor energie met hoge potentie.

TABEL 3.1 ALTERNATIEVE BRONNEN MET HOGE POTENTIE VOLGENS INSTALLATEURS (IN %)

Zonnethermische systemen	90
Lucht-water warmtepomp voor ruimteverwarming	87
Elektrische boilers met warmtepomp	83
Afvalwarmte gebruiken	78
Water-water warmtepomp, grondwaterbron	73

Bron: STICHTING VERWARMING EN SANITAIR

FIGUUR 3.2 ALTERNATIEVE ENERGIEBRONNEN VOLGENS CONSUMENTEN

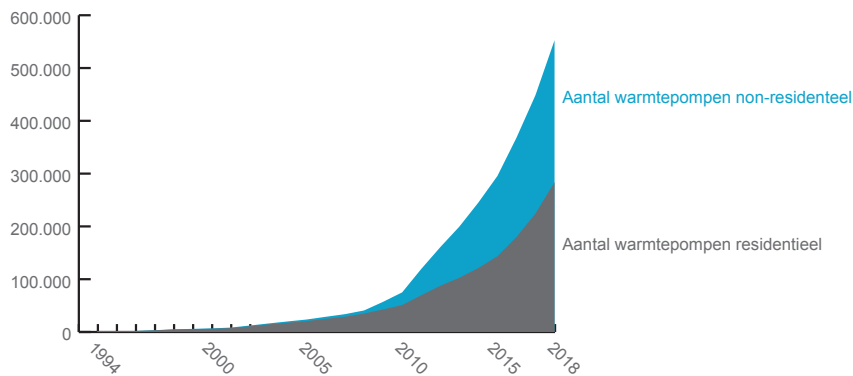


BRON: STICHTING VERWARMING EN SANITAIR

Over het algemeen is er in Nederland een sterke groei in het aantal warmtepompen te zien. Zowel in de woningbouw als in de utiliteitsbouw. In 2017 zijn er volgens cijfers van het CBS zo'n 50.000 warmtepompen geplaatst bij woningen. Inmiddels zijn er ruim 250.000 woningen voorzien van een warmtepomp. In totaliteit ligt het aantal warmtepompen op dit moment al boven de 500.000. Ten opzichte van andere landen loopt Nederland nog wat achter als het om warmtepompverkoop gaat. De jaar-op-jaargroei is echter wel indrukwekkend, want de verkoop verdubbelt bijna elk jaar.

In Figuur 3.3 zie je de groei van het aantal warmtepompen in Nederland van 1994 tot 2018.

FIGUUR 3.3 AANTAL WARMTEPOMPEN IN NEDERLAND



BRON: EUROPEAN HEAT PUMP ASSOCIATION

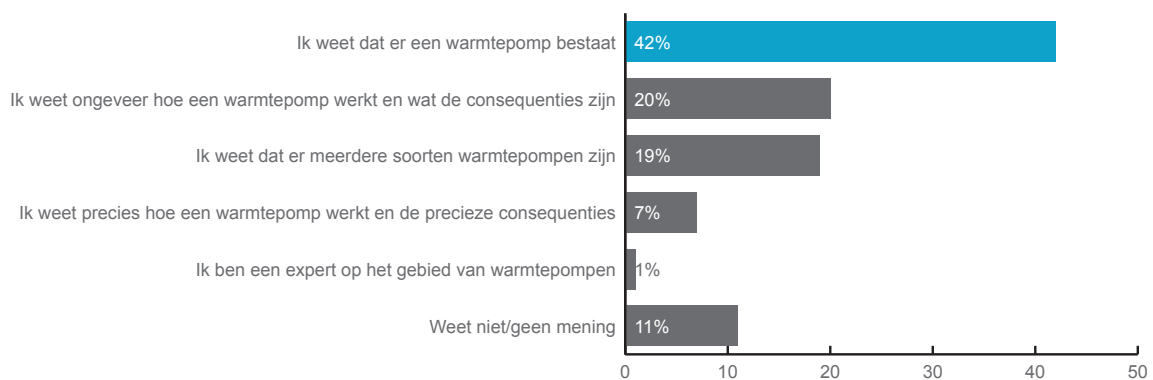
CONSUMENTEN

Het aantal warmtepompen in de Nederlandse woningbouw groeit sterk. Toch blijkt het kennisniveau van consumenten over warmtepompen laag.

Voor particulieren vormen ruimtegebrek en de complexiteit van het overgaan op een warmtepompsysteem ook regelmatig een belemmering vanwege ingrijpende aanpassingen aan het huis. Ook heerst er bij de klanten een kennisgebrek over de beschikbare systemen. Veel consumenten (42%) weten wel dat er een warmtepomp bestaat, maar slechts 7% weet precies hoe een warmtepomp werkt en wat de precieze consequenties zijn.

In Figuur 3.4 zie je wat het kennisniveau over de warmtepomp is onder consumenten.

FIGUUR 3.4 KENNISNIVEAU OVER DE WARMTEPOMP ONDER CONSUMENTEN



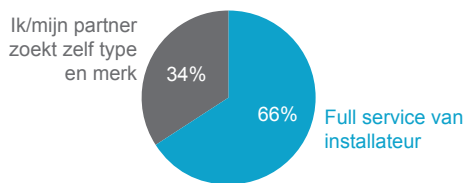
BRON: USP - STICHTING VERWARMING EN SANITAIR

4. INSTALLATEURS TIJDENS DE ENERGIETRANSITIE

De rol van installateurs bij de aanschaf en installatie van warmtepompen is erg groot. Zowel bij de residentiële als bij de non-residentiële projecten is het vaak de installateur die het type en het merk warmtepomp bepaalt.

De meerderheid van de consumenten (66%) verwacht fullservice van de installateur. Dat betekent dat de installateur alles moet uitzoeken voor de klant, hierbij kun je denken aan het merk en het type. Vervolgens plaatst hij de gewenste warmtepomp ook. Installateurs geven zelf aan maar liefst in 87% van de gevallen fullservice te leveren. Dit is terug te zien in onderstaande figuren.

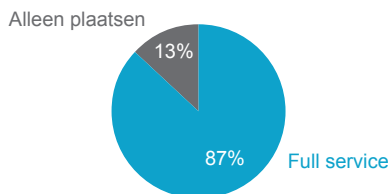
FIGUUR 4.1 ROL INSTALLATEUR VOLGENS CONSUMENT



Wanneer u een warmtepomp zou willen aanschaffen en plaatsen, verwacht u dan dat een installateur alles voor u uitzoekt en de warmtepomp plaatst, of bepaalt u liever zelf het type en merk dat geplaatst moet worden?

BRON: USP - STICHTING VERWARMING EN SANITAIR

FIGUUR 4.2 PLAATSING INCLUSIEF/EXCLUSIEF PLAATSING



In hoeveel procent van het plaatsen van de warmtepomp regelt u alles (inclusief inkoop) en hoe vaak wordt u alleen ingehuurd om de pomp te plaatsen?

BRON: USP - STICHTING VERWARMING EN SANITAIR

ROL VAN INSTALLATEURS

Naast het plaatsen is het monitoren van een warmtepomp een belangrijke taak voor installateurs. Waar het bij een cv-ketel voornamelijk om het plaatsen ging, is het nu van belang dat installatie ook na het plaatsen in de gaten gehouden wordt. Mocht er iets niet helemaal goed gaan met de installatie dan kan dat een hoge energierekening tot gevolg hebben voor de klant. Dat moeten installateurs natuurlijk proberen te voorkomen.

Een andere interessante verschuiving is dat 80% van de w-installateurs denkt dat er een grotere rol voor e-installateurs in w-activiteiten zal liggen tijdens de energietransitie de komende jaren. Om het werken met de elektrische componenten voor te bereiden moeten zowel e- als w-installateurs getraind worden en moet er meer samenwerking komen tussen deze twee soorten installateurs.

KENNISNIVEAU

In sommige gevallen blijkt dat het nodig is om het kennisniveau van installateurs te verhogen. Om dit te verwezenlijken leidt het grootste deel van de Nederlandse bedrijven hun installateurs zelf op. Ook in het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Frankrijk en Polen leiden bedrijven de installateurs voornamelijk zelf op. In 32% van de gevallen besteden Nederlandse bedrijven de eenvoudige installatie uit. Duitsland en Polen besteden in vergelijking met de andere landen juist weinig werk uit. Het inhuren van installateurs uit andere landen gebeurt over het algemeen vrij weinig.

In de Tabel 4.3 is een totaaloverzicht te zien van wat installatiebedrijven per land doen wanneer zij te weinig gekwalificeerd personeel hebben.

TABEL 4.3 TE WEINIG GEKWALIFICEERD PERSONEEL; WAT TE DOEN? (IN %)

	Nederland	Verenigd Koninkrijk	Duitsland	Frankrijk	Polen	België
Leid zelf installateurs op	64	71	69	49	45	42
Zal minder werk vergen	37	30	17	17	4	27
Het installatieprogramma voor trainingen voor een efficiënt en snel installatieproces	36	59	74	46	28	62
De eenvoudige installatie uitbesteden	32	49	6	27	20	42
Werk met geprefabriceerde installatiesystemen waarvoor minder installatieprogramma's op de bouwplaats nodig zijn	30	40	21	16	3	35
De meer gecompliceerde installatie uitbesteden	29	35	4	12	17	33
Werk met plug-and-play-producten (eenvoudig en snel te installeren)	28	53	9	31	7	47
Besteed activiteiten uit, zoals systeemontwerp, berekeningen en productselectie	17	35	5	19	3	32
Huur installateurs uit andere landen in	9	17	14	16	9	12

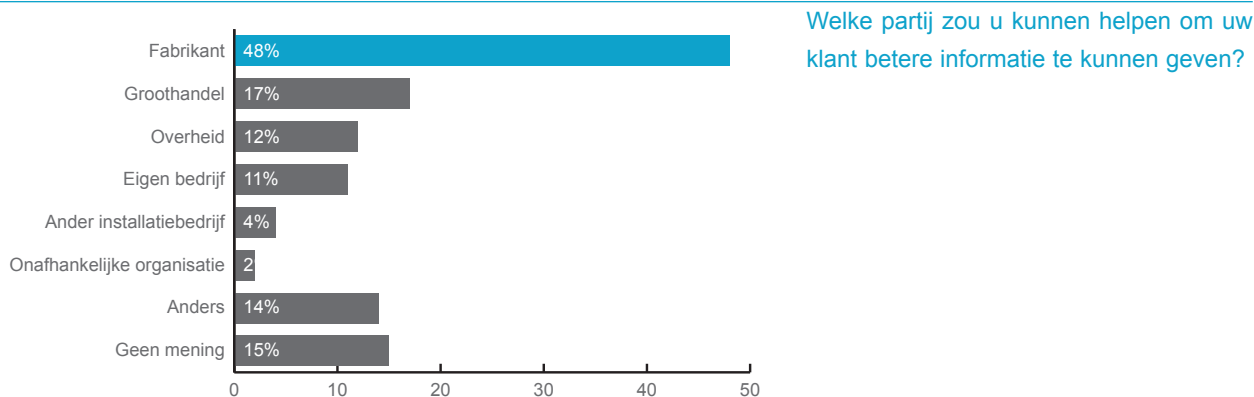
BRON: USP EUROPEAN INSTALLATION MONITOR 2018

INFORMATIEVOORZIENING

Om klanten te kunnen voorzien van de juiste informatie, is het van belang dat installateurs deze informatie kunnen bieden. Het kennisniveau van klanten blijkt beperkt te zijn dus is informatie over warmtepompen gewenst. De fabrikant zou hier volgens installateurs voornamelijk bij kunnen helpen. Van de installateurs blijkt 28% duidelijke/specifieke folders van de fabrikant als hulpmiddel te zien. Ook video's met uitleg vinden zij handig om aan klanten te laten zien als adviseur.

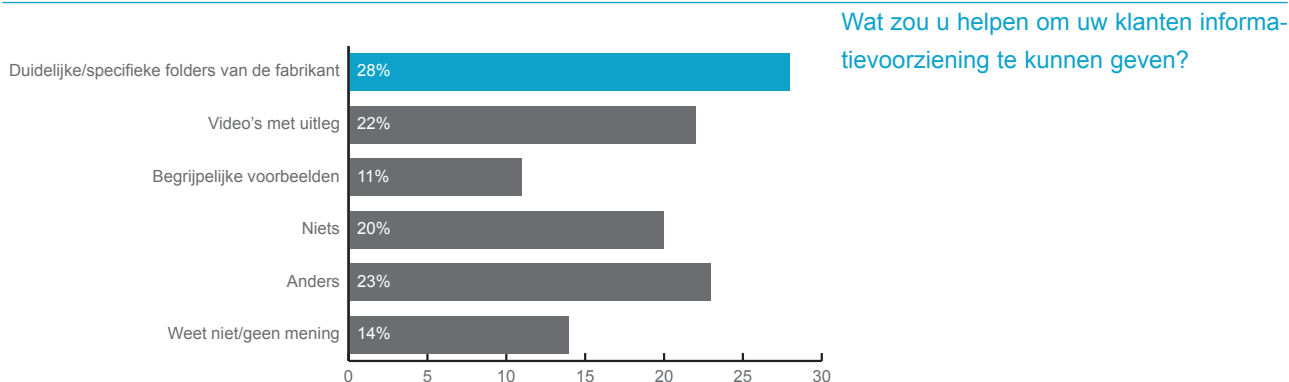
Uit onderstaande figuren blijkt welke partijen en middelen de installateur helpen om klanten betere informatievoorziening te kunnen geven.

FIGUUR 4.4 PARTIJ DIE ZOU KUNNEN HELPEN VOOR BETERE INFORMATIEVOORZIENING



BRON: USP - STICHTING VERWARMING EN SANITAIR

FIGUUR 4.5 UITLEG AAN DE KLANT



BRON: USP - STICHTING VERWARMING EN SANITAIR