

Evaluatie Meer Met Minder
Onderzoeksrapport



Meer Met Minder
Energie

Onderzoeksrapport

In welke mate is MMM er in geslaagd een relatie op te bouwen met de aangesloten aannemers en de eindconsument?



Hanzehogeschool Groningen
Instituut voor Bedrijfskunde
Opleiding Vastgoed & Makelaardij
Blok 3.2. Onderzoek

Groningen, 4 februari 2010

In opdracht van:
Hieke van der Kloet

Coach:
Nina de Vries

Auteurs
Timo Asses
Sonny Gnocchi
Jan-Jacob Posthumus
Bart Sinnige

Voorwoord

Een belangrijk onderdeel van de opleiding Vastgoed & Makelaardij aan de Hanzehogeschool is het werkveld van de toekomstige vastgoedprofessionals te betrekken in het opleidingsproces. Dit onderdeel kwam goed naar voren tijdens het onderzoekblok omdat er een onderzoeksonderwerp werd voorgelegd die daadwerkelijk uit het werkveld kwam. Vanuit het werkveld kwam de vraag om het Meer Met Minder project nader te bekijken, hoe dit project tot nu toe is verlopen. Het was een onderwerp dat voor ons onbekend was, maar gingen vol goede moed met het onderwerp aan de slag.

Het ging om een evaluatieonderzoek naar de Meer Met Minder aanpak. Hierbij was in het eerste stadium het de bedoeling dat er gekeken werd naar meerdere doelgroepen in de Meer Met Minder aanpak. Door miscommunicatie van zowel ons als onderzoeksgroep als de Hanzehogeschool is besloten om de onderzoeksgroep af te bakenen tot de aannemers, welke betrokken zijn bij het Meer Met Minder project. Dit is gedaan omdat naar verwachting de aannemers de belangrijkste groep is voor de Meer Met Minder aanpak. Na enige bijsturing in de aanpak van het onderzoek is er begonnen met de uitvoering van het onderzoek onder de aannemers.

De samenwerking binnen de onderzoeksgroep is goed verlopen. Tijdens dit project zijn er wel een aantal dingen mis gegaan. Ten eerste is er met de tijdsplanning geen rekening gehouden met de onderzoeksgroep. Dit was erg lastig in verband met het tempo-programma, hierdoor waren er weinig face-to-face contactmomenten met de coach. Daarnaast werd door ziekte van de coach het onderzoek eveneens vertraagd. Verder hadden de coach en de opdrachtgever beiden een (gedeeltelijk) ander beeld over het onderzoek. Hierdoor was deels een verkeerd opgezet, welke later weer aangepast moest worden. Ook vanuit de onderzoeksgroep is er niet altijd goed geanticipeerd op de gebeurtenissen. Een voorbeeld hiervan is het moment vlak voor kerst. Het contact met de coach verliep niet goed en dus is er rondom kerst vrijwel niets gedaan aan het onderzoek. Wij hadden de onderzoeksopzet die er toen lag kunnen uitvoeren, maar dat hebben wij destijds nagelaten. Toen we uiteindelijk aan het onderzoek waren begonnen, verliep het onderzoek snel en soepel. Hierdoor hebben we in onze ogen toch een bevredigend onderzoek uit kunnen voeren.

Management Summary

In 2006 is het convenant Meer Met Minder (MMM) ondertekend door verschillende partijen, waaronder het Ministerie van VROM. Dit convenant houdt in dat het energieverbruik in huishoudens en andere gebouwen drastisch terug moet worden gebracht. Door middel van energiebesparende maatregelen wil MMM dit doel gaan bereiken.

De doelstelling van het evaluatieonderzoek onder de aangesloten aannemers bij MMM was om met de uitkomsten van het onderzoek de relatie tussen MMM en de aannemer en de eindconsument in beeld te brengen. De vraag die centraal staat gedurende het onderzoek is: *In welke mate is MMM er in geslaagd een relatie op te bouwen met de aangesloten aannemers en de eindconsument?* Om deze centrale vraag te beantwoorden zijn er een aantal specifieke deelvragen opgesteld. Om de centrale vraag te beantwoorden zijn eerst de deelvragen beantwoord.

De volgende onderzoeksmethode is gebruikt om informatie in te winnen ten faveure van het onderzoek: *'Het doen van kwalitatief onderzoek met behulp van telefonische interviews met open vragen'*. Er is gekozen voor kwalitatief onderzoek. Dit omdat een kwalitatief onderzoek ruimte geeft voor een eigen inbreng van de respondent.

Uit de interviews zijn belangrijke resultaten naar voren gekomen. Sinds de ondertekening van het convenant Meer Met Minder in 2006 is de relatie nog erg prille. Het aantal aannemers dat zich tot op heden heeft aangesloten, beperkt zich tot een selecte groep aannemers. Daarnaast hebben aannemers nog niet veel gebruikt gemaakt van de mogelijkheden die MMM hen biedt. Slechts een kleine groep aannemers heeft tot op heden extra omzet kunnen genereren dankzij MMM. Daarnaast zorgt het slechte communicatieproces voor onduidelijkheden en problemen.

Een groot deel van de aannemers geeft in het interview aan dat de naamsbekendheid van MMM nog te gering is om het initiatief tot een succes te maken. Tevens is energiebesparing nog niet een prioriteit voor de consument. Zij zien kostenbesparingen in hun verbouwing als prioriteit, dit verkiezen zij boven het milieuvriendelijke MMM.

Kortom de relatie die Meer Met Minder wil opbouwen met zowel de aannemer als de consument is nog niet op het niveau dat het zou moeten zijn. Er zijn nog tal van verbeterpunten die MMM tot een succes kunnen maken.

Er kan worden aanbevolen om een nog diepgaander onderzoek uit te laten voeren onder de totale populatie van de aangesloten aannemers bij het MMM project. Hierdoor zou een volledig beeld kunnen worden verkregen.

Daarnaast wordt er aanbevolen om een onderzoek te doen onder de consumenten in Nederland. Hierbij kunnen de beweegredenen om voor MMM te kiezen onderzocht worden.

Het laatste dat wordt aanbevolen, is er dat onderzoek wordt gedaan naar het systeem rondom de subsidie aanvragen. Uit het onderzoek dat momenteel is uitgevoerd blijkt dat een aantal aannemers het systeem ingewikkeld vinden en het niet als positief ervaren.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	6
1.1 Aanleiding tot het onderzoek.....	6
1.2 Inhoudelijke oriëntatie.....	7
1.3 Doel van het onderzoek.....	7
1.4 Probleemstelling en deelvragen.....	8
1.5 Begripsafbakening.....	9
1.6 Verwachtingen.....	10
2. Methode	11
2.1 Populatie en steekproef.....	11
2.2 Informatie verzamelingmethode.....	12
2.3 Meetinstrument.....	13
2.4 Verloopveldwerk.....	16
2.5 Vraagtype.....	16
2.6 Analysemethoden.....	16
2.7 Validiteit en betrouwbaarheid.....	16
3. Resultaten	18
3.1 Onderzoeksgroep.....	19
3.2 Kwalitatieve resultaten.....	19
4. Conclusie	23
4.1 Conclusie deelvragen.....	23
4.2 Conclusie centrale vraag.....	26
4.3 Uitkomst verwachtingen.....	26
5. Aanbevelingen	27
6. Evaluatie	28
6.1 Productevaluatie.....	28
6.2 Procesevaluatie.....	28
Literatuurverwijzing	29
Bijlagen	
Bijlage 1 Verkennend interview	
Bijlage 2 Interviewgegevens verwerking	
Bijlage 3 Afgenomen interviews	

1. Inleiding

1.1 Inhoudelijke oriëntatie

In 2006 is het convenant Meer Met Minder (MMM) ondertekend door verschillende partijen. Meer Met Minder (MMM) is een gezamenlijk initiatief van de overheid (ministeries EZ, VROM en WWI), woningcorporaties (Aedes), bouwbedrijven (Bouwend Nederland), de installatiesector (UNETO-VNI) en de energiebedrijven (EnergieNed en VME). MMM is in leven geroepen om de strijd tegen de klimaatverandering aan te gaan. Dit moet worden bereikt door middel van een nationale aanpak wat betreft energiebesparing in bestaande woningen en andere gebouwen. Deze aanpak heeft tot doel om tot 2020 2,4 miljoen bestaande woningen en andere gebouwen aan te pakken en gemiddeld 20 tot 30% energiezuiniger te maken. MMM heeft zichzelf geen korte termijn doelen gesteld, maar richt zich op energiezuinig leven op de lange termijn. Om de doelstelling in 2020 te bereiken streeft MMM ernaar om met 200.000 tot 300.000 bestaande woningen/gebouwen per jaar, 40 tot 60 % van de totale bestaande bebouwing te hebben aangepakt. Hierin zal 15 tot 25 miljard euro geïnvesteerd worden, wat rond de 4.000 tot 6.000 euro per woningen is. Wel wordt het MMM project jaarlijks geëvalueerd. Tot op heden zijn hier nog geen resultaten over beschikbaar. Het MMM project is in 2008 van start gegaan.¹

Het kabinet en andere initiatiefnemers willen de uitstoot van broeikasgassen in 2020 met 30% hebben verminderd ten opzichte van 1990. Deze doelstelling wordt bemoeilijkt door de verbranding van olie, gas en kolen voor de opwekking van energie. Hierdoor komen veel broeikasgassen vrij en wordt het broeikasgaseffect versterkt. Hierdoor stijgt de temperatuur en zal de zeespiegel stijgen. Om deze reden is het MMM project opgestart met maar één doelstelling: energiebesparing.

Het convenant MMM houdt in dat het energieverbruik in huishoudens en andere bestaande gebouwen drastisch terug moet worden gebracht. Door middel van energiebesparende maatregelen in bestaande woningen wil MMM dit doel gaan bereiken. De energiebesparing in de woningen kan op drie manieren plaatsvinden. Allereerst door aanpassing van het eigen gedrag (bijvoorbeeld: schakel apparaten uit in plaats van ze op stand-by te zetten), daarnaast door eenvoudige maatregelen (bijvoorbeeld: led-lampen) en tot slot door verbouwingen (bijvoorbeeld: isoleren, dubbel glas en zonnepanelen). De MMM aanpak richt zich voornamelijk op de verbouwingen, zonder de aanpassing van gedrag en eenvoudige maatregelen uit het oog te verliezen. Naast deze drie manieren stimuleert MMM het opwekken van eigen duurzame elektriciteit en warmte door middel van zonnepanelen, zonneboilers en warmtepompen. Op al deze vormen van opwekking van duurzame energie en verbouwingen zijn subsidies aan te vragen.²

Naast het feit dat MMM voor een reducering van het energieverbruik moet zorgen, wordt er ook nog eens in de komende 13 jaar een stijging van ruim 10.000 banen verwacht.³

Voor de lancering van het MMM project stonden de initiatiefnemers nog voor een aantal barrières. Zo zouden consumenten niet het vertrouwen hebben dat hun

¹ Meer Met Minder, *wie zijn wij?*. Geraadpleegd op 7 december 2009 via http://www.meermetminder.nl/wie_zijn_wij_

² Meer Met Minder Energiekrant, R. van de Weg (oktober 2009), *Subsidie*. Geraadpleegd op 7 december 2009

³ Meer Met Minder(2007). Geraadpleegd op 1 februari 2010 via <http://www.vrom.nl/docs/200706-meer-met-minder.pdf>

energierekening daadwerkelijk omlaag zou gaan. Uit een artikel over energieverpilling, eind 2009, bleek dat 75% van de Nederlandse bevolking vindt dat Nederland energie verspild. 37% van de bevolking geeft hierin aan dat zij zelf ook energie verspillen. Wel is de meerderheid bereid om maatregelen te nemen tegen energieverpilling.⁴ Niet alleen het project MMM biedt dergelijke maatregelen tot energiebesparing, maar er zijn ook andere partijen die deze mogelijkheden bieden of zelf maatregelen nemen ten behoeve van energiebesparing. Denk hierbij maar aan Nuon⁵, universiteiten⁶ en provincies⁷.

Verder zou de investeringsdrempel voor energiebesparende verbouwingen te hoog zijn. Hierbij gaven consumenten aan dat je geen tweede hypotheek neemt voor energiebesparende verbouwingen. Daarbij komt ook nog eens dat er op dit moment sprake is van een economische crisis. Hierdoor zijn de consumenten eerder geneigd tot bezuinigingen en geven hun voorkeur aan de primaire levensbehoeften.⁸

1.2 Aanleiding tot het onderzoek

Dit onderzoeksrapport is een evaluatieonderzoek naar het MMM project. Dit onderzoek is in opdracht van Hieke van der Kloet uitgevoerd. Zoals hierboven al is genoemd richt MMM zich voornamelijk op verbouwingen. Deze verbouwingen worden uitgevoerd door aannemers en zij zijn daarom een belangrijke schakel voor het behalen van de gestelde doelstelling in 2020. Uit een publicatie van Postbus 51 blijkt dat veel aannemers weinig kennis hebben energiebesparingen en erg terughoudend zijn⁹. Naar aanleiding van de publicatie is contact opgenomen met een willekeurige aannemer in Nederland die is aangesloten bij MMM. Uit dit gesprek is gebleken dat de aannemer erg ontevreden is over de huidige relatie met MMM en de consument. Dit was de aanleiding tot het onderzoek, om de relatie van MMM met de aannemer en consument in beeld te brengen.

1.3 Doel van het onderzoek

De doelstelling van het evaluatieonderzoek onder de aangesloten aannemers bij MMM was om met de uitkomsten van het onderzoek de relatie tussen MMM en de aannemer en de eindconsument in beeld te brengen. Zo'n beeld is er tot op heden nog niet. Het belang hiervan is dat als de relatie tussen de aannemer en MMM niet goed is, kan de doelstelling van MMM om in 2020 30% van de bestaande woningen energiezuiniger te maken niet behaald worden. Daarom is het van belang voor MMM om inzicht te krijgen in de huidige relatie met de aannemer om eventuele problemen te kunnen verhelpen.

Het evaluatieonderzoek is gericht op de aannemers die aangesloten zijn bij MMM. MMM richt zich op drie manieren van besparen: aanpassing van het gedrag, kleine maatregelen en verbouwingen. In het beleid geeft MMM aan dat ze voornamelijk gericht zijn op verbouwingen. Dit omdat verbouwingen zorgen voor de meeste energiebesparing. De aannemer is hierin de belangrijkste schakel omdat zij de verbouwingen uitvoeren.

⁴ Nuon, (2009). Nederland ziet zichzelf als energieverpillend. Geraadpleegd op 29 januari 2010, via http://www.energiechannel.nl/nieuws_details.php?nid=986

⁵ Nuon, (2009). Geld besparen. Geraadpleegd op 29 januari 2010, via <http://www.nuon.nl/geld-besparen/>

⁶ UvA Persvoorlichting, (2009). Andere energiebesparende projecten en maatregelen. Geraadpleegd op 1 januari 2010, via <http://www.uva.nl/duurzaamheid/bedrijfsvoering/energie.cfm/364B8E8B-1321-BOBE-A45A5A9849BD75F5>

⁷ Metaalnieuws, (2010). Brabantse metaalondernemers besparen energie. Geraadpleegd op 29 januari 2010, via http://www.energiechannel.nl/nieuws_details.php?nid=1398

⁸ Verbrugge, R. (2009). Zo komt uw bedrijf door de crisis. Geraadpleegd op 1 februari 2010, via http://www.reneverbrugge.nl/upload/785/documents/Zo_komt_uw_bedrijf_door_de_crisis.pdf

⁹ Senternovum, (2009). Energiebesparing steeds belangrijker bij verbouwing en renovatie. Geraadpleegd op 28 januari 2010, via <http://www.postbus51.nl/nl/home/publicaties/consumentenzaken/energie-en-waterleiding/energiebesparing/energiebesparing-steeds-belangrijker-bij-verbouwing-en-renovatie.html>

Uit een publicatie van postbus 51¹⁰ blijkt dat de aannemers een grote rol spelen in de energiebesparing. Dit is dan ook de reden waarom het evaluatieonderzoek gericht is op de aannemers.

1.4 Probleemstelling en deelvragen

De vraag die centraal staat gedurende het onderzoek is: In welke mate is MMM er in geslaagd een relatie op te bouwen met de aangesloten aannemers en de eindconsument? Dit onderzoek is voornamelijk gericht op de bij MMM aangesloten aannemers.

Naar aanleiding van een gesprek met de opdrachtgever op dinsdag 18 november 2009 over het MMM project is er de vraag gerezen; *Wat is de relatie tussen Meer Met Minder en de aannemers en anderzijds hoe is de relatie tussen de aannemers en hun consumenten?* Het is van belang om te weten of de doelstelling van de MMM aanpak in 2020 eventueel in gevaar zou kunnen komen. Daarnaast is het belangrijk dat de communicatie, en dus de relatie, goed is tussen de verschillende partijen.

Uit een verkennend voorgesprek met een aannemer is al na voren gekomen dat de aannemer erg ontevreden is over de huidige relatie met MMM en de consument. Door dit verkennend gesprek is er een bepaalde verwachting ontstaan bij het onderzoeksteam en daarom is het goed om te onderzoeken of meerdere aannemers met dezelfde problemen kampen. De vraag die dan ook centraal zal staan gedurende het onderzoek is:

In welke mate is MMM er in geslaagd een relatie op te bouwen met de aangesloten aannemers en de eindconsument?

In de centrale vraagstelling komen twee belangrijke onderwerpen naar voren. Deze twee onderwerpen zijn opgesplitst in twee te beantwoorden zijn er een deelvragen, namelijk:

- Hoe is de relatie tussen de aangesloten aannemers en Meer Met Minder?
- Hoe is de relatie tussen de aangesloten aannemers en hun consumenten?

Om deze centrale vraag en de deelvragen te beantwoorden zijn er een aantal specifieke onderzoeksvragen per subvraag opgesteld:

Relatie aangesloten aannemers en Meer Met Minder:

- Hoe worden de aannemers benaderd door Meer Met Minder?
- Hoe komt het dat er nog maar een klein deel van de totale doelgroep aannemers is aangesloten bij Meer Met Minder?
- Hoe wordt het contact onderhouden tussen Meer Met Minder en de aannemers?
- Hoe draagt het communicatie proces, tussen de aannemers en Meer Met Minder, bij aan het succes van Meer Met Minder?
- Hoe staan de aannemers tegenover de Meer Met Minder aanpak sinds de oprichting van Meer Met Minder?

¹⁰ Senternovum, (2009). Energiebesparing steeds belangrijker bij verbouwing en renovatie. Geraadpleegd op 28 januari 2010, via <http://www.postbus51.nl/nl/home/publicaties/consumentenzaken/energie-en-waterleiding/energiebesparing/energiebesparing-steeds-belangrijker-bij-verbouwing-en-renovatie.html>

Relatie aangesloten aannemers en hun consumenten:

- Wat zijn de praktijkervaringen van de betrokken aannemers en de consument?
- Welke energiebesparende verbouwingen worden het meest toegepast door de consument?
- Wat zijn de voornaamste motieven van de consument om gebruik te maken van Meer Met Minder?

Er is gekozen voor deze deelvragen omdat deze in de optiek van het onderzoeksteam zullen leiden tot een succesvolle beantwoording van de centrale vraag. Door deze vragen wordt er inzicht verkregen in de verschillende invalshoeken van het Meer Met Minder project.

1.5 Onderzoeksafbakening

Voordat aan het onderzoek kan worden begonnen zal eerst het onderzoek afgebakend moeten worden. Dit zal worden gedaan door middel van een begripsafbakening. Hierdoor staat de betekenis van een begrip vast en is de betekenis helder gedurende het gehele onderzoek. Daarnaast worden de grenzen van het onderzoek hierdoor aangegeven. Tevens geeft het duidelijk aan naar welke informatie gezocht wordt gedurende de informatieverzameling.

Voor de uitvoering van het onderzoek is er voor gekozen om het onderzoek over heel Nederland te doen. Hierdoor ontstaat er een zo'n algemeen mogelijk beeld. Vanuit daar is het mogelijk om mogelijke diversiteit per regio te constateren.

Hieronder staan de betreffende begrippen opgesomd:

- Aannemer:

Een aannemer is een onderneming die de verantwoordelijkheid op zich neemt om bouwactiviteiten die gerelateerd zijn aan het Meer Met Minder project te realiseren en te coördineren.

- Subsidies:

Subsidies zijn gelden die zijn vrijgemaakt door de overheid om consumenten tegemoet te komen in hun kosten voor verbouwingen die het Meer Met Minder project ondersteunen. Het gaat hierom energie besparende maatregelen.¹¹

- Resultaten:

De uitkomsten van Meer Met Minder projecten die tegemoet komen in de doelstelling van Meer Met Minder. Deze resultaten moeten bijdragen aan succesvolle beantwoording van de deelvragen en tevens de centrale vraagstelling.

- Communicatieproces:

De manier waarop MMM de aannemers inlicht en de manier waarop de aannemers hun consumenten inlichten met betrekking tot de MMM aanpak.

- Praktijkervaring:

Hoe hebben aannemers de MMM aanpak werkelijk beleefd in hun eigen werkveld.

¹¹ Asses, T (2009). Subsidies, *Individuele oriëntatie*. Geraadpleegd op 25 november 2009.

1.6 Verwachtingen

Naar aanleiding van het gesprek met de opdrachtgever is dit evaluatieonderzoek opgezet. Dit om te kijken hoe de relatie tussen aannemers en MMM er momenteel voor staat. Hierbij is het de verwachting dat er zich een aantal problemen voordoen tussen de aannemers en de MMM aanpak. Deze verwachting komt mede voort uit een verkennend interview met een willekeurig gekozen aangesloten aannemer en uit het oriëntatie rapport dat is opgesteld om meer inzicht te verkrijgen in Meer Met Minder.¹²

Ten eerst verwachten wij dat de aannemers de Meer Met Minder site onoverzichtelijk vinden. Niet alleen de aannemer vindt de site onoverzichtelijk maar het onderzoeksteam zelf ook. Het is bijvoorbeeld onduidelijk hoeveel aannemers er precies aangesloten zijn bij Meer Met Minder. Daarnaast denken wij ook dat de aannemers problemen ondervinden met de subsidieprocedure. In het verkennend interview kwam al na voren dat de aanvraag voor subsidies veel tijd in beslag neemt en dat het erg omslachtig is.

Ook verwachten wij dat de consumenten tot op heden nog weinig gebruik maken van de mogelijkheden die Meer Met Minder biedt. De economische crisis zal hiervan waarschijnlijk de grootste oorzaak zijn. Doordat er op dit moment sprake is van een crisis zullen consumenten niet snel drastische verbouwingen aan hun huis doen.

Daarnaast verwachten wij ook dat de werkgelegenheid niet met 10.000 banen omhoog zal gaan. Dit zal met name te maken hebben met het feit dat consumenten in deze tijden weinig investeren en aannemers hierdoor geen extra werk genereren.

¹² Zie bijlage 1; Burgmeijer, aannemersbedrijf (2009), *persoonlijke ervaring van aannemer met MMM*, geraadpleegd op 8 december 2009

2. Methoden

De doelstelling van het evaluatieonderzoek onder de aangesloten aannemers bij MMM was om met de uitkomsten van het onderzoek de relatie tussen MMM en de aannemer en de eindconsument in beeld te brengen. Hiervoor is het belangrijk om te weten om wat voor populatie gaat: Het gaat hier om het aantal aangesloten aannemers. De wijze van onderzoeken is van belang om te bepalen wat voor gegevens er verzameld willen worden. Deze zal dan ook worden verklaard en het verloop daarvan zal worden beschreven.

2.1 Populatie en domein

In eerste instantie zouden de, bij het Meer Met Minder-aanpak aangesloten, aannemers in de provincie Groningen worden benaderd om mee te werken aan het onderzoek. Na enig deskresearch te hebben gedaan bleek dat deze populatie niet groot genoeg is om een kwalitatief sterk onderzoek op te zetten. Er is uiteindelijk voor gekozen om aannemers verspreid over heel Nederland te benaderen. De populatie waarop het onderzoek wordt uitgevoerd bestaat uit de aannemers die betrokken zijn bij MMM project. De aannemer moet aangesloten zijn bij het MMM en mogelijk via één van de initiatiefnemers van MMM. Het was in eerste instantie onduidelijk hoeveel aannemers precies waren aangesloten bij MMM. Op de site van MMM staat een zoekprogramma naar aangesloten aannemers. Via dit zoekprogramma was het onmogelijk om een duidelijk beeld te krijgen van het aantal aangesloten aannemers bij MMM. Door een aantal keer te bellen met de helpdesk van MMM, kregen de juiste persoon te pakken die ons kon vertellen hoeveel aannemers er waren aangesloten bij MMM. Deze persoon vertelde ons dat op dit moment in totaal 63 aannemers aangesloten zijn bij MMM. Uit verder onderzoek blijkt dat er in Nederland in totaal 5.000 aannemers zijn. Dit zijn de aannemers die aangesloten zijn bij Bouwend Nederland.¹³

In dit onderzoek is er voor gekozen om kwalitatief onderzoek te doen doormiddel van een telefonisch interview. Doordat deze onderzoeksmethode veel tijd in beslag neemt, wordt niet gehele populatie van 63 aangesloten aannemers onderzocht. Om een representatief beeld te krijgen van de populatie is er gekozen om iets meer dan 25 procent van de populatie te interviewen. Dit komt er op neer dat er 16 van 63 aannemers worden geïnterviewd. Om te voorkomen dat er aannemers geïnterviewd worden die niet aangesloten zijn bij MMM, wordt er in de openingsfase van het interview hiernaar gevraagd. Tijdens het onderzoek kan het voorkomen dat aannemers niet willen mee werken aan het interview of niet opnemen, dit wordt non-response genoemd. Om te voorkomen dat de representativiteit van het onderzoek niet om laag gaat, is er voor gekozen om 8 extra aannemers verspreid over Nederland te selecteren voor het onderzoek. Tijdens het onderzoek bleek dat 5 aannemers niet konden of wilde meewerken aan het interview.

¹³ Bouwendnederland, (2010). Ledenlijst Bouwend Nederland. Geraadpleegd op 2 februari 2010, via <http://www.bouwendnederland.nl/regionoord/overons/ledenlijst/Pages/default.aspx>

2.2 Informatie verzamelingmethode

De volgende onderzoeksmethode is gebruikt om informatie in te winnen ten faveure van het onderzoek:

‘Het doen van kwalitatief onderzoek met behulp van telefonische interviews met open vragen’.

Er is gekozen voor kwalitatief onderzoek. Het houden van open interviews valt onder het houden kwalitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek is niet gebonden aan het verzamelen van cijfermatige gegevens. Daardoor geeft een kwalitatief onderzoek ruimte voor een eigen inbreng van de respondent. Hierdoor kan de respondent meer zijn eigen verhaal kwijt en kan op deze manier meer informatie worden ingewonnen. De gegevens die tijdens de interviews worden verzameld zijn in tegenstelling tot kwantitatief onderzoek niet meetbaar. Hierbij moet kwalitatief onderzoek ook niet als alternatief voor kwantitatief onderzoek worden gezien. Kwalitatief onderzoek is weliswaar niet in cijfers uit te drukken, maar er ontstaat hierbij wel de mogelijkheid om als onderzoeker het `veld` in te gaan.

Omdat in dit onderzoek de beleving van de aangesloten aannemers van Meer Met Minder centraal staat kan er doormiddel van het houden van interviews goede antwoorden gegeven worden op de gestelde vragen.

Daarnaast is het ook lastig om in kaart te brengen hoe MMM er momenteel voor staat met een kwantitatief onderzoek. Dit zijn geen statistische gegevens en de aannemers zullen allen er een eigen mening over hebben.

De opdrachtgever heeft aangegeven dat een kwalitatief onderzoek het best past bij een evaluatie onderzoek. Tevens gaf zij aan dat dit het de eerste keer is dat er evaluatie onderzoek naar Meer Met Minder verricht wordt.

Naast de keuze voor kwalitatief of kwantitatief onderzoek is ook de wijze van interviewen van belang. Er is gekozen voor een telefonisch open interview, hierbij is er direct contact met de respondent en is de respons hoog. Ook als een aannemer niet wil meewerken is dit snel bekend. Bij bijvoorbeeld een schriftelijk interview is het onderzoek afhankelijk van de bereidheid van de aannemers om mee te werken. Eerder genoemde argumenten zorgen voor de verantwoording van het gekozen telefonische interview. Door de juiste (open) vragen te stellen en goed door te vragen kan er veel informatie worden verzameld. Door het doorvragen kan de informatie ook op de juiste manier worden geïnterpreteerd, iets wat bij kwantitatief onderzoek niet vanzelfsprekend is.

Bij alle interviews worden dezelfde vragen gesteld. De na afloop beschikbare data hangt af van de antwoorden van de aannemer evenals van het doorvragen van de interviewers. De mogelijkheid tot doorvragen bij een telefonisch interview verhoogt de diepgang. Dit zou bijvoorbeeld anders zijn bij een schriftelijk interview, waarbij het antwoord naar verwachting kort en bondig is.

Door tijdgebrek kunnen de aannemers vooraf niet benaderd worden om een afspraak te maken voor het telefonische interview. De aannemers moeten hierdoor direct worden gevraagd of ze adhoc mee willen werken aan een interview. Mocht dit niet het geval zijn dan zal een andere bij het MMM project aangesloten aannemer benaderd moeten worden.

2.3 Meetinstrument

Om aan de benodigde informatie te komen is er gekozen voor een halfgestructureerd open interview. Het interview bestaat uit een 13tal vaste vragen. De respondent kan op enkele vragen uitgebreid antwoord geven. Hiermee zal diepgaande informatie worden verworven. Voordat het interview start wordt er verteld wie het interview houdt en waarvoor. Hieronder staat het interview met de verantwoording.

Goedemiddag, u spreekt met van de Hanzehogeschool. Wij zijn momenteel bezig met een evaluatieonderzoek van Meer Met Minder. Aan de hand van dit evaluatieonderzoek willen wij Meer Met Minder helpen bij het verbeteren van de aanpak. Dit kan gunstig voor u als aannemer zijn. U bent één van de aangesloten aannemers die wij graag willen interviewen. Heeft u 15 minuten de tijd om deel te nemen aan dit interview?

Wij verwachten dat de aannemers graag willen deelnemen. Aan de hand van een evaluatieonderzoek kan MMM alleen maar beter worden en daar hebben de aannemers voornamelijk belang bij.

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Deze vraag wordt gesteld om de kennis van de aannemers binnen het MMM project te bepalen. Als de aannemer recent is aangesloten heeft hij minder te maken gehad met MMM dan aannemers die al vanaf het begin, half 2008, zijn aangesloten.

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Voor MMM is het goed om te weten hoe zij met de aannemers in aanraking zijn gekomen. Uit een klein vooronderzoek is gebleken dat Meer Met Minder zelf niet veel doet om aannemers te laten aan sluiten. Met deze vraag wordt de aanraking met MMM duidelijk.

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Er kunnen voor de aannemers verschillende belangen een rol spelen om zich aan te sluiten bij MMM. Door deze vraag te stellen worden deze belangen achterhaald.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Door deze toch algemene vraag te stellen kan de aannemer een uitgebreid antwoord geven. Uit vooronderzoek is gebleken dat de aannemers erg kritisch zijn over MMM. Met deze vraag worden de positieve en negatieve aspecten van MMM initiatief achterhaald.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

MMM wil dat mensen energiebesparende maatregelen nemen. Hiervoor moeten de consumenten naar de aannemer. Met deze vraag weten we of MMM heeft geholpen bij extra werkzaamheden voor de aannemer. De hoeveel extra werkzaamheden bepaald mede het succes van MMM.

6. *Hoe bent u ingelicht door Meer Met Minder?*

Met deze vraag wordt achterhaald wat MMM doet om zijn aangesloten aannemers te informeren. Een goed geïnformeerde aannemer kan de consument beter helpen. Het is daarom van belang te weten hoe MMM de aannemers inlicht.

7. *Hoe past u Meer Met Minder toe in uw bedrijf?*

Deze vraag wordt gesteld omdat het van belang is om te weten wat de aangesloten aannemer extra doet ten opzichte van een niet aangesloten aannemer. Mogelijkheden kunnen zijn; door adverteren en subsidies aanvragen voor de klant.

8. *Welke problemen bent u tegen binnengekomen bij MMM?*

Door vooronderzoek zijn enkele problemen naar voren gekomen waar een aannemer tegen aan loopt. Het is van belang om te weten welke problemen aannemers tegenkomen. Dit omdat er op deze manier wat aan de problemen kan worden gedaan.

9. *Doet MMM wat met de problemen die u tegen bent gekomen?*

Voor het succes van MMM moeten de problemen worden opgelost. Het is van belang om te weten of MMM momenteel genoeg doet om de problemen van de aannemers op te lossen. Problemen die kunnen voorkomen zijn; subsidie aanvraag lukt niet, geen duidelijkheid op de site, etc.

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Met deze vraag wordt achterhaald wat er nog beter kan worden gedaan door MMM. Hierbij valt te denken aan de aanvraag van subsidies en het gebruik van de website. Door deze verbeterpunten toe te passen kan MMM een groter succes worden.

11. *Welke verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op Meer Met Minder?*

Er zijn verschillende subsidies mogelijk op energiebesparende maatregelen. Op de site van MMM zijn deze te vinden. Het is daarom van belang om te weten voor welke maatregelen de consument kiest.

12. *Zijn de consumenten die een verbouwing uitvoeren geïnteresseerd in energiebesparing, kostenbesparing of heeft de consument andere motieven?*

Met deze vraag achterhalen we de achterliggende gedachte van de consument. Het is van belang om te weten of ze om het milieu geven of dat ze alleen geld willen besparen. Hier zou MMM op kunnen inspelen.

13. *Zijn er strenge eisen om bij Meer Met Minder aan te sluiten?*

Het is van belang te weten of het voor aannemers gemakkelijk is om aan te sluiten. Als er strenge eisen zijn, zijn er veel aannemers die er geen moeite voor willen doen. Dit kan het succes benadelen.

Hartelijk dank voor uw deelname aan het interview. Ben ik misschien een vraag vergeten of heeft u zelf nog misschien iets toe te voegen aan het interview? Nogmaals bedankt voor uw medewerking en een fijne dag toegewenst.

Met dit slot geven wij de respondent de gelegenheid om iets toe te voegen aan het interview wat van belang kan zijn. Daarnaast wordt de respondent bedankt voor de medewerking zodat het gesprek netjes wordt afgerond.

Verband van vragen

In welke mate is MMM er in geslaagd een relatie op te bouwen met de aangesloten aannemers en de eindconsument?

Hoe is de relatie tussen de aangesloten aannemers en Meer Met Minder?

Hoe is de relatie tussen de aangesloten aannemers en Meer Met Minder?

Hoe worden de aannemers benaderd door Meer Met Minder?	Hoe komt het dat er nog maar een klein deel van de totale doelgroep aannemers is aangesloten bij Meer Met Minder?	Hoe wordt het contact onderhouden tussen Meer Met Minder en de aannemers?	Hoe draagt het communicatie proces, tussen de aannemers en Meer Met Minder, bij aan het succes van Meer Met Minder?	Hoe staan de aannemers tegenover de Meer Met Minder aanpak sinds de oprichting van Meer Met Minder?
--	---	---	---	---

Wat zijn de praktijk-ervaringen van de betrokken aannemers en de consument?	Welke energie-besparende verbouwingen worden het meest toegepast door de consument?	Wat zijn de voornaamste motieven van de consument om gebruik te maken van Meer Met Minder?
---	---	--

Interview-vragen: • 2	Interview-vragen: • 1 • 3	Interview-vragen: • 6	Interview-vragen: • 7 • 8 • 9	Interview-vragen: • 4 • 5 • 10
--------------------------	---------------------------------	--------------------------	--	---

Interview-vragen: • 11 • 12 • 13	Interviewvragen: • 11	Interview-vragen: 12
---	--------------------------	-------------------------

2.4 Verloop veldwerk

Het onderzoek is gestart door te onderzoeken hoeveel aannemers aangesloten zijn bij het MMM project, uit dit onderzoek kwam naar voren dat er momenteel 63 aannemers aangesloten zijn bij Meer Met Minder. Daarna is er een selectie gemaakt van aannemers uit het gehele land die zullen worden benaderd. Door tijdgebrek konden de aannemers niet vooraf worden benaderd voor een telefonische afspraak. Als de desbetreffende aannemer aangaf te willen meewerken, werd het interview direct afgenomen. De vragenlijst die in de vorige paragraaf besproken is, werd dan afgenomen.

Tijdens het afnemen van de interviews kwam het voor dat we geen respons kregen. Drie aannemers hadden geen behoefte er aan om mee te werken aan het interview en twee aannemers hadden geen tijd voor het interview. In totaal waren er dus 5 aannemers die als non-response werden genoteerd. Bij de selectie van de populatie was hiermee al rekening gehouden, omdat er 8 extra aannemers waren geselecteerd. De uitgewerkte interviews zijn terug te vinden in bijlage 2.

2.5 Vraagtype

Bij het uitvoeren van een onderzoek is het van belang om het juiste vraagtype te gebruiken. Na het vaststellen van het vraagtype ontstaat er al een indicatie van de manier waarop het onderzoek uitgevoerd gaat worden.

Het vraagtype dat voor dit onderzoek gebruikt wordt is beschrijven en definiëren. Ten eerste is het beschrijven van de relatie noodzakelijk. Hierdoor wordt beschreven hoe de relatie nou precies is en wat voor effect het heeft op het Meer Met Minder project. Daarnaast wordt de relatie gedefinieerd, waardoor het achterliggende gedachte wordt achterhaald.

2.6 Analysemethoden

Om de resultaten goed te kunnen verwerken is het belangrijk dat de gegevens die verkregen worden uit de interviews overzichtelijk en handbaar worden gemaakt. Dit houdt in dat de gegevens geanalyseerd moeten worden. Om de gegevens uit de interviews te analyseren is er voor gekozen om de antwoorden die verkregen worden uit de interviews in categorieën te plaatsen. Per vraag wordt er een tabel en een diagram gemaakt waarin de verschillende categorieën antwoorden worden gepresenteerd. Hierdoor worden de kwalitatieve gegevens deels kwantitatief gemaakt, waardoor ze gemakkelijker kunnen worden geanalyseerd.

2.7 Maatregelen om validiteit en betrouwbaarheid te optimaliseren

Voor de resultaten van het onderzoek is het van belang dat ze betrouwbaar zijn. Ze kunnen namelijk worden gebruikt voor belangrijke beslissingen die Meer Met Minder in de toekomst misschien moet nemen. Hierin kunnen toevallige fouten in de opzet en uitvoering de betrouwbaarheid van het onderzoek aantasten. Een onderzoek is betrouwbaar als een herhaling van het onderzoek exact dezelfde uitkomsten geeft.

Om de betrouwbaarheid van ons onderzoek te optimaliseren is tijdens het interview gebruik gemaakt van doorvragen. Indien een vraag nog niet of onvolledig beantwoord was werd er doorgevraagd zodat het juiste antwoord werd achterhaald. Ook ontstond er hierdoor de mogelijkheid tot het controleren van de antwoorden om op deze manier de achterliggende gedachte van de respondenten te achterhalen.

Daarnaast was het doel om een zo'n algemeen mogelijk beeld van Nederland te creëren. Om dit doel te bereiken is er geprobeerd om het onderzoek zo gespreid mogelijk over Nederland te houden. Daarom zijn in elke provincie twee aangesloten aannemers geïnterviewd. Hierin is gebruikt gemaakt van een steekproef van iets meer dan 25 procent. Door dit hoge percentage wordt een representatief beeld van de populatie verkregen, waardoor de betrouwbaarheid vergroot wordt. Dit zorgt ervoor dat er nauwkeurige uitspraken gedaan kunnen worden.

Alvorens de interviews zijn gehouden is er een proefinterview gehouden. Hierbij is er contact opgenomen met een willekeurige aannemer. Op basis van dit proefinterview is het interview bijgesteld. Hierin is vooral na voren gekomen dat er zo professioneel mogelijk te werk gegaan moest worden. Aanvankelijk had de aannemer haast geen tijd om het interview te houden. Maar omdat de tijdsduur vooraf genoemd werd en de aannemer duidelijk ingelicht werd over het doel van het onderzoek was de aannemer bereid om mee te werken. Deze werkwijze is bij alle interviews aangehouden.

Een valide onderzoek betekent dat er gemeten wordt wat er beoogd wordt. Hierbij is de betrouwbaarheid een voorwaarde voor het bepalen van de validiteit van het onderzoek. In feite wordt er hierdoor gekeken na de echtheid van het onderzoek. Hierin geldt hoe minder fouten er worden gemaakt des te geldiger de resultaten.

Om de validiteit van het onderzoek te meten wordt er gekeken naar de interne validiteit en de externe validiteit. De interne validiteit geeft aan in hoeverre er juiste conclusies getrokken kunnen worden.

Omdat het de eerste keer is dat er een onderzoek wordt gehouden onder de aannemers is het nog niet mogelijk te weten of er juiste conclusies getrokken zijn. Daarom is het nog niet mogelijk om de interne validiteit te meten.

Om de externe validiteit te meten wordt er gekeken naar de populatievaliditeit en de begripsvaliditeit. Met de populatievaliditeit wordt de reikwijdte van het onderzoek bepaald. Hierbij is het van belang dat de steekproef relevante kenmerken weergeven van de totale populatie. Omdat er gekozen is voor een steekproef van 25% is er sprake van hoge validiteit. De steekproef is hierdoor representatief waardoor het generaliseerbaar is naar de populatie.

Bij de begripsvaliditeit wordt er gekeken naar wat er precies gemeten wil worden. In het onderzoek is de populatie afgebakend. Hierdoor wordt alleen deze populatie onderzocht ontstaat er de mogelijkheid om nauwkeurige resultaten te creëren.

3. Resultaten

Voor de uitvoering van het onderzoek is er gekozen om met vier personen elk vier interviews af te nemen. Elk persoon diende het interview zelf af te nemen om het vervolgens zelf te verwerken. Deze methode van informatieverschaffing en resultaatverwerking is goed uitgevoerd.

Hieronder vindt u een resultaten overzicht van de benaderde respondenten.

	Voraf geselecteerd	Interviews afgenomen	Non-respons	Achteraf niet benaderd
Aantal aannemers	24	16	5	3

Er is uitgegaan van een directe benadering. Hierbij probeerden wij de aannemer al vanaf het eerste contact te interviewen zonder eerst een afspraak te maken. Vooraf waren er 24 aannemers geselecteerd die zijn samengesteld per provincie om de regionale verschillen te minimaliseren. Uiteindelijk is er 21 maal contact geweest met een aannemer. Bij 16 van de 21 aannemers is er direct een interview afgenomen. Bij de overige 5 aannemers ontstond er non-response. Deze respondenten hadden geen tijd of wilde geen interview afgeven. In onderstaande tabel de resultaten waarom er bij een aantal aannemers geen interview is afgenomen.

Non-respons:

	Geen behoefte	Geen tijd
Aannemers	3	2

Daarnaast is geprobeerd om het onderzoek zo gespreid mogelijk over Nederland te doen. Deze spreiding moet de regionale verschillen minimaliseren. Omdat er niet voldoende aannemers per provincie of landsdeel zijn aangesloten bij MMM om een representatief onderzoek op te stellen is gekozen voor heel Nederland.

Op de onderstaande afbeelding is de spreiding van de 16 gehouden interviews over heel Nederland weergegeven. Gemiddeld zijn dit 2 interviews per provincie.



3.1 Onderzoeksgroep

In opdracht van Hieke van der Kloet is dit onderzoek uitgevoerd. De aannemers die zijn onderzocht zijn aannemers die aangesloten zijn bij het MMM project.

3.2 Kwalitatieve resultaten

Onder een selectieve groep aannemers is een interview afgenomen. In paragraaf 2.3 staat een overzicht van de gestelde vragen met onderbouwing.

De verschillende antwoorden zijn onderverdeeld in verscheidene categorieën. Per vraag is er een tabel gemaakt waarin de antwoorden met het aantal aannemers worden gepresenteerd. Omdat de categorieën antwoorden vooraf niet te voorspellen waren is er niet gekozen voor een enquête. Om het kwalitatief onderzoek duidelijk naar voren te laten komen zijn er bij enkele vragen regels tekst geplaatst met een toelichting. Deze toelichting is gebaseerd op uitspraken van de aannemers.

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

	Aannemers
Juli 2008 (begin)	2
Overig 2008	2
1 ^e half jaar 2009	3
2 ^e half jaar 2009	9
2010	-

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

	Aannemers
Informatiepunt duurzaam bouwen	3
Bouwend Nederland	6
UNETO-VNI	1
Klantenbehoefte	2
Overig	4

- Zelf initiatief;
- Collega bouwbedrijf;
- Internet.

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

	Aannemers
Milieuzuinigheid	1
Service	5
Meer omzet	7
Milieuvriendelijke innovaties	3
Overig	-

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

	Aannemers
Goed met voordelen	5
Goed initiatief, weinig voordeel voor mij	10
Slecht met voordelen	-
Slecht, weinig voordeel voor mij	-
Anders	1

Een respondent die weinig voordeel van Meer Met Minder heeft geeft de volgende toelichting:

- Het initiatief is zelf perfect maar de uitvoering minder. Wij schieten er niet veel mee op omdat het voor ons extra onbetaalde werkzaamheden oplevert. Al krijgen we in de toekomst wel meer opdrachten, dan zijn er veel voordelen.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

	Aannemers
Ja, door advertenties	1
Ja, via de MMM website	1
Enkele, door advertenties	3
Nee, ondanks advertenties	8
Nee, zijn net aangesloten	3

Respondenten vertellen dat ze ondanks advertenties weinig extra werkzaamheden krijgen. Wel zijn ze optimistisch dat wanneer de naamsbekendheid van Meer Met Minder stijgt, de extra werkzaamheden toenemen.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

	Aannemers
Cursusdag	15
Niet	1

7. Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?

	Aannemers
Niet	2
In advertenties de aansluiting vermelden	14
Door klanten te attenderen dat ze subsidies kunnen aanvragen	2
Zelf subsidies voor klanten regelen	2

8. Welke problemen bent u tegen binnengekomen bij MMM?

	Aannemers
Geen	5
Nog geen gebruik van MMM gemaakt	1
Te lage subsidies	2
Slechte naamsbekendheid	1
Lange aanvraag subsidie procedure	5
Onduidelijk wat precies waar ondervalt	3
Overig	1

Aanvullend werd het volgende meegedeeld:

- Het is onduidelijk wat precies waar onder valt.
- Er wordt het nodige dubbelwerk verricht, een adviseur en installateur controleren de woning bij het gebruik van Meer Met Minder.

9. Doet MMM wat met de problemen die u tegen bent gekomen?

	Aannemers
Nee	5
Ik heb nog geen problemen gehad	1
Ze hebben beterschap beloofd	1
Tot dusver nog niet	4
Anders	5

Aanvullend werd het volgende meegedeeld:

- Ik heb de problemen zelf opgelost.
- Te kort lid om een beoordeling te kunnen geven.

10. Wat vindt u dat er (nog) beter kan?

	Aannemers
Website	3
Vergemakkelijking aanvragen	1
Meer promotie	4
Sneller subsidies verstrekken	1
Te kort lid om te oordelen	1
Niets	6

11. Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen met betrekking tot MMM?

	Aannemers
Isoleren van vloer, gevel, dak	8
Zonneboilers	4
Glassubsidies	11
Vervangen CV-ketel	3
Overig	2

Bij antwoord mogelijkheid `overig` worden de overige verbouwingen bedoeld die genoemd staan op de Meer Met Minder site.

12. Zijn de consumenten die een verbouwing uitvoeren geïnteresseerd in energiebesparing, kostenbesparing of heeft de consument andere motieven?

	Aannemers
Alleen energiebesparend	1
Alleen kostenbesparing	9
Combinatie van beide	7
Alleen voor verbouwing	2
Overig	2

13. Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?

	Aannemers
Niet streng	8
Redelijk streng	6
Streng	2
Overig	0

Aanvullend werd het volgende meegedeeld:

- De eisen zijn streng, maar dat moet ook om een hoge kwaliteit te behouden.
- Ik kon me zonder problemen aansluiten bij het Meer Met Minder project.
- De strenge eisen kunnen er voor zorgen dat veel aannemers niet lid worden.
- Meer Met Minder is alleen iets voor middel grote aannemers.
- Meer Met Minder heeft weinig leden omdat de bekendheid nog niet groot genoeg is.

4. Conclusie

In dit hoofdstuk worden de deelvragen en de centrale vraag beantwoord. Ook wordt er gekeken of de vooraf gestelde verwachtingen uit zijn gekomen.

4.1 Conclusie deelvragen

De centrale vraag van dit onderzoek is als volgt geformuleerd in de probleemstelling: *In welke mate is MMM er in geslaagd een relatie op te bouwen met de aangesloten aannemers en de eindconsument?*

Het Meer Met Minder¹⁴ project bestaat nu bijna twee jaar. Na deze twee jaar wil de opdrachtgever in kaart brengen hoe de Meer Met Minder aanpak in de praktijk wordt toegepast. De doelstelling van het evaluatieonderzoek onder de aangesloten aannemers bij MMM was om met de uitkomsten van het onderzoek de relatie tussen MMM en de aannemer en de eindconsument in beeld te brengen. Door dit onderzoek worden de sterke en zwakke punten van het MMM in kaart gebracht. Hierop kunnen eventuele beleidsaanbevelingen of aanbevelingen voor verder onderzoek gegeven worden.

Om aan het achterliggende doel van de opdrachtgever te beantwoorden, gaat het onderzoeksteam kijken naar de ervaringen die aannemers, die aangesloten zijn bij MMM, hebben met de MMM aanpak.

Om de probleemstelling te kunnen oplossen is het van belang om de centrale vraag te beantwoorden. Om de centrale vraag te beantwoorden is het handig om eerst de deelvragen te beantwoorden die leiden tot het antwoord op de centrale vraag. Na het oplossen van de probleemstelling kunnen er aanbevelingen worden gedaan. De deelvragen zijn opgedeeld in twee categorieën namelijk: de relatie tussen aannemer en Meer Met Minder en de relatie aannemer en consumenten. Hieronder de antwoorden op bijbehorende deelvragen:

Relatie aangesloten aannemers en Meer Met Minder:

1. Hoe worden de aannemers benaderd door Meer Met Minder?

Het grootste gedeelte van de ondervraagde aannemers komen in contact met Meer Met Minder via hun eigen brancheorganisaties. Hierbij valt onder andere te denken aan Bouwend Nederland of UNETO-VNI. Daarnaast meldt een klein percentage van de respondenten zich zelf aan bij Meer Met Minder met het oog op service. Nadat de aannemers zich hebben aangemeld bij Meer Met Minder worden zij ingelicht door middel van cursusdagen die worden aangeboden door Meer Met Minder.

2. Hoe komt dat er nog maar een klein deel van de totale doelgroep aannemers is aangesloten bij Meer Met Minder?

Uit het onderzoek blijkt dat het grootste gedeelte van de aannemers zich in 2009 heeft aangemeld. Er is een forse stijging van het aantal aanmeldingen te zien in de tweede helft van 2009. Dit kan er op duiden dat de naamsbekendheid en/of voordelen steeds bekender worden onder de aannemers.

¹⁴ Meer Met Minder (2009), Wie zijn wij?. Geraadpleegd op 15 december 2009, via http://www.meermetminder.nl/wie_zijn_wij_

Uit het onderzoek blijkt tevens dat de eisen die worden gesteld aan de aannemers niet als te streng worden beoordeeld. Hieruit blijkt dat de eisen die worden gesteld niet de reden zijn om als aannemer zich niet aan te melden bij MMM.

3. Hoe wordt het contact onderhouden tussen Meer Met Minder en de aannemers?

Uit het onderzoek blijkt dat vlak nadat de aannemers zich hebben aangemeld bij MMM er direct contact is tussen de twee partijen. Naarmate de aannemer langer is aangesloten word het directe contact minder en beperkt het zich alleen tot het contact vanuit de aannemer.

4. Hoe staan de aannemers tegenover de Meer Met Minder aanpak sinds de oprichting van Meer Met Minder?

Uit de resultaten blijkt dat de praktijkervaringen van aannemers tot op heden tegenvallen. Zo blijkt dat bij het grootste gedeelte van de aannemers het lidmaatschap van MMM geen extra omzet oplevert. Voor het grootste gedeelte van de aannemers was dit de motivatie om zich bij Meer Met Minder aan te sluiten. Slechts een klein deel heeft door Meer Met Minder extra omzet gegenereerd.

Tevens blijkt uit de resultaten dat de aannemers Meer Met Minder vooral toepassen door het lidmaatschap met Meer Met Minder bij hun opdrachtgevers te vermelden. Daarnaast geven zij de mogelijkheden aan die Meer Met Minder biedt.

Uit het onderzoek blijkt dat de aannemers met een positief beeld het lidmaatschap met MMM aan gingen. Dat de samenwerking met MMM een goede bijdrage zou gaan leveren aan hun bedrijfsvoering.

Naarmate de aannemers meer ervaring hebben met MMM is het beeld over MMM veranderd. Het blijkt dat de samenwerking een geringe bijdrage levert aan hun bedrijfsvoering. Dit is mede te danken aan een aantal problemen die zijn ontstaan. Tevens worden die problemen naar mening van de aannemers vrijwel niet opgelost.

5. Hoe draagt het communicatie proces, tussen de aannemers en Meer Met Minder, bij aan het succes van Meer Met Minder?

Uit het onderzoek blijkt dat er nogal eens onduidelijkheden zijn vanuit de aannemers naar MMM toe. Dit blijkt al uit het feit dat enkele aannemers niet weten waar wat precies onder valt. Ook blijkt dat de aanvraag voor de subsidies nogal eens communicatie problemen oplevert. Hierin is het communicatieproces te ingewikkeld voor de aannemers. Zij gaven hierin aan dat het proces te lang duurt.

Relatie aangesloten aannemers en hun consumenten:

1. Wat zijn de praktijkervaringen van de betrokken aannemers en de consument?

De ervaringen van consumenten met aannemers die betrokken zijn bij Meer Met Minder zijn goed te noemen. Dit heeft te maken dat aannemers hun betrokkenheid bij Meer Met Minder als extra service aanbieden aan hun klanten dus de consument. En zo ervaart de consument dit ook.

De problemen die aannemers ondervinden van Meer Met Minder worden vaak opgelost door de betrokken aannemers zelf. Zo komt het nog wel eens voor dat de aannemer het subsidiebedrag aan de consument voorschiet. Zo dat de consument niks merkt van het feit dat de subsidieaanvraag lang duurt.

2. Welke energiebesparende verbouwingen worden het meest toegepast door de consument?

Uit de interviews met de aannemers blijkt dat de consument momenteel vooral geringe energiebesparende verbouwingen toepast. Hierbij valt te denken aan nieuwe isolerende beglazing of na-isolatie van daken. Aannemers gaven aan dat consumenten in deze economische tijden geen ingrijpende en dure verbouwingen willen laten uitvoeren. Dit heeft te maken dat consumenten hun geld als buffer bij zich willen houden.

3. Wat zijn de voornaamste motieven van de consument om gebruik te maken van Meer Met Minder?

Uit het onderzoek blijkt dat de consumenten energiebesparende maatregelen als een nevenmotief zien en de kostenbesparing het hoofdmotief is van de consument. Dit blijkt ook uit het feit dat veel aannemers Meer Met Minder als extra service toepassen binnen hun onderneming. Uit deze antwoorden kan worden opgemaakt dat Meer Met Minder geen aanleiding is om te verbouwen voor consumenten.

De specifieke antwoorden op de interviewvragen kunt u vinden in bijlage 3.

4.2 Conclusie centrale vraag

Nu de deelvragen zijn beantwoord, is het mogelijk om met deze informatie de centrale vraag te beantwoorden:

In welke mate is MMM er in geslaagd een relatie op te bouwen met de aangesloten aannemers en de eindconsument?

Uit de interviews zijn belangrijke resultaten naar voren gekomen. Sinds de ondertekening van het convenant Meer Met Minder in 2006 is de relatie nog erg prille. Het aantal aannemers dat zich tot op heden heeft aangesloten, beperkt zich tot een selecte groep aannemers. Daarnaast hebben aannemers nog niet veel gebruikt gemaakt van de mogelijkheden die MMM hen biedt. Slechts een kleine groep aannemers heeft tot op heden extra omzet kunnen genereren dankzij MMM. Daarnaast zorgt het slechte communicatieproces voor onduidelijkheden en problemen.

Een groot deel van de aannemers geeft in het interview aan dat de naamsbekendheid van MMM nog te gering is om het initiatief tot een succes te maken.

Tevens is energiebesparing nog niet een prioriteit voor de consument. Zij zien kostenbesparingen in hun verbouwing als prioriteit, dit verkiezen zij boven het milieuvriendelijke MMM.

Kortom de relatie die Meer Met Minder wil opbouwen met zowel de aannemer als de consument is nog niet op het niveau dat het zou moeten zijn. Er zijn nog tal van verbeterpunten die MMM tot een succes kunnen maken.

4.3 Uitkomst verwachtingen

De verwachtingen voorafgaand aan dit onderzoek zijn niet geheel uitgekomen. De verwachting dat er zich problemen voordoen tussen de aannemers en MMM is gedeeltelijk uitgekomen. Echter blijkt dat het grootste deel van de aannemers een stuk positiever tegen MMM aankijkt dan verwacht was. Uit het verkennend onderzoek was de verwachting naar voren gekomen dat de problemen met de MMM aanpak veel groter waren dan deze daadwerkelijk zijn.

Daarnaast is gebleken dat de communicatie tussen de aannemers en MMM bevorderd kan worden, maar dat de communicatie tussen de twee partijen beter is dan verwacht.

Ook is de verwachting van het extra werkgelegenheid uitgekomen. Dit geldt althans voor de werkgelegenheid tot nu toe. Enkel uit een interview is na voren gekomen dat de aannemer extra werk uit het Meer Met Minder project heeft gehaald. Ook hebben de consumenten weinig gebruikt gemaakt van de mogelijkheden die Meer Met Minder biedt. Het was niet duidelijk of dit te maken had met de economische crisis die er op dit moment heerst of om een andere reden.

5. Aanbevelingen

Er kan worden aanbevolen om een nog diepgaander onderzoek uit te laten voeren onder de totale populatie van de aangesloten aannemers bij het MMM project. Hierdoor zou een volledig beeld kunnen worden verkregen. Er zal hiervoor nog wel informatie moeten worden ingewonnen bij Meer Met Minder, hierbij valt vooral te denken aan een complete lijst van betrokken aannemers met bijbehorende contactgegevens. Door de gehele populatie te onderzoeken wordt er een 100% betrouwbaar beeld gecreëerd van de gehele populatie.

Daarnaast wordt er aanbevolen om een onderzoek te doen onder de consumenten in Nederland. Hierbij kunnen de beweegredenen om voor MMM te kiezen onderzocht worden. Daarnaast wordt er aanbevolen om te onderzoeken hoe consumenten tegenover energie besparende maatregelen staan. Tevens kan er een onderzoek worden gestart naar de naamsbekendheid van MMM onder de consumenten.

MMM richt zich voornamelijk op energie besparende verbouwingen. Uit het onderzoek is na voren gekomen dat de consumenten niet verbouwen om het milieu te besparen maar om kostenbesparing. Daarom wordt er aanbevolen om te kijken of het verstandig is dat MMM zich meer gaat richten op de andere twee manieren om energie te besparen. Deze maatregelen bestaan uit gedrag en eenvoudige aanpassingen. Momenteel zijn deze twee manieren nog bijzaken van MMM. Het is misschien verstandig dat hier meer aandacht aan wordt geschonken om MMM succesvoller te maken.

Het laatste dat wordt aanbevolen, is er dat onderzoek wordt gedaan naar het systeem rondom de subsidie aanvragen. Uit het onderzoek dat momenteel is uitgevoerd blijkt dat een aantal aannemers het systeem ingewikkeld vinden en het niet als positief ervaren. Hier kan MMM meer uithalen aangezien subsidies een belangrijke factor zijn voor consumenten om over te gaan tot energiebesparende maatregelen.

6. Evaluatie

De evaluatie van het onderzoek bestaat uit een productevaluatie en een procesevaluatie. Bij de productevaluatie gaat het om de kwaliteit en validiteit van het uitgevoerde onderzoek. Bij de procesevaluatie gaat om het communicatieproces gedurende de onderzoeksperiode.

6.1 Productevaluatie

De resultaten uit het kwalitatief onderzoek kunnen als betrouwbaar worden beschouwd. De vragen die aan de respondenten zijn gesteld zijn naar tevredenheid beantwoord. Door de antwoorden terug te koppelen naar de centrale vraag, kon de centrale vraag beantwoordt worden. Criteria waaraan de respondent heeft moeten voldoen waren: Een aannemer, werkzaam in Nederland en aangesloten bij het Meer Met Minder project. De respondenten voldeden allemaal aan deze vereisten.

Een sterk aspect van het uitgevoerde onderzoek is de overzichtelijkheid. De verworven informatie kon goed in tabellen en diagrammen worden weergegeven. Daarnaast was het ook tamelijk eenvoudig om aannemers te vinden die mee wilden werken aan het onderzoek. Dit zal naar verwachting te maken hebben met de economisch slechtere situatie en de weersomstandigheden. Dit zorgde ervoor dat de aannemers de tijd hadden om rustig en uitgebreid mee te werken.

Aspecten die wat minder succesvol waren gedurende het onderzoek was het aantal vragen dat werd gesteld aan de aannemers. Door het stellen van meer vragen hadden we meer informatie kunnen verzamelen. Daarnaast bevatte het meetinstrument enkele gesloten vragen, zoals: "Doet Meer Met Minder wat met uw problemen?". Achteraf hadden deze vragen op een andere manier geformuleerd moeten worden, bijvoorbeeld: "Wat heeft Meer Met Minder gedaan om uw problemen op te lossen?".

6.2 Procesevaluatie

Het onderzoeksproces is wisselvallig verlopen. De oriëntatieperiode naar het onderwerp verliep voorspoedig. Hierna is er hinder ondervonden bij het opzetten van het onderzoeksplan. De oorzaak van de hinder lag deels in de communicatie tussen de projectbegeleider en de onderzoeksgroep. Door ziekte en afwezigheid werd de uitvoerbaarheid van het proces bemoeilijk. Daarnaast heeft de onderzoeksgroep ook niet altijd voldoende geanticipeerd op de problemen die zij tegen kwamen. Verder lag de hinder ook bij het uitwerken van een onderzoeksplan, deze moest een aantal keer worden herzien. Tot slot ging de uitvoering van het onderzoek, ondanks het tijdgebrek, voortvarend en kon er snel worden overgegaan tot het uitwerken van het onderzoeksrapport.

Literatuurverwijzing

Meer Met Minder, *wie zijn wij?*. Geraadpleegd op 7 december 2009 via http://www.meermetminder.nl/wie_zijn_wij_

Meer Met Minder, *wie zijn wij?*. Geraadpleegd op 7 december 2009 via http://www.meermetminder.nl/wat_heeft_u_aan_mmm_

Meer Met Minder Energiekrant, R. van de Weg (oktober 2009), *Subsidie*. Geraadpleegd op 7 december 2009

Bouwend Nederland, *Organisatie*. Geraadpleegd op 7 december 2009 via <http://www.bouwendnederland.nl/web/over%20ons/Pages/default.aspx>

Bouwend Nederland, *Meer Met Minder*. Geraadpleegd op 7 december 2009 via <http://www.bouwendnederland.nl/web/meermetminder/Pages/default.aspx>

Meer Met Minder, geraadpleegd op 15 december 2009 via www.meermetminder.nl

Opdrachtgever Hieke van der Kloet, docent aan de Hanzehogeschool. Vastgoed & Makelaardij. Geraadpleegd op 3 december 2009.

Subsidies, *Individuele oriëntatie*. Gemaakt door: T.Asses. Geraadpleegd op 25 november 2009.

Zie bijlage 1; Burgmeijer, aannemersbedrijf (2009), *persoonlijke ervaring van aannemer met MMM*, geraadpleegd op 8 december 2009

<http://www.meermetminder.nl>, geraadpleegd op 05-01-2010 om 9.58 uur.

Meer Met Minder, Jaarverslag 2008, geraadpleegd op 24 december 2009 via www.meermetminder.nl/jaarverslag_2008

Meer Met Minder(2007). Geraadpleegd op 1 februari 2010 via <http://www.vrom.nl/docs/200706-meer-met-minder.pdf>

Nuon, (2009). Nederland ziet zichzelf als energieverpillend. Geraadpleegd op 29 januari 2010, via http://www.energiechannel.nl/nieuws_details.php?nid=986

Nuon, (2009). Geld besparen. Geraadpleegd op 29 januari 2010, via <http://www.nuon.nl/geld-besparen/>

UvA Persvoorlichting, (2009). Andere energiebesparende projecten en maatregelen. Geraadpleegd op 1 januari 2010, via <http://www.uva.nl/duurzaamheid/bedrijfsvoering/energie.cfm/364B8E8B-1321-B0BE-A45A5A9849BD75F5>

Metaalnieuws, (2010). Brabantse metaalondernemers besparen energie. Geraadpleegd op 29 januari 2010, via http://www.energiechannel.nl/nieuws_details.php?nid=1398

Verbrugge, R. (2009). Zo komt uw bedrijf door de crisis. Geraadpleegd op 1 februari 2010, via http://www.reneverbrugge.nl/upload/785/documents/Zo_komt_uw_bedrijf_door_de_crisis.pdf

Senternovum, (2009). Energiebesparing steeds belangrijker bij verbouwing en renovatie. Geraadpleegd op 28 januari 2010, via <http://www.postbus51.nl/nl/home/publicaties/consumentenzaken/energie-en-waterleiding/energiebesparing/energiebesparing-steeds-belangrijker-bij-verbouwing-en-renovatie.html>

Bijlage 1 Verkennend interview met aannemersbedrijf Burgmeijer

Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?

In begin van 2009 ben ik aangesloten bij MMM

Hoe bent u in aanraking gekomen?

Ik heb zelf actie ondernomen om aangesloten te raken bij MMM. Ik heb ze in het begin van 2009 gebeld en werd goed geholpen.

Waarom doet u mee?

Door de economische teruggang dacht ik door aangesloten te raken meer werk binnen te halen.

Heeft het ook geholpen om meer werk binnen te halen?

Nee, totaal niet. Het is te omslachtig voor de consument. Als je kijkt naar de site dan is het zo rommelig. Consumenten zien door de bomen het bos niet meer. Er zijn drie speerpunten (energiebesparing, subsidie en btw-verlaging) maar die komen niet goed naar voren. Zelf begrijp ik hoe de site werkt, en nog kom ik er zelf niet uit.

Hoe bent u ingelicht door MMM?

Ik werd benaderd voor een voorlichting in een hotel samen met andere aannemers.

Hoe past MMM toe in uw bedrijf?

Ik pas het wel toe maar het werkt gewoon niet. Een voorbeeld is de glassubsidie. De consument kan 35 euro per vierkante meter korting krijgen. Om dit te doen moet de consument eerst een kortingsbon invullen op MMM. Vervolgens wordt die opgestuurd naar ons bedrijf door MMM. Wij sturen deze dan weer door naar de consument. De consument moet dit ondertekenen waardoor wij korting geven. Vervolgens moeten wij het geld terugvragen bij MMM. Voordat dit mogelijk is moet MMM dit eerst doorsturen naar postbus 51.

Kortom, het kost meer dan dat het oplevert. Het is ambtenaartje aan het werk houden. Pure bureaucratie!

Sommige bedrijven die zeggen zelfs: “u wilt subsidie?” ga maar naar een ander bedrijf.

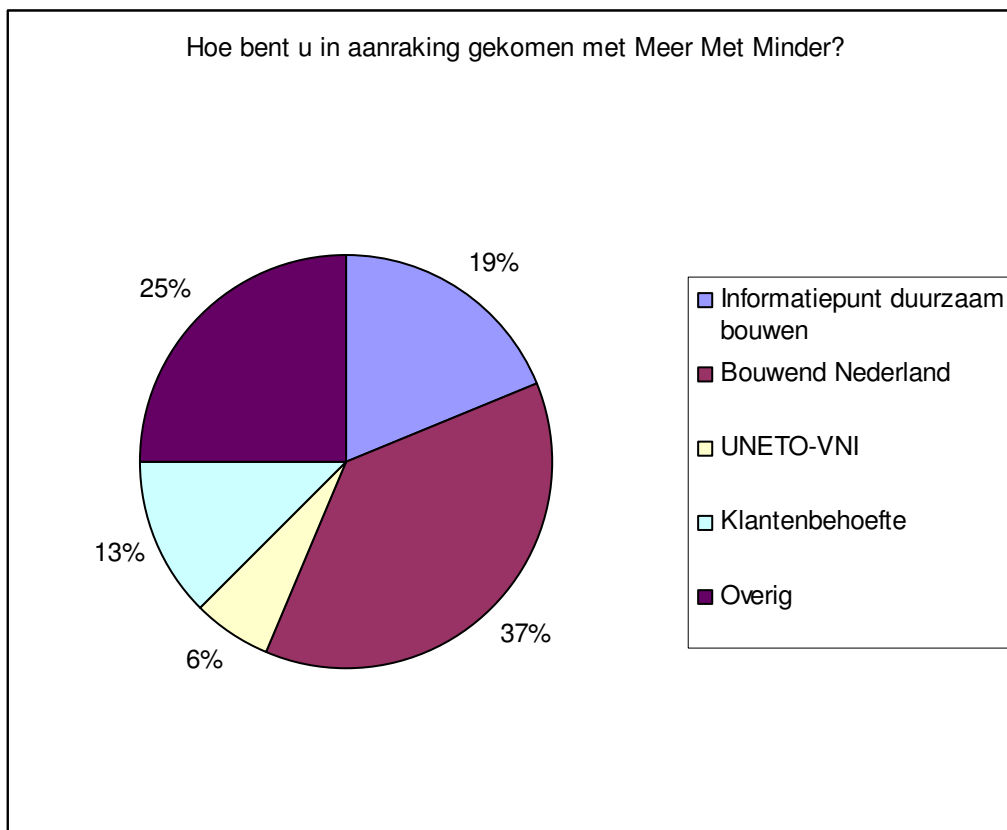
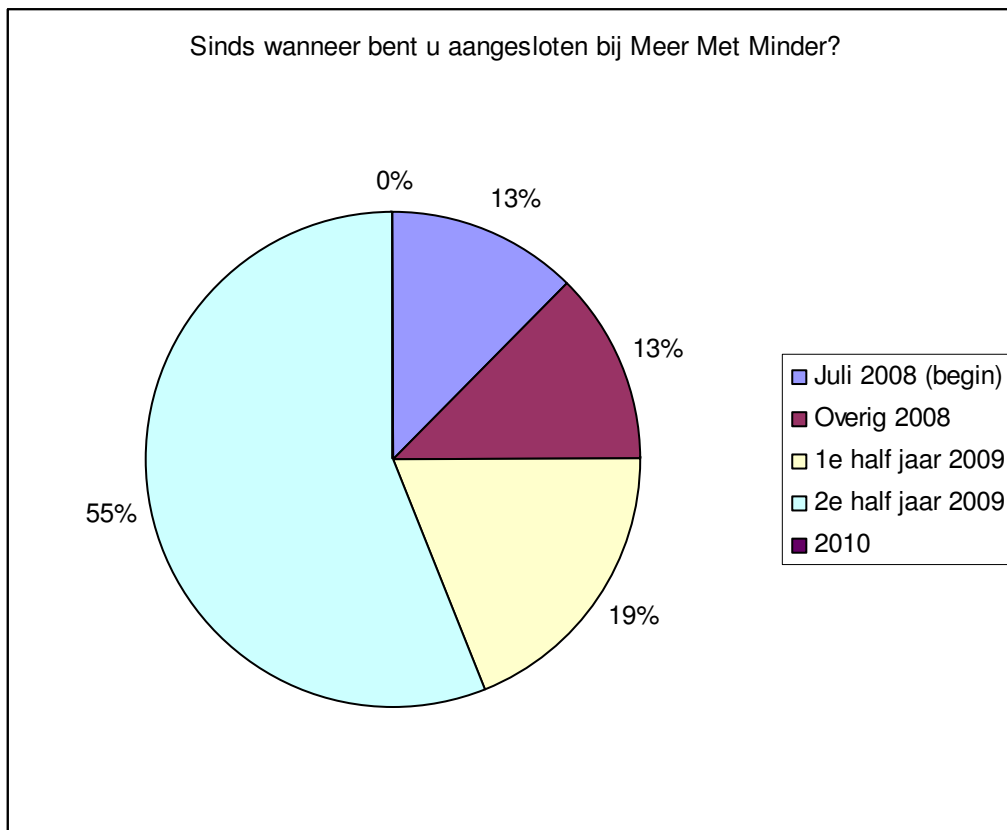
Doet MMM wat met uw problemen?

Nee, ik heb ze een aantal keer geprobeerd te benaderen maar ze reageren gewoon niet.

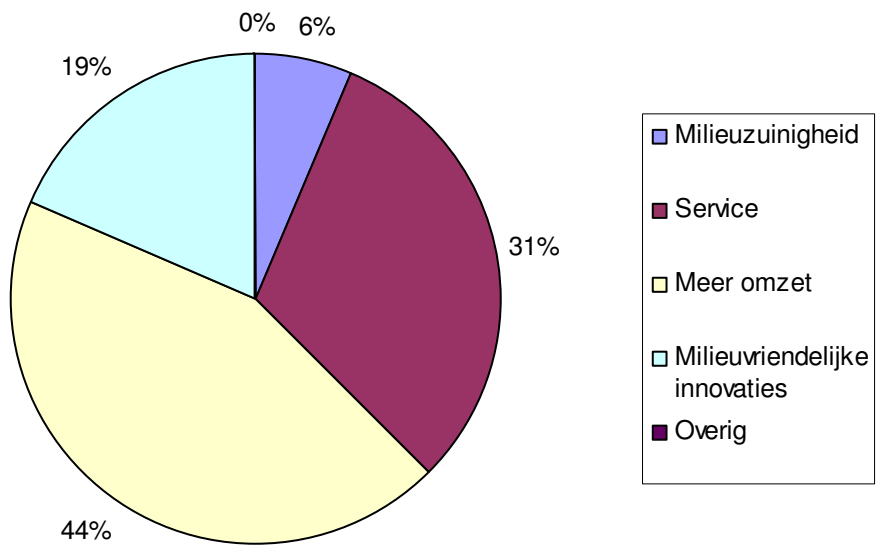
Hebt u nog verbeterpunten?

Ja, het moet veel directer. De factuur die ik aan de klant geef moet gewoon worden opgestuurd naar MMM. Die bekijken dat en stort het kortingsgeld op de rekening van de aanvragen. Daarnaast moet de site overzichtelijker.

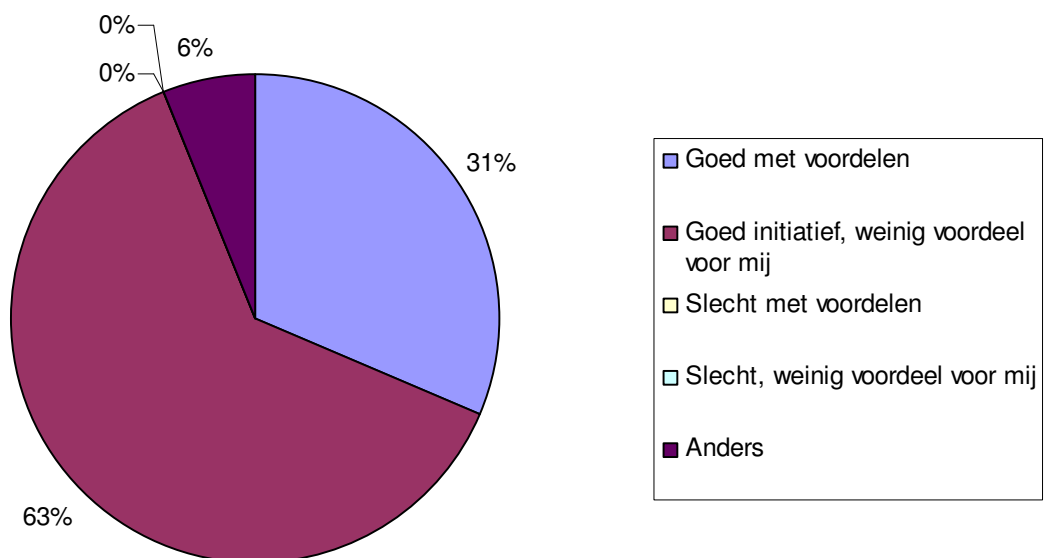
Bijlage 2 Interviewgegevens verwerking



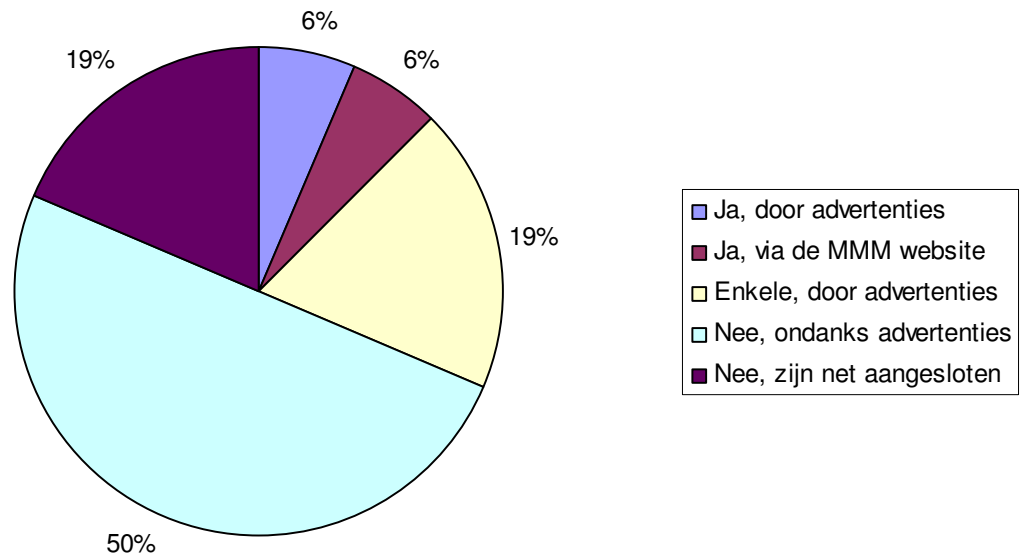
Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?



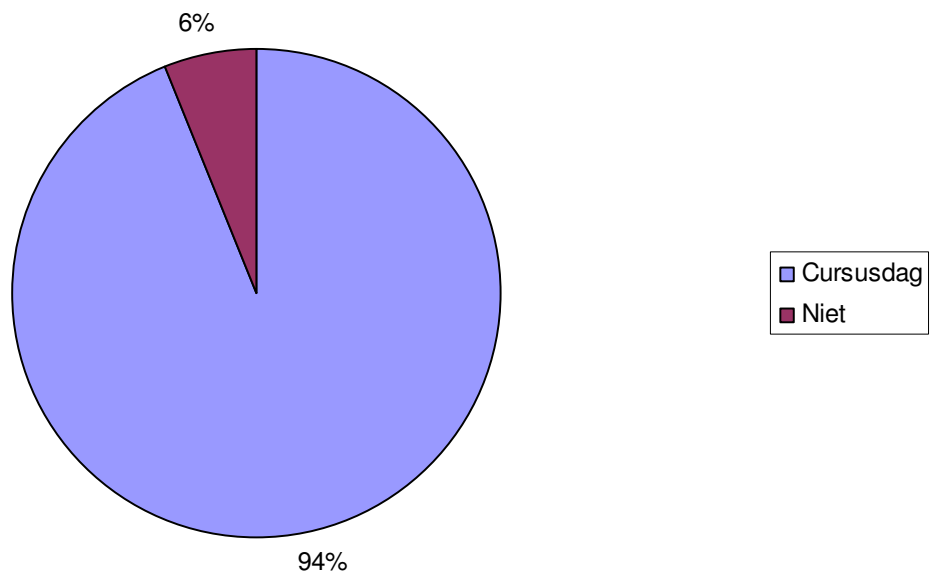
Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?



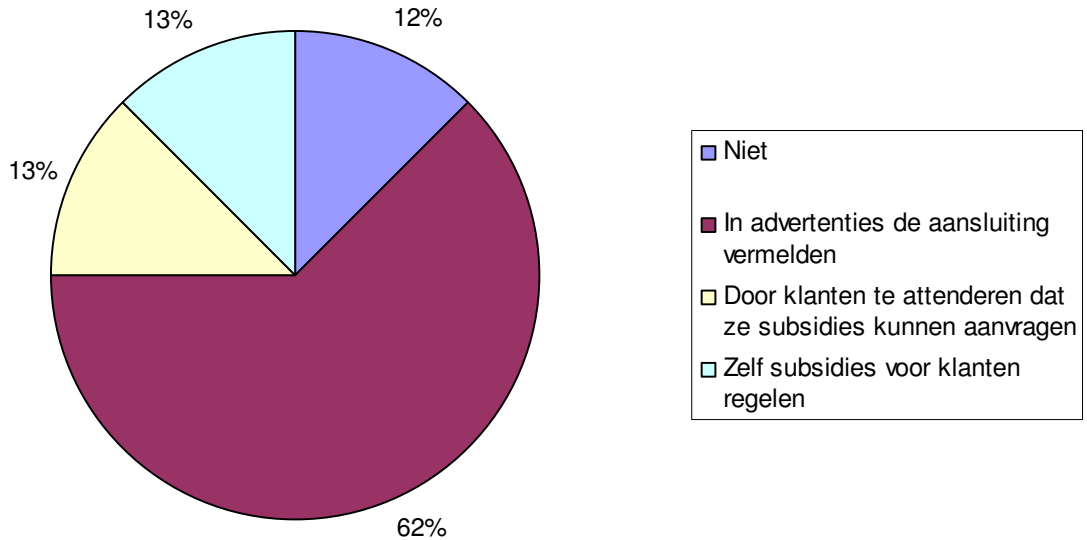
Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?



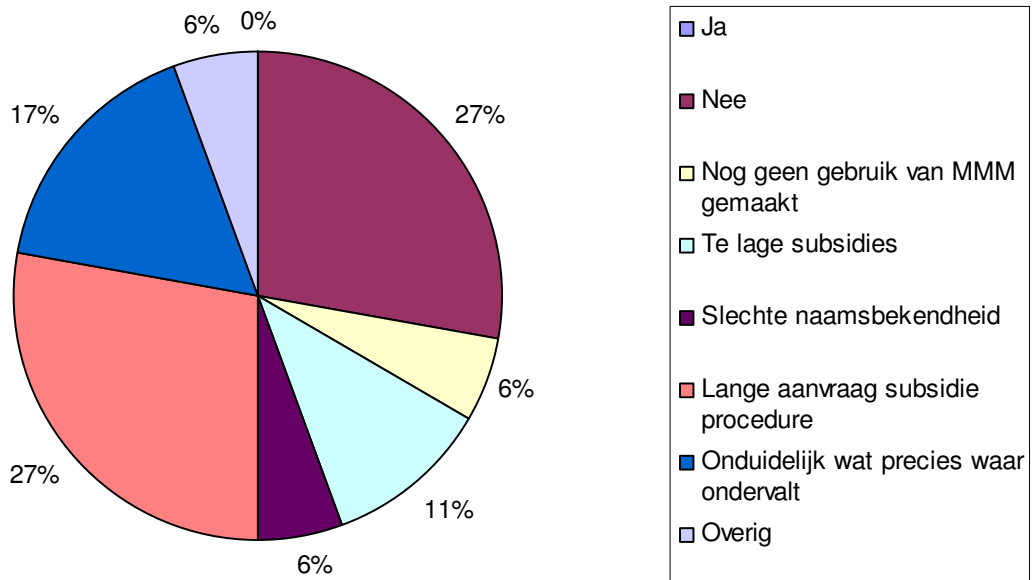
Hoe bent u ingelicht door MMM?



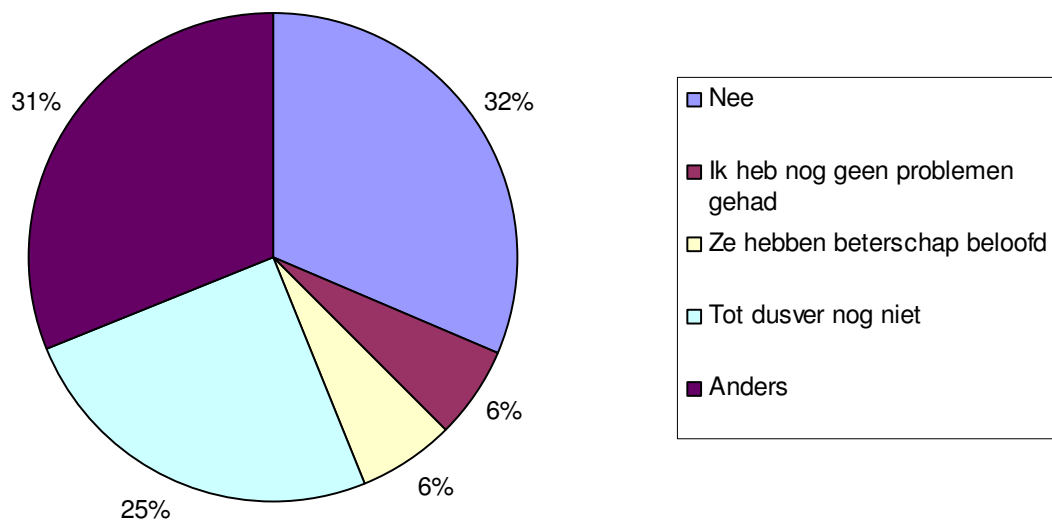
Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?



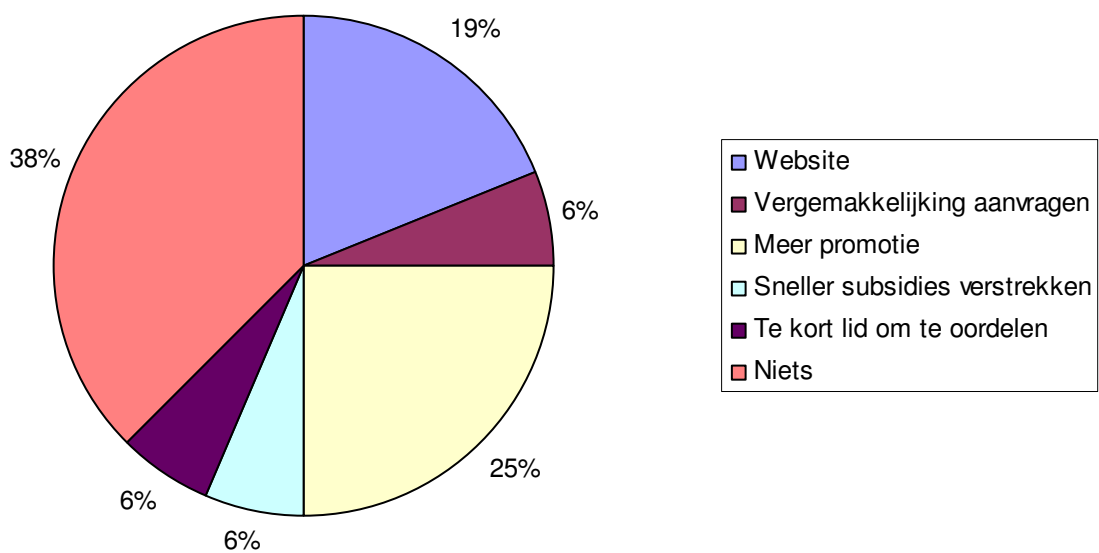
Komt u problemen tegen binnen het MMM project?



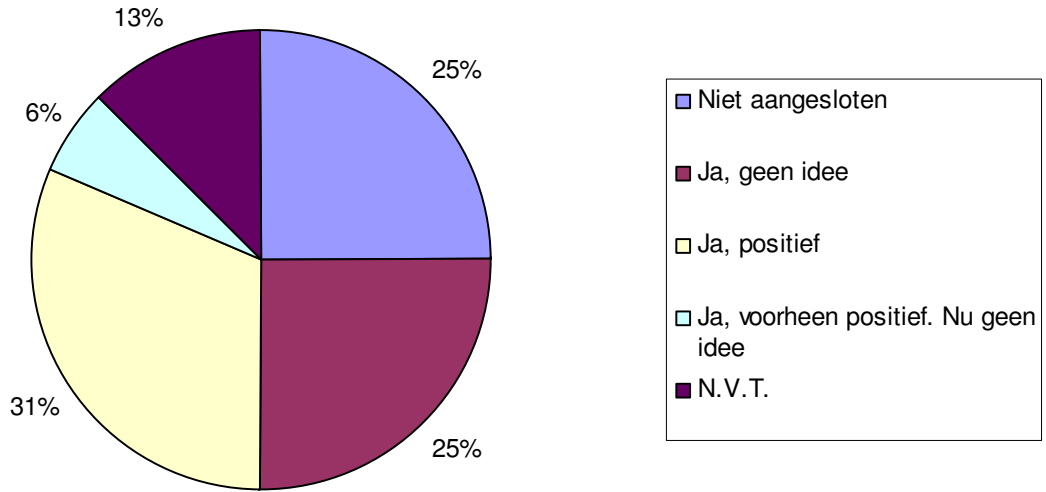
Doet MMM wat met uw problemen?



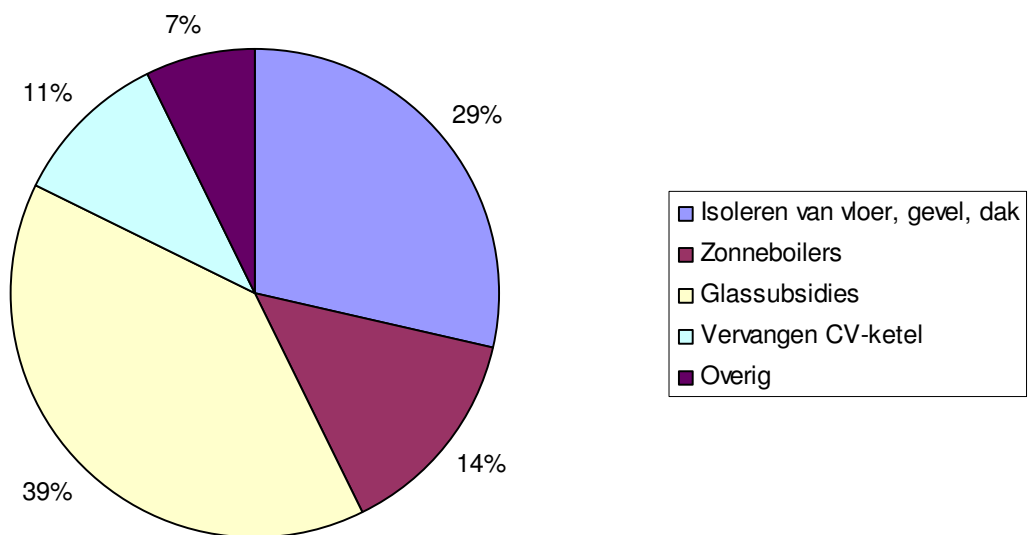
Wat vindt u dat er (nog) beter kan?



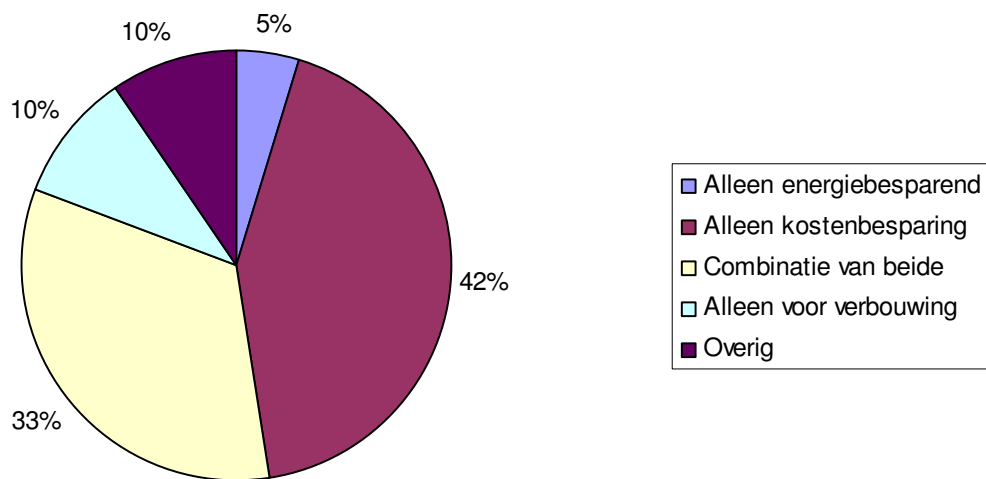
Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat?



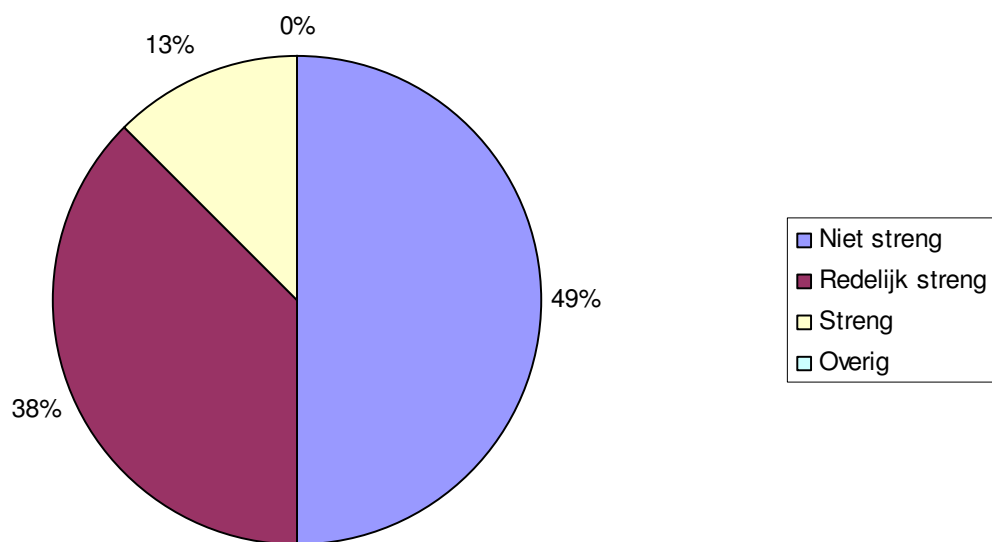
Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen met betrekking tot MMM?



Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?



Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?



Bijlage 3 Afgenomen interviews

Interview 1

Bedrijfsnaam: *Bouwbedrijf Siemensma Vof*

Telefoonnummer: *0512- 363155*

Benaderd op: *06-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Ongeveer zo'n 2 a 3 maanden.

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Door Bouwend Nederland

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

De afgelopen tijd is het werk toch flink terug gelopen en ik dacht door Meer Met Minder meer werk binnen te kunnen halen.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Ja, een goed initiatief. Mensen moeten toch bewust worden gemaakt.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Nog niet echt, ik ben natuurlijk pas mee begonnen en hoop binnenkort er echt iets mee te gaan doen. Ik zit nog echt in de start fase met Meer Met Minder.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Ik heb in november een bijeenkomst gehad met meerdere aannemers.

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Wat ik al zei, nog niet zoveel. Maar ik wil er wel mee gaan adverteren en gewoon aanbieden aan me klanten als een extra stukje service.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Nog niet, misschien komt dat nog als ik het echt ga gebruiken.

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

NVT.

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Zo ver ik heb kunnen zien, vind ik het wel lastig met het aanvragen van die subsidies voor mijn klanten. Misschien kan dat wat gemakkelijker worden gemaakt.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Ik ben dus aangesloten bij Bouwend Nederland. En via hun ben ik bij Meer Met Minder terecht gekomen. En zo ver ik weet staat Bouwend Nederland positief tegenover dit project.

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*
Dat kan ik nog moeilijk zeggen maar als ik kijk naar het verleden kom qua energiebesparingen echt van alles tegen. Dat is echt moeilijk te zeggen. Maar glasisolatie nog steeds de meest voorkomende dan.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Er is momenteel weinig werk omdat mensen gewoon erg afwachtend zijn. Omdat ze vinden dat de toekomst en hun baan nog onzeker is dus ze houden liever het geld gewoon op zak. Maar wat ik weet uit het verleden is dat het een bijzaak is voor de meeste mensen.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Van mij mogen de eisen nog wel strenger om de kwaliteit van de aannemers die aangesloten zijn bij Meer Met Minder hoog te houden.

Interview 2

Bedrijfsnaam: *Breda Bouw BV*

Telefoonnummer: *0162 - 68 46 95*

Benaderd op: *04-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Sinds 3 maanden

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Door het project Duurzaam Bouwen Brabant

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Mogelijkheden voor extra werk

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Het staat nog in de kinderschoen, het is natuurlijk al een tijdje geleden opgestart maar het moet nog echt gaan lopen

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Tot nu toe nog niet maar we zijn net begonnen

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Door meerder bijeenkomsten in hotels

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Willen er mee gaan adverteren, als meer met minder algemeen bekend is geworden door de huidige reclame spotjes. Dit vind is wel goed dat ze dat nu doen. Ze mogen het wel meer gaan doen op regionaal niveau en niet alleen op landelijk niveau.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Het kost erg veel tijd om een maatwerkenergie advies te geven en mensen shoppen tegenwoordig erg veel dus daarin gaat veel tijd zitten, die verloren gaat. En de subsidies aanvragen kost veel werk maar gelukkig hebben wij daarin veel ervaring.

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

We hebben onze problemen door gegeven en het is nu afwachten

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Meer op regionaal promoten

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Ja maar ik zou dat niet weten

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*

Van alles van dakisolatie tot aan glisolatie.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Het gaat om een combinatie van. Ze willen best energie besparen maar ook de subsidies hebben.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Ja dat wel maar de kwaliteit moet je hoog houden. Dat kan een reden zijn dat er nog niet veel aannemers zijn aangesloten.

Interview 3

Bedrijfsnaam: *Eijkerbouw B.V.*

Telefoonnummer: *043-4582200*

Benaderd op: *05-01-2009*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Sinds een half jaar

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Via Bouwend Nederland.

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Toch het extra werk binnen te halen

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Een goed initiatief

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Het valt een beetje tegen. Mensen vinden het toch te veel moeite om bijvoorbeeld zo EPA advies te laten maken en als mensen zo'n advies hebben doen ze er niks mee omdat ze vinden dat de verbouwing te duur zijn.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Via bijeenkomsten

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Ja we bieden het aan bij de mensen maar meer niet. We hebben het wel geprobeerd om er mee te adverteren maar daar komt weinig reactie van.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Nee

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

NVT

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Nee die heb ik niet.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Ja, bouwend Nederland staat er positief tegenover. Ze adviseren wel om bij MMM aangesloten te raken.

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*

Voornamelijk toch de glasisolatie

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Het gaat alleen maar om de kostenbesparing maar als ze een verbouwing laten uitvoeren dan willen mensen dit niet vanwege energiebesparende maatregelen maar vanuit het oogpunt dat ze dat mooi vinden.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Ja dat wel maar de kwaliteit moet hoog worden gehouden. Veel grotere bouwbedrijven doen niet mee omdat ze ergens anders al hun subsidies vandaan kunnen halen en kleinere aannemers zijn te klein om die rompslomp er ook nog eens bij te krijgen. Het is alleen iets voor de middel grote aannemers.

Interview 4

Bedrijfsnaam: *KKM*

Telefoonnummer: *06-22326346*

Benaderd op: *04-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Sinds 2 maanden.

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

De klanten vroegen er om.

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Extra service te bieden aan de klanten en voor de subsidies voor de klanten.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Wel goed initiatief.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Nee dat nog niet maar de hele markt is nu slecht.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Doormiddel van een bijeenkomst.

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Ik wil er mee gaan adverteren maar ik weet nog niet of dat juridisch ook mag.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

De aanvraag voor subsidies duurt erg lang soms wel 12 weken waardoor ik soms subsidies moet voorschieten en ja dat is niet altijd handig natuurlijk. En het geeft extra werk.

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

Tot nu nog niks.

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Ja sneller de subsidies uitkeren of een andere manier op deze manier. Schiet ik er bij in.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Nee.

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*

Ik kom van alles tegen qua verbouwingen.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*

Nee, het is vaak een nevendoeel.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*

Ze zijn vrij soepel met de eisen. Er zijn weinig aannemers aangesloten doordat de bekendheid nog niet zo groot is.

Interview 5

Bedrijfsnaam: *Lenferink Afbouw*

Telefoonnummer: *0572 - 372000*

Benaderd op: *04-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

4 maanden geleden.

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Via Bouwend Nederland en Gemeente Dalfsen.

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Uitstraling naar de klant toe.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Een goed initiatief.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Nee, dat nog niet.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Door een bijeenkomst.

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Wij adverteren er mee en bieden het aan bij de klant.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

De aanvragen voor de subsidies duren te lang nog. Want wij hebben er nog niet veel ervaring mee maar misschien gaat het wel beter met de tijd.

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

Dat is nog even afwachten.

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Ik heb geen verdere verbeterpunten.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Ja, weet niet precies hoe hun er over denken.

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*

Van alles wat. Voor alle mogelijke subsidies.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*

Consumenten willen gewoon verbouwen en meer niet.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Ja weet niet, lastig om dat te beantwoorden.

Interview 6

Bedrijfsnaam: *Van Leeuwen's Bouwbedrijf*

Telefoonnummer: *020-6413940*

Benaderd op: *04-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Sinds augustus 2009

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Via Bouwend Nederland

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Om extra omzet te krijgen

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Goed, consumenten kunnen flink besparen op hun energiekosten.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Nee, niet echt. Het is meer een extra services aan de klant.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Een bijeenkomst in een hotel

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Ik bied het aan als iemand wil verbouwen en bij mijn advertenties zet ik het logo. Maar doe er niks extra's mee. In het begin wel gedaan maar er kwam te weinig reactie van.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Nee, niet echt

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

NVT

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Betere promotie

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Ja, ik weet dat Bouwend Nederland er in het begin heel positief tegenover stond en het erg aan het promoten was onder de aannemers. Maar ik weet niet wat ze er nu van vinden.

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*

Ja vooral de glasisolatie kom ik dan tegen maar ook soms andere dingen. Zoals dakisolatie.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Sommige mensen zijn echt bezig met energie besparen maar de meeste gaat het vooral om het verbouwen zelf en dan komt dat er gewoon bij kijken.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Ja dat valt wel mee. Ze mogen van mij wel strenger om de kwaliteit van het MMM hoog te houden.

Interview 7

Bedrijfsnaam: *Bo-Tek BV*

Telefoonnummer: *046-4262065*

Benaderd op: *05-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Ik ben aangesloten sinds MMM is opgericht. Halverwege 2008

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Ik ben vastgoeddeskundige en was vanaf het begin in aanraking gekomen.

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Wij doen voornamelijk maatwerk advies. En daarop kan subsidie worden aangevraagd. Dit betekent dus ook meer omzet.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Ik heb een beetje een neutrale mening. En dan vooral op gebied van de site.

De subsidies vind ik overzichtelijk wat er mogelijk is etc, dat is zeer goed. Maar verder is de site rommelig. Er wordt na mijn idee veel verschoven waardoor ik sommige delen moeilijk terugvindt. Een exact voorbeeld weet ik even niet.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Eigenlijk niet direct. Ik heb wel meer maatwerkadviseren binnengekregen maar 9 van de 10 komen er via SenterNovem.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Via mails, directbrieven en via de verplichte bijeenkomst in een hotel.

Ik heb er wel wat van geleerd maar een grote toegevoegde waarde heeft het niet gehad.

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Nog niet veel, maar ik verwacht in de toekomst dat het beter wordt. Ik merk dat mensen MMM steeds meer noemen en dat het begint te leven.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Ik had veel problemen met het reserveren van subsidie maatregel advies.

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

Vanaf het nieuwe jaar zou alles beter worden, dus ik ben benieuwd

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Site overzichtelijker. Er was een deel waar klanten opdrachten kon plaatsen en wij als aannemers konden reageren. Die kan ik alleen niet meer terugvinden.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Nee

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*
NVT

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
NVT

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Redelijk, maar dat vind ik wel terecht. De kwaliteit moet hoog blijven.

Interview 8

Bedrijfsnaam: *Bouwbedrijf Vosman*

Telefoonnummer: **0572-351343**

Benaderd op: 06-01-2010

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Ik ben twee maanden geleden aangesloten bij MMM.

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Bij verbouwingen werd er gevraagd door klanten hoe het zat met subsidies etc. Toen heb ik besloten om me aan te sluiten bij MMM.

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Ik wil graag de klanten tevreden houden. De omzet is voor mij niet echt van belang.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Voor de opdrachtgevers is het zeer gunstig. Wij als bouwbedrijven schieten er niet veel mee op. We krijgen niet echt veel meer opdrachten binnen maar moeten toch de service bieden aan de klant.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Nee

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Cursusdag in een hotel en de nieuwsbrieven.

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Niet echt direct. Ik heb advertenties geplaatst dat we zijn aangesloten bij MMM maar niemand is daar over begonnen. Wel de BTW-regeling heeft extra klanten getrokken. Daar deze had ik ook al voordat ik was aangesloten bij MMM.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Ja, de BTW-verlaging isoleren is erg onoverzichtelijk. Het is niet duidelijk wat er precies ondervalt. Ik weet het nog steeds niet. De belastingdienst moet dat bekijken.

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

Nee. Ik hoop dat er duidelijkheid komt over wat er precies ondervalt.

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

De site mag iets overzichtelijker.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Ja. Ik weet niet precies hoe ze er tegenover staan. Bouwend Nederland heeft ook niets gedaan om aannemers aan te laten sluiten bij MMM

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*
Isoleren kap, gevel en vloer.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Het gaat ze uiteindelijk om kostenbesparing. Anders hadden ze wel paar honderd euro meer betaald als ze het om energiebesparing ging.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Er zijn niet echt strenge eisen om aan te sluiten.

Interview 9

Bedrijfsnaam: *Boersmatechniek.nl*

Telefoonnummer: *050 5499775*

Benaderd op: *05-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

In 2008 ben ik aangesloten. Ruim een jaar dus.

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Via UNETO-VNI

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Meer geld, dus meer omzet!!

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Het is wel een goed initiatief maar ik heb er bijna niets aan. In anderhalf jaar tijd heb ik maar 1 klant via MMM gekregen

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Nee, op die ene klant na dan.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Cursusdag in een hotel.

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Eigenlijk nergens. Ik heb er een keer mee geadverteerd maar dat leverde niets extra op.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Ja, er komt vaak eerst een adviseur die het bekijkt terwijl de installateur het zelf ook kan. Dat moet anders!

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

Helaas niet....

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Nee, omdat ik geen extra klanten krijgen verdiep ik me er ook niet in.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Nee

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*

Ik heb 1 zonneboiler moeten leveren als het om het MMM gaat.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Draait ze maar om 1 ding; kostenbesparing!!

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Nee, vind ik niet.

Interview 10

Bedrijfsnaam: *Bouwbedrijf Lont*

Telefoonnummer: *0518-409393*

Benaderd op: *05-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Eind 2009, dus 2 maanden ongeveer.

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Een collega bouwbedrijf heeft mij erop geattendeerd.

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Eigenlijk om 2 redenen. Ik zie er markt in, dus meer aanvragen en omzet. Daarnaast komen er steeds meer duurzame technieken en hoop zo via MMM op de hoogte te blijven over deze technieken.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Goed!! Meer kan ik er eigenlijk niet over zeggen

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Nee, dat helaas nog niet, Wel begint er wat te lopen door een advertentie die ik heb geplaatst dus ik hoop dat er extra opdrachten komen door MMM.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Cursusdag in een hotel en verdiept in de site

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Ik plaatst advertenties dat ik aangesloten ben bij MMM

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Eigenlijk alleen bij de isolatie van het dak. Ik weet nog steeds niet wat daaronder valt.

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

Ik heb MMM nog niet benaderd.

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Daar valt weinig over te zeggen omdat ik nog niet lang ben aangesloten. Op de site mag wel komen te staan over de isolatie subsidie wat er precies onder valt.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Ja, ik zit ook in het bestuur van Bouwend Nederland. We staan volledig achter MMM. Toch vind ik persoonlijk dat er meer moet worden gedaan voor aannemers. Het is nu zo landelijk en algemeen.

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*
Glassubsidie

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Dat weet ik niet. Het lijkt me kostenbesparing.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Nee, vind ik niet.

Interview 11

Bedrijfsnaam: *Isotechniek Isolatie BV*

Telefoonnummer: *0313-422422*

Benaderd op: *04-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Een jaar geleden

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Via internet kwam ik op hun site

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Ik hoopte meer klanten te trekken, dus meer omzet.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Wel een goed initiatief, alleen nog niet zo succesvol volgens mij

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Ja, maar niet veel. Ik heb sinds dat ik bij MMM ben aangesloten 3 extra klanten weten binnen te halen. 3 is beter dan niets

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Cursusdag in een hotel. Daarnaast nieuwsbrieven en kijk ik zo nu en dan op de site.

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Ik plaatst advertenties dat ik aangesloten ben bij MMM.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

In het begin wel. Subsidies aanvragen duurde lang en ging niet goed. Maar na een paar keer gaat dat nu wel goed. Met isolatie van het dak kan ik niet vinden wat daaronder valt.

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

Nee, ik heb zelf opgelost. Dat van isolatie van het dak mag wel duidelijker.

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

De site moet iets gemakkelijker voor de klant. Ik kan het wel vinden want ik begrijp wat er staat. Maar ik heb veel vragen gehad van klanten die er niets van begrijpen.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Ja maar ik heb geen idee hoe Bouwend Nederland tegenover MMM staat. Ik neem aan positief.

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*

Glassubsidie

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Het gaat ze om kostenbesparing.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Niet echt. Ik kon zonder problemen aan sluiten bij MMM

Interview 12

Bedrijfsnaam: *Energieremmers*

Telefoonnummer: *0594 - 54 81 41*

Benaderd op: *04-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Sinds 1 oktober 2009

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Wij hebben zelf initiatief genomen met MMM. Hierin hebben wij contact opgenomen met de directeur van MMM

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Ten eerste om een schakel te vormen tussen het MMM project en de consument. Daarnaast om de consument te bevorderen om energie besparende maatregelen te nemen. Hierin wil EnergieRemmers hun klanten helpen met het leveren van de maatregelen, het laten oversluiten van de klant's zijn hypotheek en het aanvragen van subsidies.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

De overheid is nog steeds niet het goede loket voor MMM. Er blijft nog steeds veel geld liggen. Dit is vooral te danken aan de slechte naamsbekendheid die MMM tot nu toe heeft. EnergieRemmers ziet hierin een belangrijke rol om als schakel tussen MMM en hun klanten te fungeren.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Door MMM heeft EnergieRemmers 1 klant rechtstreeks via de site binnengekregen.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Zelf heeft EnergieRemmers uitgezocht wat MMM is en hebben dan ook zelf contact opgenomen. Daarnaast hebben zij een afspraak met de Directeur van MMM gehad waarin zij hun plan als schakel van MMM voorlegden.

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Zie vraag waarom doet u mee?

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Te kort aangesloten voor beoordeling

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

Te kort voor beoordeling.

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Alleen dat de naamsbekendheid van MMM beter kan. Daarin zien zij zich als een belangrijke schakel.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Ja, zij kijken hier positief tegen over. Ze staan open voor het MMM project, maar hebben nog niet veel met MMM gedaan ivm de naamsbekendheid en de mogelijkheden.

Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM? Wooncomfort maatregelen.

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*

Ik kom van alles tegen qua verbouwingen.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*

In eerste instantie gaat het de consumenten alleen om de kostenbesparing. Als de consument te horen krijgt dat als hij of zij een goedkopere hypotheek kan afsluiten indien de verbouwing energiebesparend is zullen ze eerder geneigd zijn om energie besparende maatregelen te nemen. Het feit dat het goed is voor het milieu is daarbij mooi meegenomen.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*

Die mogen nog wel strenger.

Interview 13

Bedrijfsnaam: *T.M.E Harleman BV*

Telefoonnummer: *0570 620108*

Benaderd op: *05-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Sinds 9 april 2009

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Via een nieuwsbrief van Bouwend Nederland

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Wij waren al langer bezig met energie besparende verbouwingen. Vooral met het oogpunt op het milieu in de toekomst willen wij ons gaan specialiseren op energie besparende maatregelen.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Een goed initiatief dat aansluit bij de visie van ons bedrijf.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Tot op heden nog niet. Wij zijn aangesloten bij een bouwgroep die als een soort schakel tussen MMM en ons fungeert. Zij regelen hierin alles, van aanvragen tot reclame maken van het MMM-project. Zelf hebben wij nog geen meer werk binnen gekregen.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Doormiddel van een introductiedag gehouden door MMM

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Doormiddel van verbouwingen, subsidies etc. eigenlijk alles wat MMM te bieden heeft.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Nog niet. Alleen de naamsbekendheid is nog niet groot.

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

NVT

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

NVT

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Nee, nvt

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*

Van alles kom ik tegen.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*

-

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*

-

Interview 14

Bedrijfsnaam: *VTB Bouw en Handelonderneming B.V.*

Telefoonnummer: *0511 54 19 19*

Benaderd op: 04-01-2010

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Oktober 2009

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Via een voorlichting van Bouwend Nederland. Er zijn inderdaad een aantal eisen aan verbonden. Deze waren onder andere het verplicht aangesloten zijn bij een van de initiatiefnemers van MMM, in dit geval Bouwend Nederland. Daarnaast zijn er een aantal kwaliteitseisen.

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Omdat het voordelig is voor onze opdrachtgevers en daarnaast is het goed voor het milieu.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Goed initiatief. Alleen het is nog niet volledig toepasbaar in Nederland. In onze gemeente is er bijvoorbeeld nog weinig over bekend en zijn we vooral over onze eigen kennis van het MMM-project toegewezen.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Nog niet.

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Niet. Op ons zelf aangewezen. Ook ons niet de mogelijkheid geboden

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Energiebesparende maatregelen bij renovatie en duurzame verbouwingen. Dit is vooral toegepast op particuliere opdrachtgevers. Daarnaast bieden wij de mogelijkheden aan die MMM aan opdrachtgevers bieden.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

nee

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

NVT

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

NVT

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Erg positief. In elke bijeenkomst benadrukken zij het belang van MMM.

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*
Radicale verbouwingen zoals vervangen cv-ketel, dubbel glas, vervangen kozijnen etc.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Een combinatie van beide. Maar nemen de kostenbesparing wel hoog in het vaantje

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Dat valt wel mee maar de kwaliteit wordt hoog gehouden.

Interview 15

Bedrijfsnaam: Technisch bureau Van der Wal

Telefoonnummer: 06-51711319

Benaderd op: 05-01-2010

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Sinds november 2009

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Via een informatiepunt duurzaam bouwen.

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Zelf ben ik duurzaam adviseur en MMM geldt hierbij als een soort verlengde. Daarnaast doe ik mee omdat het overheid ondersteunend is waaruit ik mogelijkheden kan halen.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Een goed initiatief

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Twee opdrachtgevers zijn bij mij gekomen na aanleiding van het feit dat ik aangesloten ben bij MMM

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Doormiddel van een cursus gegeven door MMM

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Zelf ben ik ook duurzaam adviseur. Hierin geef ik de mogelijkheden aan bij mijn advies aan mijn klanten. Daarnaast pas ik de energiebesparende verbouwingen toe.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

De subsidies die gelden voor duurzaam energie zijn niet hoger dan gewoon subsidies van duurzaam energie van de overheid.

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

Ik heb het aangekaart maar tot op heden zit er geen verandering in.

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Betere subsidies voor duurzaam energie. Daarnaast moet de naamsbekendheid van MMM beter worden. hierin dient de campagne die MMM op dit moment houdt beter zijn. MMM moet meer initiatief nemen naar consumenten toe om de mogelijkheden die MMM biedt over te brengen.

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Nee, nvt

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*
Radicale verbouwingen zoals vervangen cv-ketel, dubbel glas, vervangen kozijnen etc.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Een combinatie van beide. Hierin gaat de consument wel vooral voor de eigen portemonnee.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
De eisen voor het lid worden met MMM is het volgen van een verplichte cursus die MMM zelf aanbied

Interview 16

Bedrijfsnaam: *BreedInstallatietechniek*

Telefoonnummer: *0226-354508*

Benaderd op: *06-01-2010*

1. *Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

November 2009

2. *Hoe bent u in aanraking gekomen met Meer Met Minder?*

Via iemand van informatie punt duurzaam bouwen

3. *Waarom bent u aangesloten bij Meer Met Minder?*

Om met de trend van energie zuinige verbouwingen meegaan. Daarnaast om opdrachtgevers zo goedkoop mogelijk de verbouwingen te laten doen.

4. *Wat vindt u van het Meer Met Minder initiatief?*

Goed initiatief, maar staat nog in de kinderschoen, dus is nog niet veel over te zeggen. De ideeën en visie is in ieder geval goed.

5. *Heeft Meer Met Minder geholpen om meer werk binnen te halen, en zo ja, hoe?*

Nee

6. *Hoe bent u ingelicht door MMM?*

Via een cursus aangeboden door MMM

7. *Hoe past u MMM toe in uw bedrijf?*

Doormiddel van een melding op de site te maken. Consumenten kunnen bij mij terecht als contactpersoon voor MMM. Daarnaast biedt hij MMM aan om de energie label van de consumenten omhoog te laten gaan. daarnaast zorgen subsidies ervoor dat consumenten er sneller voor kiezen om energie besparende verbouwingen te gaan doen.

8. *Komt u problemen tegen binnen het MMM project?*

Nee

9. *Doet MMM wat met uw problemen?*

NVT

10. *Wat vindt u dat er (nog) beter kan?*

Nee

11. *Bent u aangesloten bij het Bouwend Nederland. Zo ja weet u hoe Bouwend Nederland tegen over MMM staat? (Ervaringen, resultaten, begin en nu)*

Nee

12. *Wat voor verbouwingen komt u voornamelijk tegen die betrekking hebben op MMM?*

Zonnepanelen.

13. *Zijn consumenten die daadwerkelijk een verbouwing uitvoeren überhaupt geïnteresseerd in energiebesparende maatregelen? Of gaat het alleen om kostenbesparing?*
Beide. Mensen kiezen voor groene stroom omdat het goed is voor het milieu en omdat het energiebesparend is.

14. *Zijn er strenge eisen om bij MMM aan te sluiten?*
Ze zijn best wel streng.

Bijlage 3

Interview eigenaar aannemersbedrijf Burgmeijer

Sinds wanneer bent u aangesloten bij Meer Met Minder?

In begin van 2009 ben ik aangesloten bij MMM

Hoe bent u in aanraking gekomen?

Ik heb zelf actie ondernomen om aangesloten te raken bij MMM. Ik heb ze in het begin van 2009 gebeld en werd goed geholpen.

Waarom doet u mee?

Door de economische teruggang dacht ik door aangesloten te raken meer werk binnen te halen.

Heeft het ook geholpen om meer werk binnen te halen?

Nee, totaal niet. Het is te omslachtig voor de consument. Als je kijkt naar de site dan is het zo rommelig. Consumenten zien door de bomen het bos niet meer. Er zijn drie speerpunten (energiebesparing, subsidie en btw-verlaging) maar die komen niet goed naar voren. Zelf begrijp ik hoe de site werkt, en nog kom ik er zelf niet uit.

Hoe bent u ingelicht door MMM?

Ik werd benaderd voor een voorlichting in een hotel samen met andere aannemers.

Hoe past MMM toe in uw bedrijf?

Ik pas het wel toe maar het werkt gewoon niet. Een voorbeeld is de glassubsidie. De consument kan 35 euro per vierkante meter korting krijgen. Om dit te doen moet de consument eerst een kortingsbon invullen op MMM. Vervolgens wordt die opgestuurd naar ons bedrijf door MMM. Wij sturen deze dan weer door naar de consument. De consument moet dit ondertekenen waardoor wij korting geven. Vervolgens moeten wij het geld terugvragen bij MMM. Voordat dit mogelijk is moet MMM dit eerst doorsturen naar postbus 51.

Kortom, het kost meer dan dat het oplevert. Het is ambtenaartje aan het werk houden. Pure bureaucratie!

Sommige bedrijven die zeggen zelfs: “u wilt subsidie?” ga maar naar een ander bedrijf.

Doet MMM wat met uw problemen?

Nee, ik heb ze een aantal keer geprobeerd te benaderen maar ze reageren gewoon niet.

Hebt u nog verbeterpunten?

Ja, het moet veel directer. De factuur die ik aan de klant geef moet gewoon worden opgestuurd naar MMM. Die bekijken dat en stort het kortingsgeld op de rekening van de aanvragen. Daarnaast moet de site overzichtelijker.