

# D&B

## RAPPORTAGE

Micro-mkb'ers stimuleren om subsidies voor  
verduurzaming aan te vragen



Ministerie van Economische Zaken  
en Klimaat

Februari 2022

# INHOUDSOPGAVE

---

<b>INHOUDSOPGAVE</b>	<b>2</b>
<b>1. AANLEIDING</b>	<b>3</b>
<b>2. OPZET</b>	<b>4</b>
<b>3. DOELANALYSE</b>	<b>6</b>
<b>4. PSYCHOLOGISCH-LANDSCHAPSANALYSE</b>	<b>8</b>
<b>5. PSYCHOLOGISCH-LANDSCHAPSCHECK</b>	<b>10</b>
<b>6. KANSRIJKE AANKNOPINGSPUNTEN</b>	<b>26</b>
<b>REFERENTIES</b>	<b>30</b>
<b>BIJLAGE A. TOELICHTING GEDRAGSMODEL</b>	<b>31</b>
<b>BIJLAGE B. BESCHIJVINGEN SVM</b>	<b>34</b>
<b>BIJLAGE C. TABELLEN BIJ STELLINGEN</b>	<b>36</b>
<b>BIJLAGE D. MULTIPELE REGRESSIEANALYSES</b>	<b>40</b>

---

# 1. AANLEIDING

---

Het klimaat en de energietransitie staan hoog op de maatschappelijke agenda. In het nationale Klimaatakkoord stelt het Kabinet het doel van 49% minder uitstoot van broeikasgassen in 2030 ten opzichte van 1990 [1]. Om bij te dragen aan de klimaatdoelstellingen en de transitie naar een klimaatneutrale samenleving zal ook het midden- en kleinbedrijf (hierna: mkb) de komende jaren investeringen moeten doen om de bedrijfsvoering te verduurzamen [2].

Het ministerie van Economische Zaken en Klimaat (hierna: ministerie van EZK) wil graag meer inzicht krijgen in de grootste drempels voor mkb-bedrijven om te verduurzamen. Dit inzicht wil zij gebruiken om het mkb te ondersteunen in het zetten van verdere stappen om te verduurzamen. Hiervoor vroeg ze de gedragsexperts van Dijksterhuis & van Baaren (D&B; [www.dbgedrag.nl](http://www.dbgedrag.nl)) om een analyse uit te voeren vanuit gedragsperspectief.

## KERNVRAAG

In de eerste fase van het project formuleerden we de volgende kernvraag voor dit project:

*Hoe kunnen micro-mkb'ers worden gestimuleerd om subsidieregelingen voor verduurzaming, zoals de Subsidieregeling Verduurzaming MKB (SVM), aan te vragen?*

In Hoofdstuk 3 beschrijven we hoe we tot deze doelgroep en kernvraag kwamen. In Hoofdstuk 4 en 5 beschrijven we het onderzoek dat we uitvoerden rondom de kernvraag. In Hoofdstuk 6 beschrijven we de belangrijkste bevindingen en kansrijke aanknopingspunten uit het onderzoek.

### Leeswijzer

In dit rapport komen een aantal begrippen regelmatig terug. Dit is wat we met die begrippen bedoelen:

**Micro-mkb'ers:** In overleg met het ministerie van EZK lieten we ZZP'ers buiten beschouwing. In dit onderzoek bedoelen we met de term 'micro-mkb'ers' mkb-eigenaren die minimaal één en maximaal tien werknemers in dienst hebben.

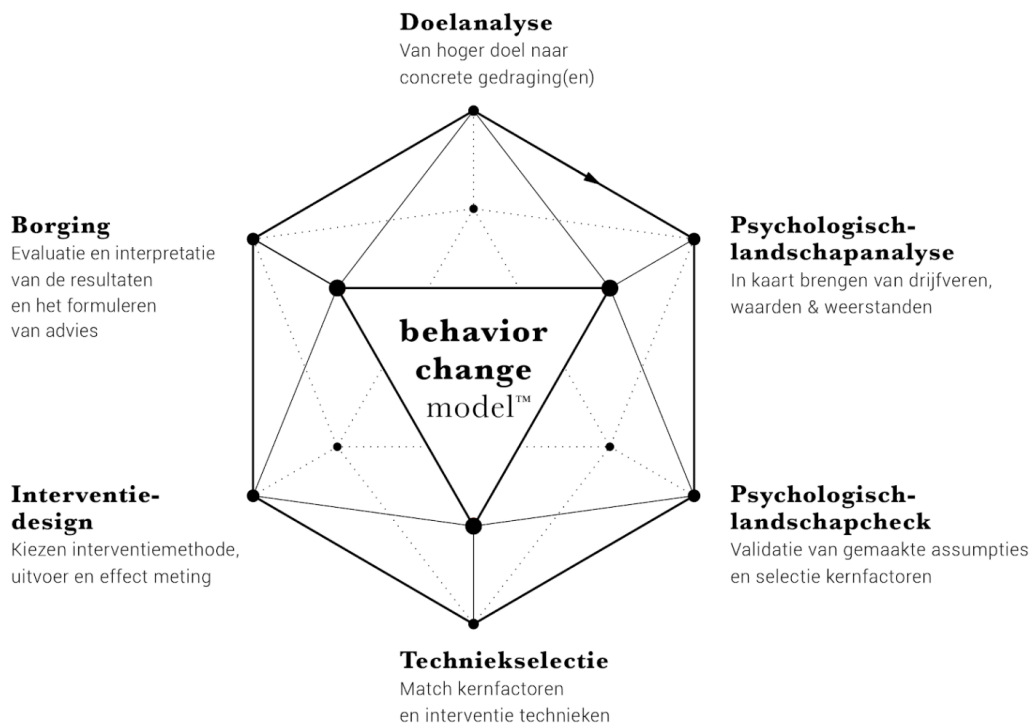
**SVM:** De Subsidieregeling Verduurzaming MKB. SVM subsidieert een deel van de kosten voor het opstellen van een energieadvies op maat door een adviseur, en voor de ondersteuning bij de uitvoering van het advies. Het energieadvies gaat in op energie- en CO<sub>2</sub>-besparende maatregelen en welke investeringen een maatregel vraagt.

**Doelgedrag:** Het gedrag dat je graag wil zien bij je doelgroep. Dit gedrag moet concreet en specifiek zijn geformuleerd. In dit project staat het doelgedrag *micro-mkb'ers vragen de SVM aan* centraal.

**Psychologisch landschap:** Een overzicht van drijfveren, obstakels en omgevingsfactoren die (mogelijk) invloed hebben op bepaald doelgedrag.

## 2. OPZET

We werken aan de hand van een wetenschappelijk gefundeerd verandermodel: **het Behavior Change Model (BCM)**. Dit model bestaat uit de volgende fases:



© 2020 | van Baaren & van Leeuwen | Behavior Change Group

Afbeelding 1. Het Behavior Change Model (BCM): een wetenschappelijk gefundeerde werkwijze om gedrag te veranderen. De opzet van dit project volgt stap 1 (Doelanalyse) tot en met stap 3 (Psychologisch-landschapscheck) van het BCM.

We ontwikkelden dit praktische model om systematisch en efficiënt tot effectieve gedragsverandering te komen. Met de werkwijze die dit model beschrijft, koppelen we invloedrijke factoren uit de analysefase aan kansrijke interventietechnieken. Je kan gedrag namelijk pas veranderen als je begrijpt waar het vandaan komt.

In deze opdracht doorlopen we de eerste drie fases van het BCM: doelanalyse, psychologisch landschapsanalyse en psychologisch-landschapscheck. Daarnaast geven we aan de hand van deze drie fases advies over kansrijke aanknopingspunten.

1. **Doelanalyse:** We scherpten de breed geformuleerde onderzoeksvraag (*Wat zijn de grootste drempels voor mkb'ers om (nog) niet te verduurzamen en hoe kunnen zij hierin ondersteund worden?*) aan naar een concreet, meetbaar doel. Om precies te zijn, kozen we in overleg met stakeholders om te focussen op het aanvragen van de Subsidierегeling Verduurzaming MKB (SVM) door micro-mkb'ers.

2. **Psychologisch-landschapsanalyse:** We interviewden relevante experts en deden deskresearch om de belangrijkste drijfveren, obstakels en omgevingsfactoren te verzamelen die mogelijk een rol spelen bij het aanvragen van de SVM door micro-mkb'ers.
3. **Psychologisch-landschapscheck:** We voerden vragenlijstonderzoek uit onder micro-mkb'ers om in kaart te brengen welke drijfveren, obstakels en omgevingsfactoren daadwerkelijk een rol spelen bij micro-mkb'ers en hoe deze samenhangen met het aanvragen van de SVM door micro-mkb'ers.
4. **Kansrijke aanknopingspunten:** Op basis van de inzichten uit de psychologisch landschapsanalyse en -check beschrijven we kansrijke aanknopingspunten waarop kan worden ingezet om micro-mkb'ers te stimuleren subsidieregelingen voor verduurzaming, zoals de SVM, aan te vragen.

### 3. DOELANALYSE

---

In de doelanalyse verdiepten we ons in (de context van) het probleem: het probleem(gedrag), het doelgedrag en kansrijke doelgroepen. Hoe specifieker we het probleem waarop de analyse zich richt afbakenen, hoe concreter we de strategie kunnen laten aansluiten op het probleem.

Om aan de nationale klimaatdoelstellingen te voldoen [1], is het essentieel dat CO<sub>2</sub>-uitstoot drastisch wordt verlaagd. Het bedrijfsleven speelt een belangrijke rol bij het behalen van deze doelstelling. Van alle Nederlandse bedrijven valt 99 procent onder het mkb. Het betreft ongeveer 2 miljoen ondernemingen die diverse sectoren vertegenwoordigen en die sterk uiteenlopen qua type en grootte [3]. Voor het behalen van de klimaatdoelstellingen is het van belang dat mkb-ondernemers in de komende jaren investeringen gaan doen om hun bedrijfsvoering te verduurzamen [2].

Bedrijven die jaarlijks meer dan 25.000 m<sup>3</sup> aardgas (equivalent) en 50.000 kWh elektriciteit verbruiken zijn verplicht om besparingsmaatregelen te nemen ('energiebesparingsplicht') en deze te registreren ('informatieplicht'). Voor bedrijven die niet onder de energiebesparingsplicht vallen gelden er geen duidelijke regels voor het verminderen van hun energieverbruik en uitstoot van broeikasgassen. Alle bedrijven worden echter wel gestimuleerd om verduurzamingsmaatregelen te treffen.

Zo zijn er al diverse subsidies uitgetrokken om ondernemers te stimuleren en ondersteunen in het verduurzamen van hun bedrijfsvoering. Voorbeelden hiervan zijn de Investeringssubsidie Duurzame Energie (ISDE), de subsidie Stimulering Duurzame Energieproductie en Klimaattransitie (SDE++), en de Milieu-Investeringsaftrek (MIA). Micro-mkb'ers hebben echter over het algemeen zeer beperkte capaciteit om met verduurzamingsmaatregelen aan de slag te gaan. Hoewel het micro-mkb een betrekkelijk grote groep van ondernemingen representeert (~17% van het mkb, [3]), hebben micro-mkb'ers vaak beperkte kennis en toegang tot ondersteuning op het gebied van verduurzaming [2,4,5]. Dit maakt micro-mkb'ers vanuit een gedragsperspectief een interessante doelgroep. In dit onderzoek focussen we daarom op de doelgroep micro-mkb'ers.

**Doelgroep:** micro-mkb'ers. In dit onderzoek bedoelen we daarmee mkb-eigenaren die minimaal één en maximaal tien werknemers in dienst hebben.

Verduurzaming is een breed begrip dat op vele manieren kan worden toegepast in de bedrijfsvoering. Met 'verduurzaming' bedoelen we het toepassen van maatregelen om energie te besparen of de CO<sub>2</sub>-uitstoot van het bedrijfspand, transport en

productieprocessen te verminderen of voorkomen. Hieronder valt een groot scala aan maatregelen. Denk aan maatregelen als het aanbrengen van LED-verlichting, isolatie of HR++-glas, het installeren van energiezuinige installaties zoals PV-zonnepanelen, of het aanschaffen van energiezuinige apparaten. Ook vallen aanpassingen in de productieprocessen of transport hieronder, zoals het aanschaffen van elektrische bestelwagens [6].

Deze grote hoeveelheid verduurzamingsmaatregelen maakt het voor micro-mkb'ers lastig om te bepalen wat de beste manieren zijn om te verduurzamen. Micro-mkb'ers hebben beperkt tijd om zich te verdiepen in verduurzaming en de duurzaamheidseisen. Hierdoor hebben ze veelal beperkte kennis over welke maatregelen ze kunnen toepassen en wat elke maatregel hen kost en oplevert [5].

Daarnaast hebben micro-mkb'ers beperkte toegang tot ondersteuning op het gebied van kenniswerving en financiering [5]. Ze hebben over het algemeen beperkte middelen beschikbaar voor het inhuren van externe adviseurs voor energieadvies op maat. Bovendien is het voor micro-mkb'ers moeilijk om financiering te vinden voor de uitvoering van verduurzamingsmaatregelen [4].

Om dit type obstakels te overkomen en het mkb te ontzorgen bij de stappen die ze zet om te verduurzamen, is in oktober 2021 de Subsidieregeling Verduurzaming MKB (SVM) gestart [6]. Met deze subsidieregeling kunnen ondernemers een gespecialiseerde adviseur inhuren voor energieadvies op maat. Daarnaast geeft de SVM subsidie voor ondersteuning bij het uitvoeren van een of meer maatregelen uit dat advies. Het aanvragen van de SVM is kansrijk doelgedrag voor micro-mkb'ers om inzicht te krijgen in welke maatregelen effectief zijn om hun bedrijfsvoering te verduurzamen, en om ondersteuning te krijgen bij het uitvoeren hiervan. Daarom staat in dit project het doelgedrag *micro-mkb'ers vragen de SVM aan* centraal.

**Doelgedrag:** micro-mkb'ers vragen de SVM aan.

## 4. PSYCHOLOGISCH-LANDSCHAPSANALYSE

---

We hebben verschillende onderzoeksmethoden ingezet om het psychologisch landschap in kaart te brengen. We deden deskresearch en interviewden relevante experts om de drijfveren, obstakels en omgevingsfactoren te verzamelen die *mogelijk* een rol spelen bij het aanvragen van de SVM door micro-mkb'ers. Deze factoren verwerkten we in een concept-gedragsmodel (zie Afbeelding 2).

### DESKRESEACH

We voerden een **literatuurscan** uit van wetenschappelijke en niet-wetenschappelijke literatuur om inzicht te krijgen in wat er al bekend is over verduurzaming in het mkb en de mogelijke oorzaken die ten grondslag liggen aan het niet verduurzamen van mkb-ondernemingen.

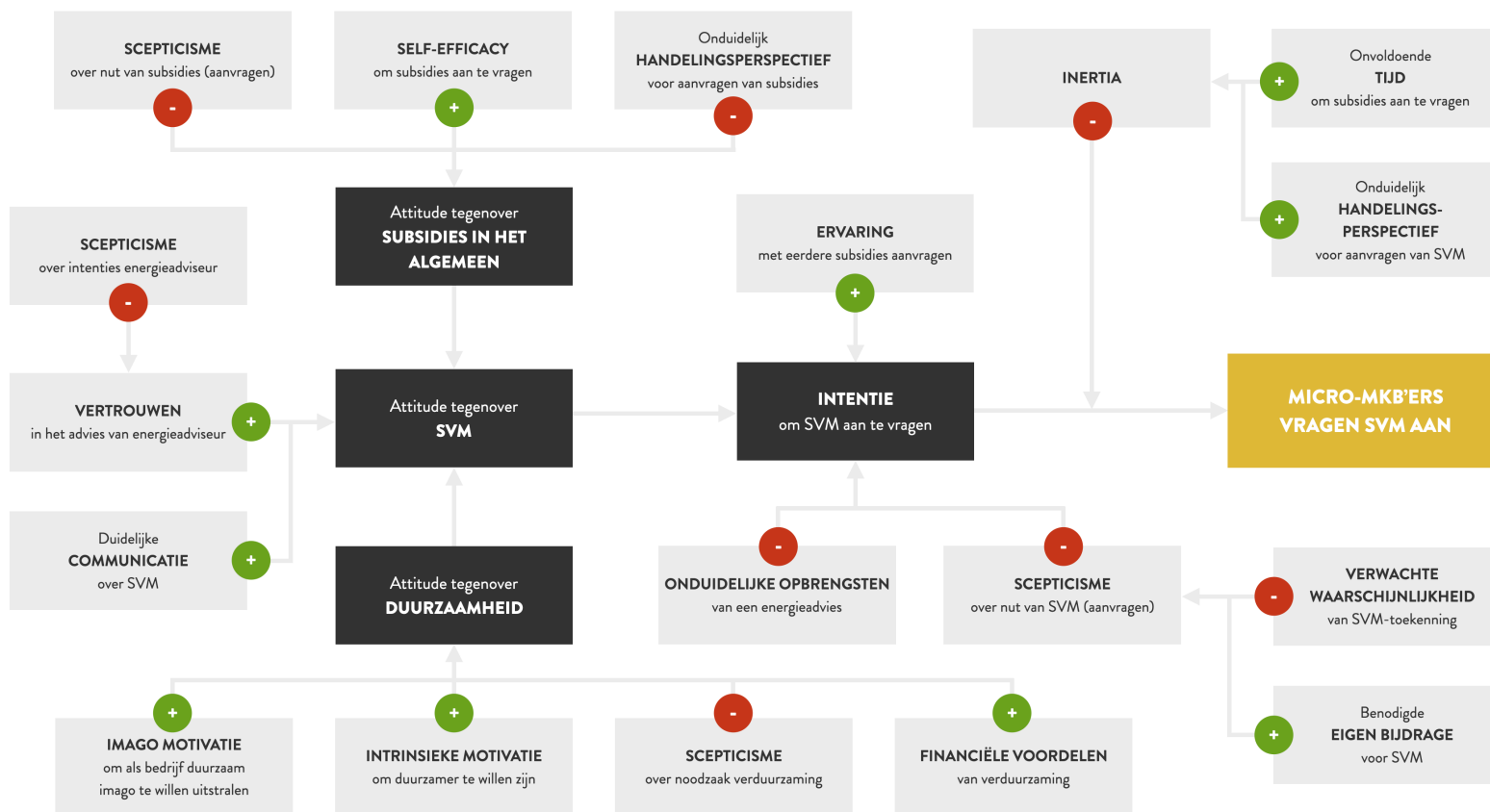
### INTERVIEWS

We interviewde **vijf experts** die (nauw) betrokken zijn bij de doelgroep, de ontwikkeling van de SVM en de uitvoering van deze subsidieregeling. De interviews dienden om aanvullende inzichten en informatie te krijgen over mogelijke drijfveren, obstakels en omgevingsfactoren voor micro-mkb'ers om te verduurzamen, verduurzamingssubsidies waaronder de SVM aan te vragen, en energieadvies in te winnen. De interviews waren vooral bedoeld om te verkennen, in plaats van hard bewijs te verzamelen. We spraken een projectleider van MKB-Nederland, een adviseur op het gebied van verduurzaming van de Rijksdienst van Ondernemend Nederland (hierna RVO), een energieadviseur van RVO, een communicatieadviseur van RVO en een energieconsultant van BlueTerra.

### CONCEPT-GEDRAGSMODEL

Op basis van de deskresearch en interviews inventariseerden we alle drijfveren, obstakels en omgevingsfactoren die mogelijk invloed hebben op het aanvragen van de SVM door micro-mkb'ers. Deze verzamelden we in een concept-gedragsmodel; een schematisch overzicht van het psychologisch landschap in deze casus.





Afbeelding 2. Het concept-gedragmodel, met hierin alle drijfveren, obstakels en omgevingsfactoren waarvan we (op basis van de psychologisch-landschapsanalyse) vermoeden dat die invloed hebben op het doelgedrag. Zie Bijlage A voor een toelichting op de genoemde drijfveren, obstakels en omgevingsfactoren en hun onderlinge relatie.

## 5. PSYCHOLOGISCH-LANDSCHAPSCHECK

---

Om antwoord te kunnen geven op de kernvraag “Hoe kunnen micro-mkb’ers worden gestimuleerd om subsidieregelingen voor verduurzaming, zoals de Subsidieregeling Verduurzaming MKB (SVM), aan te vragen?”, verifiëren we in deze stap van het proces welke factoren uit het concept-gedragsmodel (zie Hoofdstuk 4. Psychologisch-landschapscheck) daadwerkelijk een rol spelen bij micro-mkb’ers en hoe deze samenhangen met het willen aanvragen van de SVM. We voerden hiertoe vragenlijstonderzoek uit onder micro-mkb’ers.

### ONDERZOEKSOPZET

Via externe panelbureaus nodigden we micro-mkb’ers uit om een digitale vragenlijst in te vullen die bestond uit grofweg vier onderdelen<sup>1</sup>:

- **Deel 1:** Verduurzaming
- **Deel 2:** Subsidies voor verduurzaming
- **Deel 3:** Subsidieregeling Verduurzaming MKB (SVM)
- **Deel 4:** Experiment

#### DEEL 1. VERDUURZAMING

We stelden respondenten vragen over hoe ze naar duurzaamheid en verduurzaming kijken. We onderzochten hiermee in hoeverre micro-mkb’ers graag willen investeren in verduurzaming, hoe belangrijk ze het vinden dat er financiële voordelen zitten aan verduurzaming, of het belangrijk voor ze is om een duurzaam imago te hebben als bedrijf, en in hoeverre ze al nadenken over en zich verantwoordelijk voelen voor verduurzaming. De resultaten van deel 1 van de vragenlijst zijn te vinden vanaf pagina 16.

#### DEEL 2. SUBSIDIES VOOR VERDUURZAMING

We stelden respondenten vragen over hun eerdere gebruik van subsidies en regelingen voor het verduurzamen van hun onderneming. Hiermee onderzochten we hoeveel ervaring micro-mkb’ers hebben met het aanvragen van subsidies voor verduurzaming, hoeveel self-efficacy ze ervaren om subsidies aan te kunnen vragen, en in hoeverre ze sceptisch zijn over het nut van subsidies voor verduurzaming in het algemeen. De resultaten van deel 2 van de vragenlijst zijn te vinden vanaf pagina 17.

---

<sup>1</sup> Opsomming niet op basis van daadwerkelijke volgorde

### **DEEL 3. SUBSIDIEREGELING VERDUURZAMING MKB (SVM)**

Naast de vragen over subsidies voor verduurzaming in het algemeen, stelden we respondenten ook specifieke vragen over de SVM. Zo wilden we weten in hoeverre micro-mkb'ers al met deze subsidie bekend zijn, in hoeverre ze begrijpen hoe ze de SVM kunnen aanvragen, hoe ze tegenover een energieadvies van een energieadviseur staan, of ze een energieadvies van een energieadviseur zouden willen, en, na het lezen van een tekst over de SVM (zie deel 4, pagina 23), hoe waarschijnlijk ze het achten dat ze de SVM gaan aanvragen. De resultaten van deel 3 van de vragenlijst zijn te vinden vanaf pagina 20.

### **DEEL 4. EXPERIMENT**

We wilden weten in hoeverre bestaande gedragstechnieken kunnen worden ingezet om de kans te vergroten dat micro-mkb'ers de SVM aanvragen. Met dit doel voerden we een exploratief experiment uit, zodat we het effect van gedragstechnieken konden onderzoeken die in de beschrijving van een subsidie zijn verwerkt.

Alle respondenten lazen een beschrijving van de SVM. Grofweg de helft van de respondenten zat in de controleconditie; zij lazen de beschrijving van de SVM die op de website van RVO stond ten tijde van het onderzoek [6]. De andere helft zat in de experimentele conditie, waarin ze een aangepaste beschrijving lazen van de SVM. De beschrijvingen die we gebruikten in de controleconditie en de experimentele conditie staan in Bijlage B.

De experimentele beschrijving bevatte de volgende gedragstechnieken:

- Starten met de hoofdboodschap.
- Het doelgedrag zo makkelijk en concreet mogelijk verwoorden.
- Een makkelijk te scannen visuele structuur aanbrenge(n) (bijv. gebruik van kopjes) om processing fluency te verhogen.
- Het gebruiken van B1-taalniveau en vermijden van vakjargon om processing fluency te verhogen.
- Weglaten van informatie die niet of minder relevant is voor de doelgroep om processing fluency te verhogen.
- Toevoegen van een duidelijk stappenplan voor het aanvragen van de subsidie, waarmee het concrete handelingsperspectief wordt gecommuniceerd.
- Visuele cues gebruiken om aandacht te trekken naar belangrijkste onderdelen (zoals het stappenplan) om aantrekkelijkheid en processing fluency te verhogen.

Nadat respondenten de originele of de aangepaste beschrijving hadden gelezen, stelden we een aantal vragen over wat ze van de beschrijving en van de SVM vonden. Zo wilden we weten hoe aantrekkelijk micro-mkb'ers de SVM vonden klinken, hoe waarschijnlijk ze het achtten dat ze de SVM gingen aanvragen, hoe duidelijk het was wat ze met de SVM kunnen

doen, hoe duidelijk het was hoe ze de SVM kunnen aanvragen, en hoe duidelijk het was of ze met hun bedrijf in aanmerking komen voor de SVM. De resultaten van deel 4 van de vragenlijst zijn te vinden vanaf pagina 23.

## RESULTATEN

We beschrijven de resultaten door eerst de steekproef te beschrijven en hoe de respondenten denken over de drie thema's; verduurzaming (deel 1 van de vragenlijst), subsidies (deel 2 van de vragenlijst) en de Subsidieregeling Verduurzaming MKB (SVM; deel 3 van de vragenlijst). Vervolgens beschrijven we of en hoe het lezen van een aangepaste beschrijving van de subsidieregeling invloed heeft op de perceptie van de SVM en intentie om de SVM aan te vragen (deel 4 van de vragenlijst). Tot slot beschrijven we de resultaten van drie multipale regressieanalyses. Met deze analyses bepalen we in hoeverre verschillende factoren (zoals graag geld willen besparen) samenhangen met hoe graag respondenten de SVM willen aanvragen, hoe aantrekkelijk ze de SVM vinden en hoe graag ze willen investeren in verduurzaming.

### BESCHRIJVING STEEKPROEF

#### Selectie van respondenten

Om mkb'ers te werven die in aanmerking komen voor de SVM, selecteerden we op voorhand respondenten die op dat moment:

1. minimaal één en maximaal tien werknemers in dienst hadden, waardoor ze aan onze definitie van 'micro-mkb'ers' voldoen;
2. tenminste één bedrijfspand huurden of in bezit hadden, waardoor ze mogelijk in aanmerking komen voor de SVM.

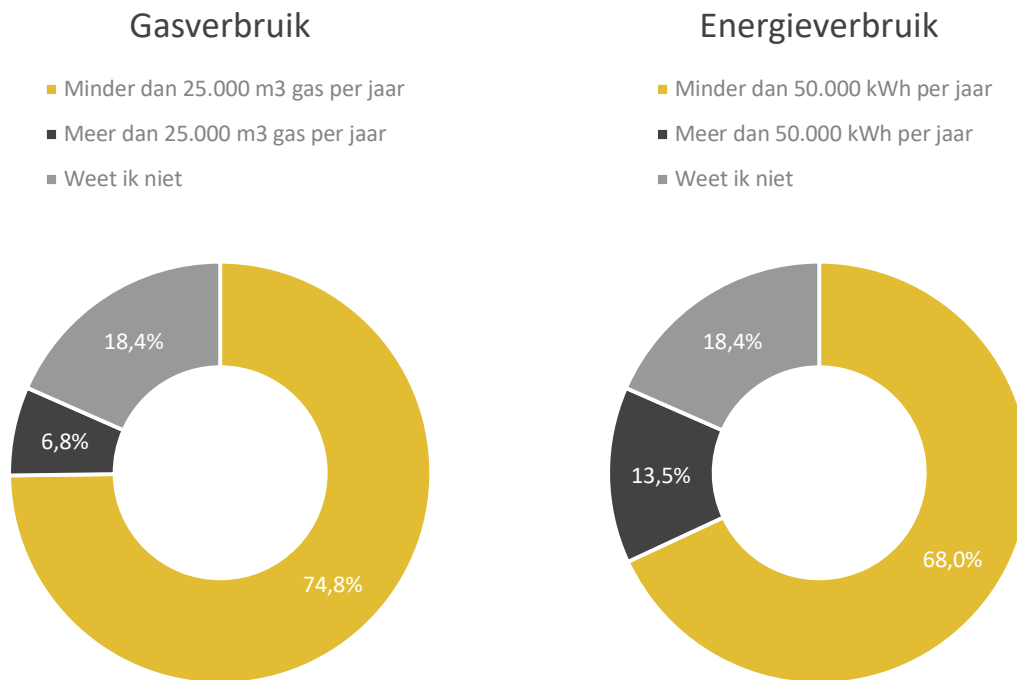
Op basis van deze selectie-eisen bleven er 266 respondenten over. Als laatste selectie-eis keken we naar het energieverbruik van respondenten, zie onder 'Energieverbruik'.

#### Energieverbruik

De SVM is bedoeld voor bedrijven die niet onder de energiebesparingsplicht vallen. Dat betekent dat alleen bedrijven in aanmerking komen die minder dan 25.000 m<sup>3</sup> aardgas en 50.000 kWh elektriciteit verbruiken.

Een kwart van de respondenten (25,2%) weet niet of hun bedrijf onder de energiebesparingsplicht valt. Een op de tien respondenten (10,5%) zegt onder de energiebesparingsplicht te vallen, en de meerderheid zegt dat ze niet onder de energiebesparingsplicht vallen (64,3%). Dit komt hoogstwaarschijnlijk doordat we respondenten hebben geselecteerd die micro-mkb'ers zijn, en micro-mkb'ers over het algemeen minder energie verbruiken dan mkb'ers met meer medewerkers in dienst.

Als we kijken naar het energieverbruik dat respondenten zelf opgeven (zie Figuur 1), geeft inderdaad de meerderheid (68,0%) aan dat ze minder dan 25.000 m<sup>3</sup> aardgas verbruiken. Ook verbruikt de meerderheid (74,8%) minder dan 50.000 kWh elektriciteit. Een deel van de respondenten (20,3%), geeft aan hun gas- en of energieverbruik niet te weten. In totaal gebruikt 66,2% van de 266 respondenten zowel te weinig gas als elektriciteit om onder de wettelijke energiebesparingsplicht te vallen.



*Figuur 1. Het opgegeven gas- en energieverbruik op jaarbasis, van zowel de respondenten die met hun energieverbruik onder de wettelijke energiebesparingsplicht vallen (n = 36) als de respondenten die niet onder de energiebesparingsplicht vallen (n = 176) en respondenten die hun gas- of energieverbruik niet weten (n = 54).*

We vergeleken respondenten die niet onder energiebesparingsplicht vallen (n = 176) met respondenten die wel onder de energiebesparingsplicht te vallen (n = 36) op factoren rondom verduurzaming (zie deel 1. Verduurzaming vanaf pagina 16) en rondom subsidies (zie deel 2. Subsidies vanaf pagina 17).

Respondenten die onder de energiebesparingsplicht vallen, denken in het algemeen niet anders over verduurzaming en subsidies dan respondenten die niet onder de energiebesparingsplicht vallen. Er is één factor waar ze wel anders op scoren. Respondenten die onder de energiebesparingsplicht vallen hebben sterker het gevoel dat ze er niet aan toekomen om een subsidie aan te vragen voor hun bedrijf (n = 36; M = 4,15, SD = 1,20) dan respondenten die niet onder de energiebesparingsplicht vallen (n = 176; M = 3,27, SD = 1,03;  $p < .001$ ,  $\eta^2_{\text{partial}} = .083$ ).

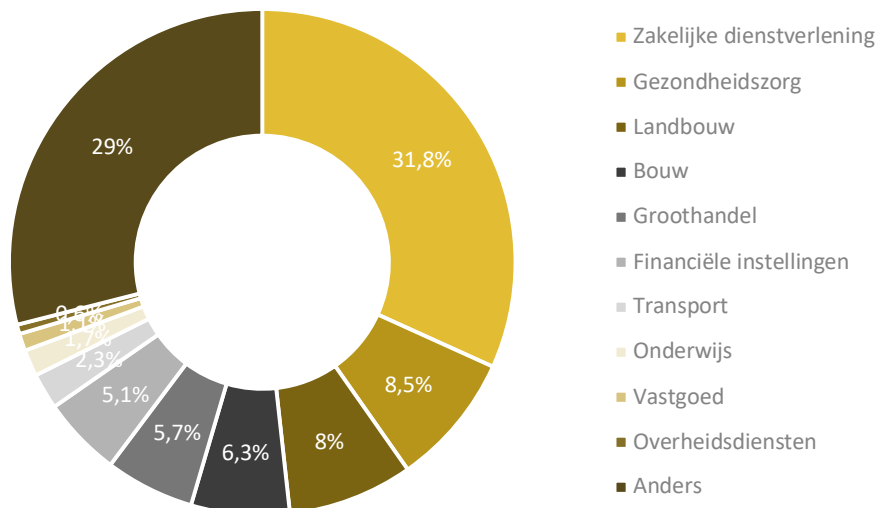
Aangezien respondenten die onder de energiebesparingsplicht vallen niet in aanmerking komen voor de SVM, worden deze in de rest van de analyses buiten beschouwing gelaten. Hierdoor bleven er uiteindelijk **176 respondenten** over in de dataset.

### Beschrijving van respondenten

De steekproef die we analyseerden bestond uit 176 respondenten, waarvan 57,4% mannen ( $n = 101$ ), 42,0% vrouwen ( $n = 74$ ) en 0,6% wilde het liever niet zeggen ( $n = 1$ ). De gemiddelde leeftijd was 51,5 jaar ( $SD = 9,8$ ).

De meeste respondenten (42,0%) huren hun bedrijfspand(en), gevolgd door respondenten die eigenaar zijn van minimaal één bedrijfspand (35,2%) en respondenten die mede-eigenaar zijn van minimaal één bedrijfspand (22,7%).

Figuur 2 geeft de sectoren weer waaronder de bedrijven van de respondenten vallen. De meeste respondenten (31,8%) geven aan dat hun bedrijf actief is in zakelijke dienstverlening.



Figuur 2. De sectoren waaronder de bedrijven van de respondenten ( $n = 176$ ) vallen.

### Financiële ondersteuning voor verduurzaming

We wilden weten hoeveel respondenten al eens eerder financiële ondersteuning hebben aangevraagd voor het verduurzamen van hun bedrijf. In Tabel 1 is te zien hoeveel respondenten ervaring hebben met het aanvragen of gebruiken van subsidies, financieringen en fiscale regelingen voor verduurzaming.

Een merendeel van de respondenten (73,3%;  $n = 129$ ) heeft nog niet eerder gebruikgemaakt van een van deze vormen van financiële ondersteuning voor het

verduurzamen van hun bedrijf. Slechts 13,1% van de respondenten ( $n = 23$ ) heeft ervaring met het aanvragen van een subsidie voor verduurzaming. Eerdere subsidieaanvragen die door respondenten werden gedaan, zijn bijvoorbeeld subsidies voor zonnepanelen, asbestsanering en elektrische wagens.

		Aantal ( $n$ )	Percentage (%)
Heeft u of iemand anders weleens een <b>subsidie</b> aangevraagd om uw bedrijf te verduurzamen?	<b>Ja</b>	23	13,1
	<b>Nee</b>	148	84,1
	<b>Weet ik niet</b>	5	2,8
Heeft u of iemand anders weleens een <b>financiering</b> (lening) aangevraagd om uw bedrijf te verduurzamen?	<b>Ja</b>	15	9,1
	<b>Nee</b>	157	89,2
	<b>Weet ik niet</b>	3	1,7
Heeft u of iemand anders weleens gebruikgemaakt van <b>een fiscale regeling</b> om uw bedrijf te verduurzamen?	<b>Ja</b>	29	16,5
	<b>Nee</b>	140	79,5
	<b>Weet ik niet</b>	7	4

Tabel 1. Het aantal respondenten dat aangeeft dat zij of iemand anders ervaring hebben met het aanvragen of gebruiken van subsidies, financieringen of fiscale regelingen voor verduurzaming van hun bedrijf.

### Verantwoordelijke voor verduurzaming

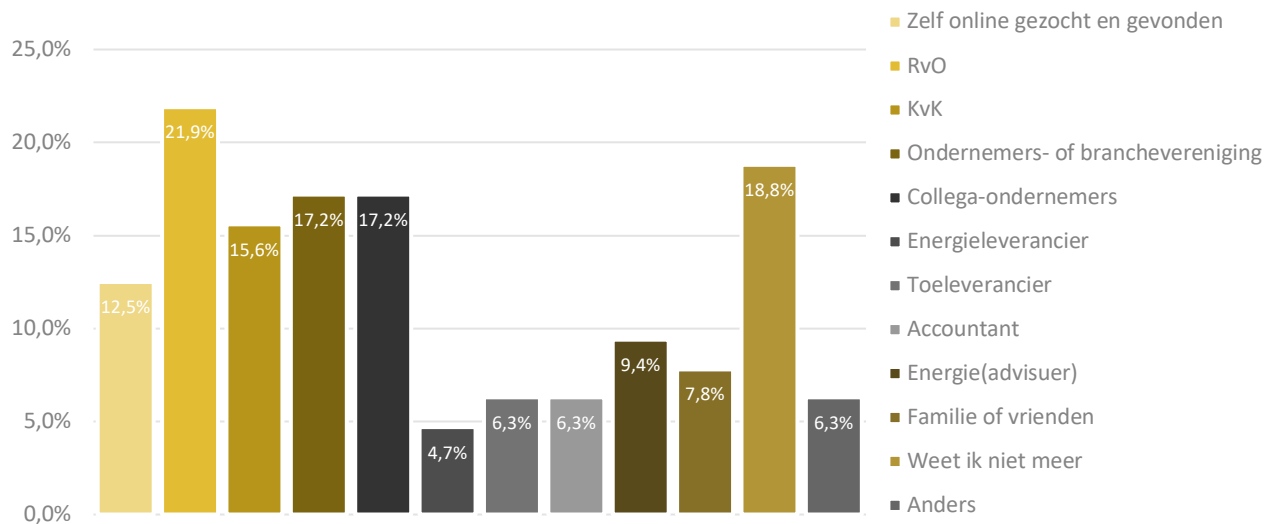
We wilden weten bij hoeveel respondenten een of meerdere mensen binnen of buiten het bedrijf specifiek verantwoordelijk zijn voor verduurzaming. Hier betekent “verantwoordelijk zijn” dat de verduurzaming van het bedrijf in iemands takenpakket zit en deze persoon er met enige regelmaat tijd aan besteedt.

De meerderheid van de respondenten (78,4%) geeft aan dat iemand binnen het bedrijf verantwoordelijk is voor het thema verduurzaming. Dit is meestal de mkb-eigenaar/respondent zelf (58,0%) of één of meerdere werknemers binnen het bedrijf (17,6%). In twee gevallen (1,1%) zeiden respondenten dat een persoon buiten het bedrijf hiervoor verantwoordelijk is, en drie respondenten (1,7%) gaven aan dat er een andere situatie bij hen van toepassing is die niet tussen de antwoordopties stond. Bij een op de vijf respondenten (21,6%) is niemand verantwoordelijk voor het thema verduurzaming.

### Bekendheid met de SVM

We wilden weten in hoeverre respondenten al bekend zijn met de SVM. De meerderheid van de 176 respondenten (63,6%) is nog niet bekend met de SVM, gevolgd door een kleiner deel (18,2%) dat de SVM alleen van naam kent, of weet wat de SVM (ongeveer) inhoudt (17,0%). Slechts twee respondenten (1,1%) gaven aan dat zij de SVM niet alleen kennen, maar hem ook al hebben aangevraagd.

De respondenten die de SVM van naam kennen, weten wat de SVM inhoudt óf hem al hebben aangevraagd (36,3%;  $n = 64$ ), kennen de SVM voornamelijk via RVO (21,9%), de Kamer van Koophandel (hierna: KvK; 15,6%) of via collega-ondernemers (17,2%) en ondernemersverenigingen/brancheverenigingen (17,2%). Zie Figuur 3 voor een volledig overzicht van waar respondenten de SVM van kennen.



Figuur 3. Waar kennen respondenten ( $n = 64$ ) de SVM van? Respondenten konden meerdere antwoorden geven.

## DEEL 1. VERDUURZAMING

### Hoe kijken micro-mkb'ers naar verduurzaming?

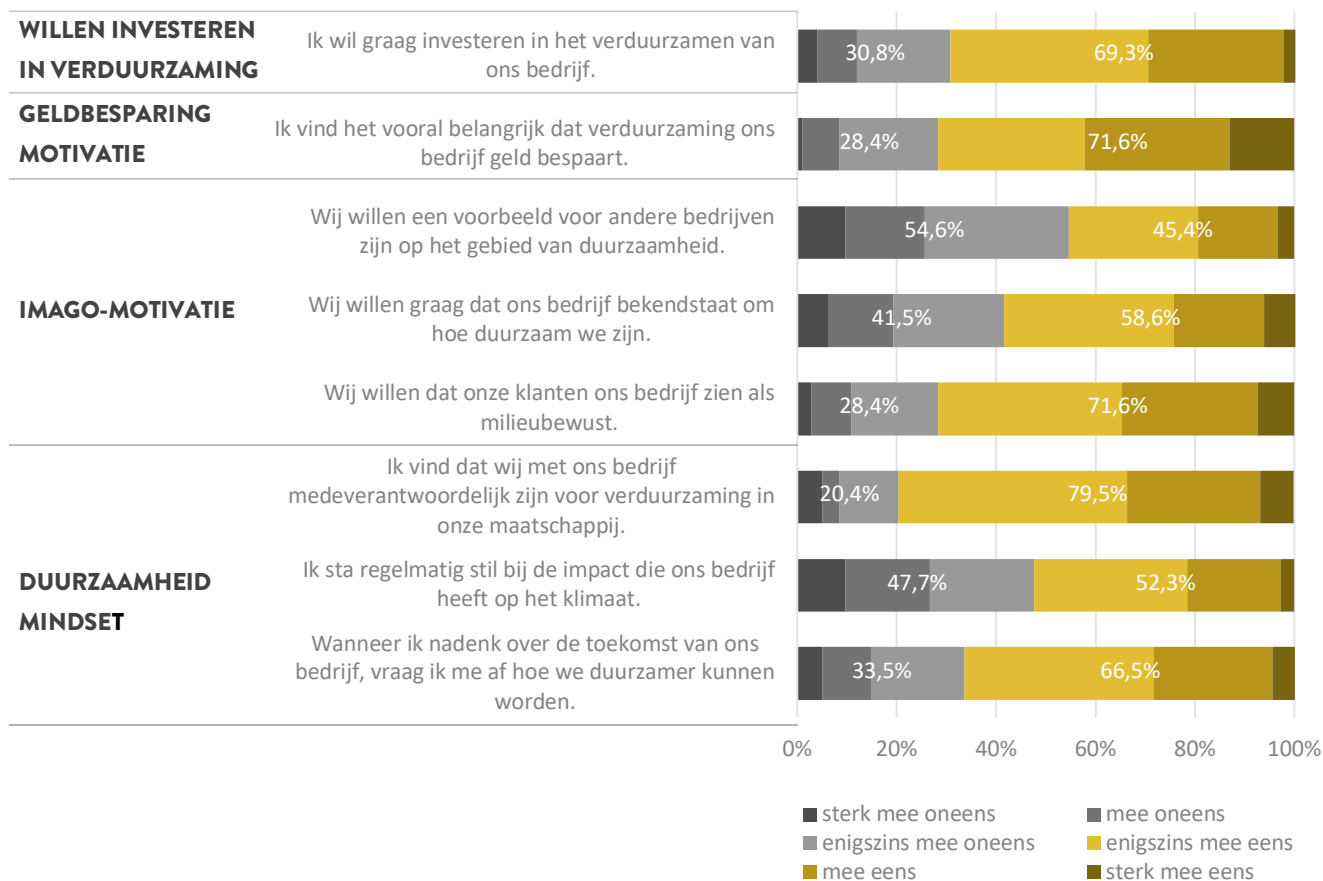
Respondenten voelen zich medeverantwoordelijk voor het verduurzamen van de maatschappij (79,5% van de respondenten is het hier ten minste enigszins mee eens), en geven aan dat ze willen investeren in het verduurzamen van hun bedrijf (69,3% van de respondenten is het hier ten minste enigszins mee eens).

Wat zijn mogelijke redenen om te willen investeren in het verduurzamen van hun bedrijf? Het vaakst geven respondenten aan dat ze het belangrijk vinden dat verduurzaming geld bespaart en dat zij willen dat hun klanten hun bedrijf zien als milieubewust (voor beide is 71,6% van de respondenten het hier ten minste enigszins mee eens). Ze vinden het minder belangrijk dat ze ook een voorbeeld zijn voor andere bedrijven (45,5% van de respondenten is het hier ten minste enigszins mee eens; zie Figuur 4).

**Conclusie:** Respondenten voelen zich medeverantwoordelijk voor het verduurzamen van de maatschappij en geven aan dat ze willen investeren in het verduurzamen van hun bedrijf. Ze vinden het vooral belangrijk dat verduurzaming hen geld bespaart en dat klanten hen als milieubewust zien.



## STELLINGEN OVER VERDUURZAMING



*Figuur 4. Hoe kijken respondenten (n = 176) naar verduurzaming? De weergegeven percentages zijn het cumulatieve percentage van sterk tot enigszins mee oneens (links) en enigszins tot sterk mee eens (rechts). Zie Tabel 2 in Bijlage C voor een volledig overzicht van de resultaten.*

## DEEL 2. SUBSIDIES VOOR VERDUURZAMING

### Hoe kijken micro-mkb'ers naar subsidies (voor verduurzaming)?

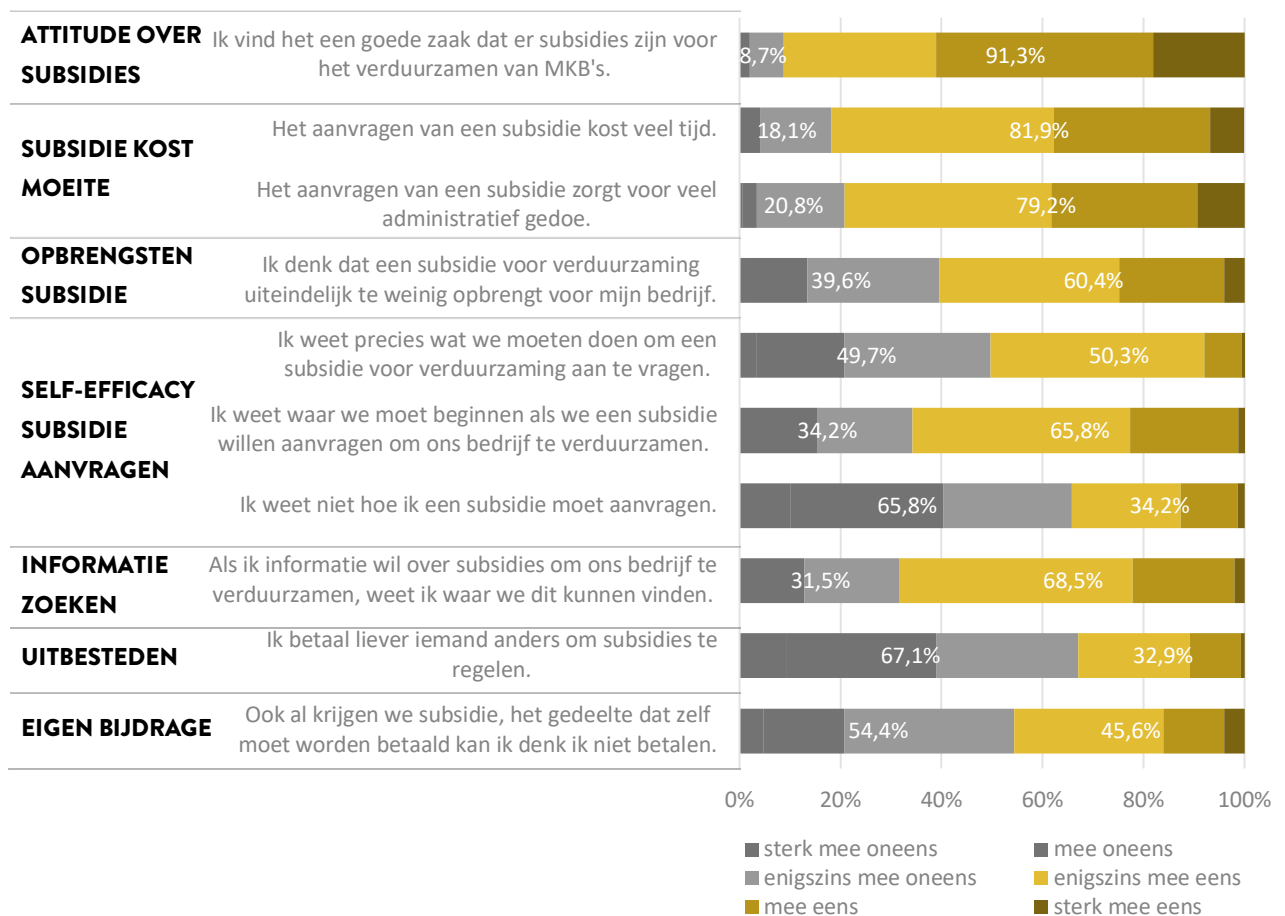
Respondenten vinden het een goede zaak dat er subsidies zijn voor het verduurzamen van het mkb (91,3% van de respondenten is het hier ten minste enigszins mee eens). De meerderheid heeft er vertrouwen in dat het ze lukt een subsidie aan te vragen als ze dit willen, en weten waar ze moeten beginnen als ze een aanvraag willen doen (respectievelijk is 77,2% en 65,8% van de respondenten is het hier ten minste enigszins mee eens).

Een groot deel van de respondenten verwacht echter wel dat het aanvragen van een subsidie veel tijd kost en voor veel administratief gedoe zorgt (respectievelijk is 81,9% en 79,2% van de respondenten het hier tenminste enigszins mee eens). Ook zegt bijna de helft van de respondenten (45,6%) dat ze er niet altijd aan toekomen om een subsidie aan te vragen. Daarnaast is het de vraag of micro-mkb'ers deze verwachte inspanning de moeite waard vinden: meer dan de helft van de respondenten denkt dat een subsidie voor verduurzaming hen uiteindelijk weinig opbrengt (60,4% van de respondenten is het hier

ten minste enigszins mee eens, zie Figuur 5). Hoewel ze het dus een goede zaak vinden dat subsidies voor het verduurzamen van mkb's bestaan, verwachten ze niet automatisch dat de specifieke subsidies die (voor hen) beschikbaar zijn ook voldoende opbrengen om de benodigde tijd en inspanning in de uitvraag te steken.

**Conclusie:** Hoewel respondenten het goed vinden dat er subsidies voor verduurzaming zijn, hebben ze wel een sceptische houding ten aanzien van deze subsidies en hun opbrengsten.

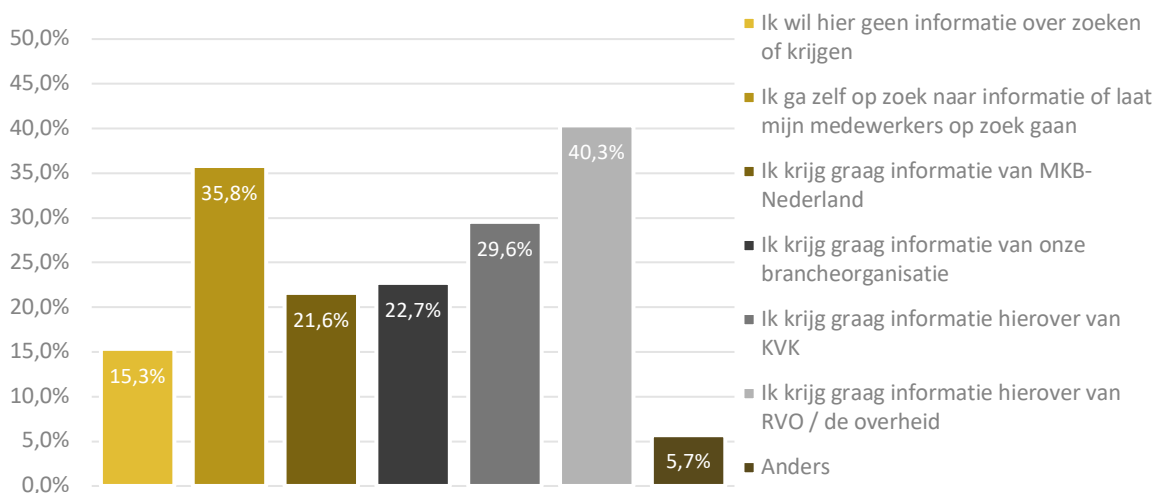
### STELLINGEN OVER SUBSIDIES VOOR VERDUURZAMING



Figuur 5. Hoe kijken respondenten (n = 149) naar subsidies voor verduurzaming? De weergegeven percentages zijn het cumulatieve percentage van sterk tot enigszins mee oneens (links) en enigszins tot sterk mee eens (rechts). Zie tabel 3 in Bijlage C voor een volledig overzicht van de resultaten.

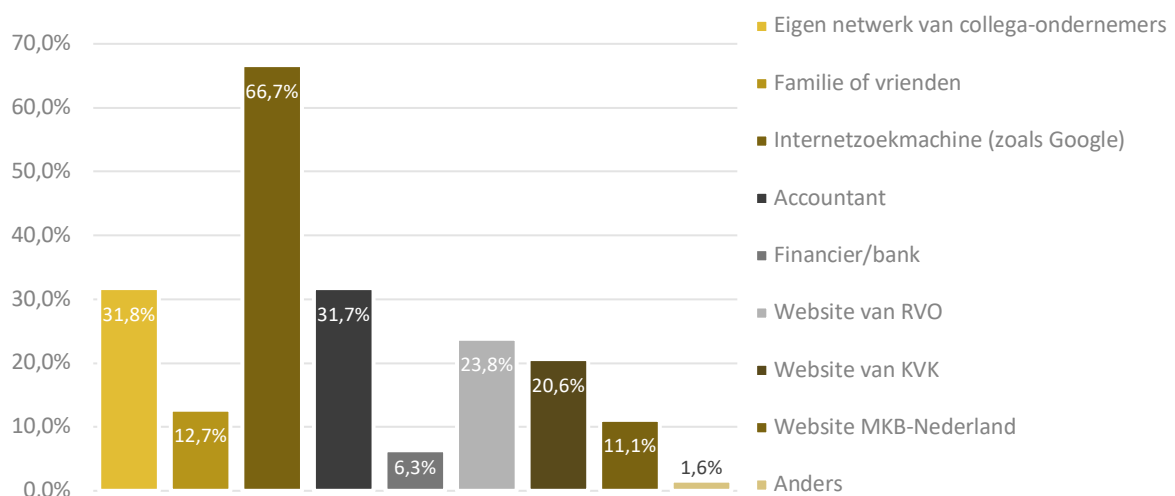
### Hoe komen micro-mkb'ers aan informatie over subsidies (voor verduurzaming)?

We vroegen respondenten hoe zij graag informatie zouden willen krijgen of zoeken over subsidies voor verduurzaming (zie Figuur 6). Ruim een derde (35,8%) geeft aan **zelf** informatie op te willen zoeken of dit over te laten aan medewerkers. Daarnaast geven respondenten aan bij voorkeur informatie te **krijgen** via RVO (40,3%) en de KvK (29,5%). Tevens geeft 15,3% van de respondenten aan dat ze liever **geen** informatie krijgen of zoeken over subsidies.



Figuur 6. Hoe komen de respondenten (n = 176) informatie over subsidies (voor verduurzaming)? Respondenten konden meerdere antwoorden geven.

Van de respondenten die zelf **zoeken** naar informatie (n = 63), doet twee derde (66,7%) dit via een internetzoekmachine (zoals Google). Daarnaast geeft ongeveer een derde van de respondenten (31,7%; n = 20) aan gebruik te maken van hun accountant en hun eigen netwerk (zie Figuur 7 voor een overzicht).



Figuur 7. Waar zoeken respondenten (n = 63) naar informatie over subsidies (voor verduurzaming)? Respondenten konden meerdere antwoorden geven.

Respondenten die graag informatie over subsidies **krijgen** (66,5%;  $n = 117$ ), ontvangen deze informatie bij voorkeur via een e-mail (49,6%), de post (26,5%), nieuwsbrief of magazine (26,5%). Enkele respondenten geven aan informatie te willen krijgen via sociale media (0,9%).

### **DEEL 3. SUBSIDIEREGELING VERDUURZAMING MKB (SVM)**

#### **Hoe kijken micro-mkb'ers naar een energieadvies?**

Een belangrijk onderdeel van de SVM is het kunnen inschakelen van een energieadviseur. We legden respondenten daarom ook een aantal stellingen voor over hun houding ten opzichte van energieadviseurs en energieadvies (zie Figuur 8).

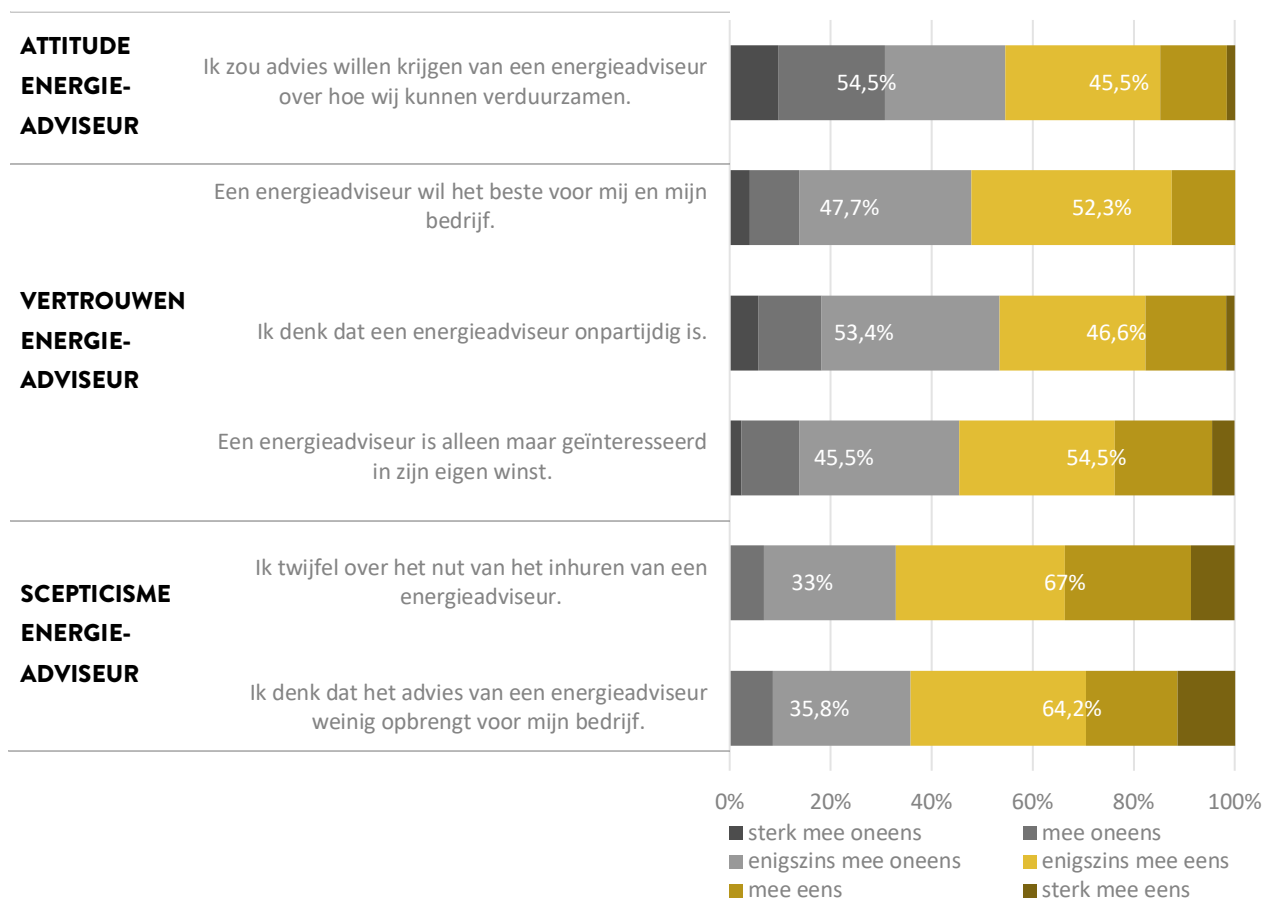
Het valt op dat minder dan de helft van de respondenten aangeeft dat ze graag advies willen krijgen van een energieadviseur over hoe ze kunnen verduurzamen (45,5% van de respondenten is het hier ten minste enigszins mee eens).

Gebrek aan vertrouwen in de adviseur en scepsis over het nut van het advies lijken redenen te zijn voor het gebrek aan interesse in advies. Zo denkt ongeveer de helft van de respondenten dat de energieadviseur het beste wil voor hun bedrijf, maar denkt ook ongeveer de helft dat een energieadviseur alleen maar geïnteresseerd is in zijn eigen winst (respectievelijk is 52,3% en 54,5% van de respondenten het hier ten minste enigszins mee eens). Daarnaast blijkt twee derde van de respondenten te twijfelen over het nut van het inhuren van een energieadviseur (67% van de respondenten is hier ten minste enigszins mee eens). Meer dan de helft van de respondenten geeft aan dat het advies van een energieadviseur weinig opbrengt voor hun bedrijf (64,2% van de respondenten is hier ten minste enigszins mee eens).

Uit de interviews met experts kwam naar voren dat het gebrek aan vertrouwen in energieadviseurs mogelijk voortkomt uit de beperkte ervaring die micro-mkb'ers hebben met het inhuren van een gespecialiseerde adviseur voor (energie)advies. Zij hebben hier over het algemeen niet de (financiële) mogelijkheid voor; de kosten voor het inhuren van een gespecialiseerde adviseur zijn vaak te hoog voor micro-mkb'ers. Ook over duurzaamheid en welke acties zij zelf kunnen nemen, het onderwerp van het advies, hebben micro-mkb'ers vaak beperkte kennis. Door dit gebrek aan kennis ontstaat er mogelijk twijfel over het nut van de inhoud van het advies. Daarnaast zitten micro-mkb'ers vaak niet te wachten op het type product dat wordt opgeleverd door een energieadviseur: een rapport. Welke redenen daadwerkelijk ten grondslag liggen aan het gebrek aan vertrouwen in adviseur en advies, kunnen we op basis van de data echter niet beantwoorden. Dit is een interessante vraag voor vervolgonderzoek.

**Conclusie:** Er lijkt onder respondenten beperkte behoefte te zijn aan energieadvies van een energieadviseur. Respondenten ervaren enige scepsis over energieadviseurs en de opbrengsten van een energieadvies.

## STELLINGEN OVER ENERGIEADVIES EN ADVISEURS



*Figuur 8. Hoe kijken respondenten (n = 176) naar energieadviseurs en energieadvies? De weergegeven percentages zijn het cumulatieve percentage van sterk tot enigszins mee oneens (links) en enigszins tot sterk mee eens (rechts). Zie Tabel 4 in Bijlage C voor een volledig overzicht van de resultaten.*

### Hoe kijken micro-mkb'ers naar de SVM?

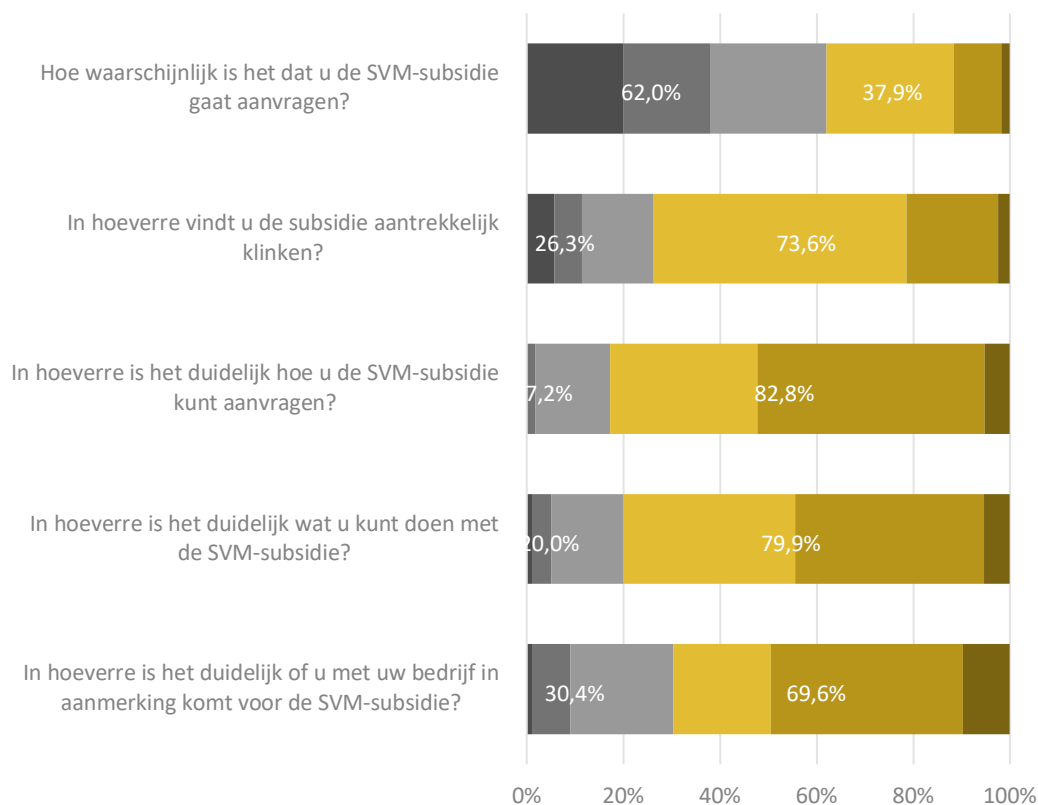
We legden respondenten die de SVM nog niet hebben aangevraagd (n = 174) een aantal stellingen voor over het beeld dat zij hebben van de SVM na het lezen van een beschrijving van de SVM-subsidie (zie Figuur 9). Grofweg de helft van de respondenten zat in de controleconditie; zij lazen de beschrijving van de SVM die op de website van RVO stond ten tijde van het onderzoek [6]. De andere helft zat in de experimentele conditie, waarin ze een aangepaste beschrijving lazen van de SVM. De resultaten die hieronder worden besproken zijn de gemiddelden van deze twee groepen samen. In deel 4 (zie pagina 23) lichten we toe hoe het beeld van de SVM verschilt voor respondenten die de originele en respondenten die de aangepaste beschrijving lazen.

Bijna driekwart van de respondenten vindt de SVM aantrekkelijk klinken (72,8% van de respondenten vindt hem ten minste enigszins aantrekkelijk). Daarnaast vindt het merendeel van de respondenten het duidelijk hoe ze de SVM kunnen aanvragen (82,8%), wat ze met de subsidie kunnen doen (79,9%) en of ze met hun bedrijf in aanmerking komen voor de subsidie (69,5% van de respondenten vindt het ten minste enigszins duidelijk).

Het is daarom opvallend dat slechts ruim een derde (37,9%) van de respondenten het ten minste enigszins waarschijnlijk acht dat ze de subsidie gaan aanvragen.

**Conclusie:** Respondenten vinden de SVM over het algemeen aantrekkelijk en begrijpelijk. Toch achten ze het niet waarschijnlijk dat ze de SVM gaan aanvragen.

### STELLINGEN OVER DE SVM



*Figuur 9. Hoe kijken respondenten (n = 174) naar de SVM na het lezen van een subsidie-beschrijving? De weergegeven percentages zijn het cumulatieve percentage van de antwoordopties die vallen onder het linkerlabel (links) en de antwoordopties die vallen onder het rechterlabel (rechts). Welke labels dit zijn verschilt per stelling. Zie Tabel 5 in Bijlage C voor een volledig overzicht van alle schalen en resultaten.*

## DEEL 4. EXPERIMENT MET BESCHRIJVING VAN SUBSIDIE

We testten het gebruik van gedragstechnieken in een beschrijving van subsidies uit aan de hand van een exploratief experiment. Respondenten in de controleconditie ( $n = 89$ ) kregen een beschrijving van de SVM te lezen die op de website van RVO stond ten tijde van het onderzoek, en respondenten in de experimentele conditie ( $n = 85$ ) kregen een aangepaste beschrijving van de SVM te lezen. In deze aangepaste beschrijving verwerkten we gedragstechnieken om de tekst duidelijker en aantrekkelijker te maken. Zie Bijlage B voor de precieze beschrijvingen die respondenten lazen en pagina 11 voor een opsomming van de gebruikte technieken.

### Zijn micro-mkb'ers positiever over de SVM als ze een aangepaste beschrijving lezen?

**Ja.** Uit een multivariate variantie-analyse blijkt dat respondenten de aangepaste SVM-beschrijving over het geheel significant positiever beoordelen dan de originele SVM-beschrijving ( $p = .017$ ,  $\eta^2_{\text{partial}} = .078$ ). Gekeken naar de univariate tests, lijkt dit vooral te komen doordat respondenten het na het lezen van de aangepaste beschrijving duidelijker vinden wat ze met de SVM kunnen doen ( $p = .037$ ,  $\eta^2_{\text{partial}} = .025$ ), en wat ze moeten doen om de SVM aan te vragen ( $p < .001$ ,  $\eta^2_{\text{partial}} = .065$ ).

Deze verduidelijking vertaalt zich echter niet direct in actie. Respondenten die de aangepaste SVM-beschrijving lazen, achten het namelijk niet significant waarschijnlijker dat ze de SVM gaan aanvragen dan respondenten die de originele SVM-beschrijving lazen ( $p = .664$ ). Zoals in de vorige sectie besproken lijken überhaupt maar weinig respondenten het waarschijnlijk te vinden dat ze de SVM gaan aanvragen (zie Figuur 9).

**Conclusie:** Als de beschrijving van een subsidie met behulp van bepaalde technieken duidelijker en aantrekkelijker wordt gemaakt, kijken respondenten positiever naar de subsidie. Dit vertaalt zich echter niet direct in actie. Hoe waarschijnlijk het is dat respondenten de SVM-subsidie aanvragen, hangt waarschijnlijk af van meerdere factoren. Zie hiervoor de resultaten van de multiële regressieanalyses (zie onder 'Voorspellende waarde van de gedragsfactoren', pagina 23).

## VOORSPELLEND WAARDE VAN DE GEDRAGSFACTOREN

We voerden drie multiële regressieanalyses uit, waarmee je op basis van je data berekent wat de voorspellende waarde van verschillende factoren is voor een specifieke uitkomst. In de analyses keken we in hoeverre de verschillende gedragsfactoren die we hebben gemeten de volgende uitkomsten voorspellen:

- De **waarschijnlijkheid** dat iemand de SVM aanvraagt. Dit werd in de vragenlijst gemeten door te vragen 'Hoe waarschijnlijk is het dat u de SVM gaat aanvragen?'.

Respondenten konden antwoord geven op een schaal van 1 (erg onwaarschijnlijk) tot 6 (erg waarschijnlijk).

- Hoe **aantrekkelijk** iemand de SVM vindt. Dit werd in de vragenlijst gemeten door te vragen 'In hoeverre vindt u de subsidie aantrekkelijk klinken?'. Respondenten konden antwoord geven op een schaal van 1 (erg onaantrekkelijk) tot 6 (erg aantrekkelijk).
- In hoeverre iemand wil investeren in verduurzaming ('**motivatie voor verduurzaming**') van het bedrijf. Dit werd in de vragenlijst gemeten door middel van de stelling 'Ik wil graag investeren in het verduurzamen van ons bedrijf'. Respondenten konden antwoord geven op een schaal van 1 (sterk mee oneens) tot 6 (sterk mee eens).

Zie de tabellen in Bijlage D voor een volledig overzicht van de resultaten van deze drie multipale regressieanalyses.

### Waarschijnlijkheid

*Welke factoren bepalen de waarschijnlijkheid dat micro-mkb'ers de SVM aanvragen?*

In Tabel 6 van Bijlage D is een volledig overzicht te zien van de factoren die we analyseerden in een multipale regressieanalyse om deze vraag te beantwoorden. Hierin is te zien dat drie factoren samenhangen met de waarschijnlijkheid dat respondenten de SVM aanvragen: hoe **aantrekkelijk** iemand de SVM vindt, **scepticisme ten aanzien van subsidies voor verduurzaming** en **self-efficacy om subsidies aan te vragen**. Hoe aantrekkelijker respondenten de SVM vinden, hoe waarschijnlijker ze het achten dat ze de SVM aan gaan vragen ( $p < .001$ ,  $r_{partial}^2 = .28$ ). En hoe sceptischer de houding die respondenten hebben ten aanzien van subsidies voor verduurzaming, hoe onwaarschijnlijker ze het achten dat ze de SVM aan gaan vragen ( $p = .039$ ,  $r_{partial}^2 = -.14$ ). Verder achten respondenten die zich vaardiger voelen (m.a.w., een hogere self-efficacy hebben) in het aanvragen van subsidies voor verduurzaming het ook significant waarschijnlijker dat ze de SVM aan gaan vragen ( $p = .030$ ,  $r_{partial}^2 = .148$ ).

**Conclusie:** Hoe aantrekkelijker respondenten de SVM vinden, hoe minder sceptisch de houding die respondenten hebben ten aanzien van subsidies voor verduurzaming en hoe vaardiger respondent zich voelen in het aanvragen van subsidies voor verduurzaming, hoe waarschijnlijker ze het achten dat ze de SVM aan gaan vragen.

### Aantrekkelijkheid

*Welke factoren bepalen de mate waarin micro-mkb'ers de SVM aantrekkelijk vinden?*

In Tabel 7 van Bijlage D is een volledig overzicht te zien van de factoren die we analyseerden in een multipale regressie-analyse om deze vraag te beantwoorden. Hierin is



te zien dat twee factoren samenhangen met hoe aantrekkelijk respondenten de SVM vinden: de mate waarin respondenten het **goed vinden dat er subsidies zijn** voor het verduurzamen van mkb's en **duidelijk vinden hoe de SVM moet worden aangevraagd**. Hoe positiever een respondent is over het bestaan van subsidies voor verduurzaming van mkb's, des te aantrekkelijker diegene de SVM vindt klinken ( $p = .012$ ,  $r_{partial}^2 = .17$ ). Daarnaast geldt dat hoe duidelijker het is voor een respondent hoe de SVM moet worden aangevraagd, hoe aantrekkelijker hij of zij de SVM vindt ( $p = .033$ ,  $r_{partial}^2 = .15$ ).

**Conclusie:** Hoe positiever respondenten zijn over het bestaan van subsidies voor verduurzaming van mkb's en hoe duidelijker het voor hen is hoe de SVM moet worden aangevraagd, hoe aantrekkelijker respondenten de SVM vinden klinken.

### Motivatie voor verduurzaming

*Welke factoren bepalen de mate waarin micro-mkb'ers gemotiveerd zijn om te investeren in verduurzaming?*

In Tabel 8 van Bijlage D is een volledig overzicht te zien van de factoren die we analyseerden in een multi-pele regressieanalyse om deze vraag te beantwoorden. Hierin is te zien dat twee factoren samenhangen met de bereidheid van respondenten om te investeren in verduurzaming: in hoeverre respondenten al nadenken over verduurzaming ('**duurzaamheid mindset**') en hoe belangrijk ze het vinden om als bedrijf een duurzaam imago uit te stralen ('**imago-motivatie**').

Hoe sterker respondenten al een duurzaamheid mindset hebben, hoe meer ze bereid zijn om te investeren in verduurzaming ( $p < .001$ ,  $r_{partial}^2 = .27$ ). Daarnaast vinden we dat hoe belangrijker respondenten het vinden om een duurzaam imago uit te stralen, hoe meer ze bereid zijn om te investeren in verduurzaming ( $p = .001$ ,  $r_{partial}^2 = .18$ ).

We keken ook naar het veelgebruikte argument dat verduurzaming geld kan besparen. Hoe belangrijker respondenten het vinden dat verduurzaming geld kan besparen, hoe meer ze op het eerste oog bereid lijken te zijn om te investeren in verduurzaming. Deze samenhang is echter slechts marginaal significant ( $p = .065$ ,  $r_{partial}^2 = .10$ ). Oftewel, in deze steekproef van micro-mkb'ers lijkt imago een belangrijker drijfveer te zijn voor het willen investeren in verduurzaming dan geldbesparing.

**Conclusie:** Hoe sterker respondenten al een duurzaamheid mindset hebben en hoe belangrijker respondenten het vinden om een duurzaam imago uit te stralen, hoe meer ze bereid zijn om te investeren in verduurzaming.

## 6. KANSRIJKE AANKNOPINGSPUNTEN

---

### ONDERZOEKSVRAAG

De onderzoeksvraag die centraal stond in dit vragenlijstonderzoek was:

*Hoe kunnen micro-mkb'ers worden gestimuleerd om subsidieregelingen voor verduurzaming, zoals de Subsidieregeling Verduurzaming MKB (SVM), aan te vragen?*

### STEEKPROEF

We onderzochten de onderzoeksvraag met een vragenlijst die werd ingevuld door **176 micro-mkb'ers** die tenminste één bedrijfspand gebruiken, minimaal één en maximaal tien werknemers in dienst hebben en wiens bedrijf minder dan 25.000 m<sup>3</sup> aardgas en 50.000 kWh elektriciteit per jaar verbruikt (waarmee ze niet onder de wettelijke energiebesparingsplicht vallen).

## BELANGRIJKSTE ONDERZOEKSBEVINDINGEN EN ADVIEZEN

### VERDUURZAMING

**Bevinding 1: Respondenten voelen zich medeverantwoordelijk voor het verduurzamen van de maatschappij en geven aan dat ze willen investeren in het verduurzamen van hun bedrijf.**

Meer dan driekwart van de respondenten (79,5%) voelt zich medeverantwoordelijk voor het verduurzamen van de maatschappij en ongeveer tweederde van de respondenten (69,3%) geeft aan dat ze willen investeren in het verduurzamen van hun bedrijf.

**Bevinding 2: Hoewel respondenten graag geld besparen met verduurzaming, lijkt dit motief de bereidheid om te investeren in verduurzaming niet direct te vergroten.**

Tweederde van de respondenten (71,6%) geeft aan dat ze het belangrijk vinden dat verduurzaming hen geld bespaart. Respondenten die geldbesparing belangrijker vinden, zijn echter niet direct meer of minder bereid te investeren in het verduurzamen van hun bedrijf. Mogelijk hangt het wel of niet doen van de investering inderdaad geldbesparing op? Inzetten op andere motieven lijkt daarmee kansrijker; zeker in gevallen waar die kosten-batenanalyse geen duidelijke financiële voordelen oplevert.

**Bevinding 3: Respondenten lijken graag een duurzaam imago uit te willen stralen, en dit motief lijkt de bereidheid om te investeren in verduurzaming significant te vergroten.**

Tweederde van de respondenten (71,6%) zegt dat ze graag willen dat hun klanten hun

bedrijf als milieubewust zien. Hoe belangrijker een respondent het vindt om een duurzaam imago uit te stralen als bedrijf ('imago-motivatie'), des te meer hij of zij bereid is te investeren in het verduurzamen van zijn of haar bedrijf. Imago lijkt daarmee een kansrijk motief om op in te zetten.

## **SUBSIDIEREGELINGEN VOOR VERDUURZAMING**

**Bevinding 4: Hoewel respondenten het goed vinden dat er subsidies voor verduurzaming zijn, lijken maar weinig van hen ervaring te hebben met dergelijke subsidies.**

Een grote meerderheid van de respondenten (91,3%) vindt het een goede zaak dat er subsidies zijn voor mkb'ers voor verduurzaming. Slechts 13,1% van de respondenten heeft echter al eens gebruikgemaakt van een subsidie voor verduurzaming. Bijna driekwart van de respondenten (73,3%) zegt zelfs nog nooit een subsidie of financiering aangevraagd óf fiscale regeling gebruikt te hebben om zijn of haar bedrijf te verduurzamen.

**Bevinding 5: Respondenten hebben soms een negatieve kijk op subsidies in het algemeen, en dit is onder andere bepalend voor het willen aanvragen van de subsidieregeling SVM.**

Vier op de vijf respondenten (79,2%) vindt dat het aanvragen van een subsidie voor veel administratief gedoe zorgt. Daarnaast denkt drie op de vijf respondenten (60,4%) dat een subsidie voor verduurzaming hen uiteindelijk te weinig opbrengt. Hoe sceptischer de houding van een respondent ten aanzien van subsidies bovendien is, hoe onwaarschijnlijk het is dat hij of zij de SVM gaat aanvragen. Het lijkt daarom belangrijk om vertrouwen in duurzaamheidssubsidies in het algemeen te versterken. Dit vertrouwen heeft namelijk effect op de waarschijnlijkheid dat elke aparte subsidie wordt aangevraagd, onafhankelijk van de inhoud van die subsidie.

**Bevinding 6: Zich over het algemeen vaardig voelen in het aanvragen van subsidies is bepalend voor respondenten om de subsidieregeling SVM te willen aanvragen.**

Een op de drie respondenten (34,2%) weet niet waar te beginnen als ze een subsidie willen aanvragen om hun bedrijf te verduurzamen. Bovendien geldt dat hoe minder vaardig een respondent zich in het algemeen voelt in het aanvragen van subsidies, hoe onwaarschijnlijker het is dat hij of zij de SVM gaat aanvragen. Het lijkt daarmee belangrijk om het aanvraagproces van subsidies simpel in te richten en micro-mkb'ers over de eerste drempel heen te helpen zodat ze een succeservaring opdoen.

## **DE SUBSIDIEREGELING VERDUURZAMING MKB (SVM)**

**Bevinding 7: Er lijkt onder de respondenten beperkt behoefte te zijn aan een energieadvies van een energieadviseur.**

Minder dan de helft van de respondenten (45,5%) zegt dat ze advies zouden willen krijgen van een energieadviseur over hoe ze kunnen verduurzamen.

**Bevinding 8: Er lijkt onder de respondenten sprake te zijn van enige scepsis over energieadviseurs en de opbrengsten van een energieadvies.**

De helft van de respondenten (54,5%) is het ten minste enigszins eens met de stelling dat een energieadviseur alleen maar geïnteresseerd is in zijn eigen winst. Ook is ongeveer de helft (47,7%) het ten minste enigszins oneens met de stelling dat een energieadviseur het beste wil voor hun bedrijf.

**Bevinding 9: De SVM geniet nog maar weinig bekendheid onder respondenten.**

Bijna twee derde van de respondenten (63,6%) is nog niet bekend met de SVM. De respondenten die de SVM al wel (van naam of inhoudelijk) kennen, kennen deze subsidie vooral via RVO (21,9%) of via de KvK (15,6%). Twee van de 176 respondenten (1,1%) hebben de SVM ten tijde van het vragenlijstonderzoek (december 2021/januari 2022) al aangevraagd.

**Bevinding 10: Respondenten vinden de SVM over het algemeen aantrekkelijk en begrijpelijk. Toch achten ze het niet waarschijnlijk dat ze de SVM gaan aanvragen.**

We lieten de 174 respondenten die de SVM nog niet hadden aangevraagd twee verschillende beschrijvingen van de SVM lezen. Hoewel hierna gemiddeld genomen 73,7% van de respondenten zei dat ze de subsidie ten minste enigszins aantrekkelijk vonden klinken, vond slechts 38% het ten minste enigszins waarschijnlijk dat ze de subsidie ook zouden aanvragen. Hoe aantrekkelijker een respondent de SVM vindt, hoe waarschijnlijker het is dat hij of zij deze subsidie aan gaat vragen. Hoe waarschijnlijk het is dat een respondent de SVM aan gaat vragen, hing echter niet alleen af van de aantrekkelijkheid van deze subsidie. Hoe negatiever de kijk van respondenten op duurzaamheidssubsidies (zie ook onder Bevinding 5) en hoe minder vaardig een respondent zich in het algemeen voelt in het aanvragen van subsidies (zie ook onder Bevinding 6), hoe onwaarschijnlijker het is dat hij of zij de SVM gaat aanvragen. Als een respondent de SVM aantrekkelijk vindt klinken, betekent dat dus nog niet automatisch dat hij of zij deze subsidie ook gaat aanvragen.

**EXPERIMENT MET BESCHRIJVING VAN SUBSIDIE**

**Bevinding 11: De beschrijving van een subsidie is bepalend voor hoe positief respondenten zijn over een subsidie. Dit vertaalt zich echter niet direct in actie.**

Aan de hand van een aantal specifieke technieken (zie pagina 11) pasten we een bestaande beschrijving van de SVM aan. Respondenten die deze aangepaste beschrijving lazen ( $n = 85$ ), waren significant positiever over de subsidie dan respondenten die de originele beschrijving van de SVM lazen. Zo vond bijvoorbeeld 78,8% van de respondenten die de aangepaste beschrijving lazen de SVM aantrekkelijk klinken, tegenover 68,6% van de respondenten die de bestaande beschrijving lazen ( $n = 89$ ). Dit lijkt vooral te komen doordat respondenten die de aangepaste beschrijving lazen de SVM duidelijker vinden.

Deze duidelijkheid vertaalt zich echter niet direct in actie: respondenten die de aangepaste beschrijving lazen achten het niet waarschijnlijker dat ze de SVM gaan aanvragen. Zoals in eerdere bevindingen besproken hangt het daadwerkelijk tot actie overgaan af van andere factoren.

## REFERENTIES

---

[1] *Klimaatakkoord*. (2019, 28 juni).

<https://www.klimaatakkoord.nl/klimaatakkoord/documenten/publicaties/2019/06/28/klimaatakkoord>

[2] *Kamerbrief over ondersteuning mkb klimaat en energietransitie* (2021, 1 november). Ministerie van Economische Zaken en Klimaat.

<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2021/11/01/kamerbrief-over-ondersteuning-mkb-klimaat-en-energietransitie>

[3] *Bedrijven; bedrijfsgrootte*. (2022, 14 januari). MKB Statline.

<https://mkbstatline.cbs.nl/#/MKB/nl/dataset/48034NED/table?ts=1641475946313>

[4] *Ondernemer ervaart weinig steun in duurzaam ondernemen*. (2019, 16 januari). October. <https://nl.october.eu/mkb-onderzoek-duurzaam-ondernemen/>

[5] *Trends- en factorenkaart energie- en CO2-besparing MKB-Nederland*. (2020). Argumentenfabriek.

[6] *Subsidieregeling Verduurzaming MKB (SVM)*. (2022, 20 januari). RVO.

<https://www.rvo.nl/subsidie-en-financieringswijzer/svm>

## BIJLAGE A. TOELICHTING GEDRAGSMODEL

---

### **ATTITUDE TEGENOVER SUBSIDIES IN HET ALGEMEEN**

Met ‘attitude tegenover subsidies in het algemeen’ refereren we naar hoe positief of negatief micro-mkb’ers denken over subsidies (voor verduurzaming). Hun attitude tegenover subsidies in het algemeen, heeft ook invloed op hun attitude tegenover een specifieke verduurzamingssubsidie: de SVM.

### **Scepticisme over nut van subsidies (aanvragen)**

Scepticisme is een vorm van weerstand. Met ‘scepticisme over nut van subsidies (aanvragen)’ refereren we naar de twijfel die micro-mkb’ers ervaren over dit nut. Hoe sceptischer micro-mkb’ers zijn over het nut van subsidies (aanvragen), hoe negatiever hun attitude tegenover subsidies in het algemeen.

### **Self-efficacy om subsidies aan te vragen**

Met ‘self-efficacy’ refereren we naar is de mate van vertrouwen die micro-mkb’ers hebben in hun eigen kunnen. Hoe meer self-efficacy ze ervaren om een subsidie aan te vragen, hoe positiever hun attitude tegenover subsidies in het algemeen.

### **Onduidelijk handelingsperspectief voor aanvragen van subsidies**

Een duidelijk handelingsperspectief geeft micro-mkb’ers concrete handvatten voor *wat* ze moeten doen om een subsidie aan te vragen en *hoe*. Hoe onduidelijker het voor micro-mkb’ers is wat hun handelingsperspectief is voor het aanvragen van subsidies, hoe negatiever hun attitude tegenover subsidies in het algemeen.

### **ATTITUDE TEGENOVER SVM**

‘Attitude tegenover de SVM’ refereert naar hoe positief of negatief micro-mkb’ers denken over de SVM. Hun attitude tegenover de SVM, heeft invloed op of ze van plan zijn deze subsidie aan te vragen (intentie).

### **Vertrouwen in het advies van energieadviseur**

‘Vertrouwen in het advies van energieadviseur’ refereert naar de mate waarin micro-mkb’ers het gevoel hebben dat ze de energieadviseur en zijn/haar advies kunnen vertrouwen. Hoe meer vertrouwen micro-mkb’ers hebben in het advies van een energieadviseur, hoe positiever hun attitude tegenover de SVM.

### **Scepticisme over intenties energieadviseur**

Met ‘scepticisme over intenties energieadviseur’ refereren we naar de twijfel die micro-mkb’ers hebben over de intenties van een energieadviseur. Hoe sceptischer micro-mkb’ers zijn over de intenties van een energieadviseur, hoe minder vertrouwen ze hebben in het advies van een energieadviseur.

### **Duidelijke communicatie over SVM**

Duidelijke communicatie over de SVM omvat de mate waarin het duidelijk is voor micro-mkb'ers wat ze met de SVM kunnen doen en of ze in aanmerking komen voor de SVM. Hoe duidelijker de communicatie over de SVM voor micro-mkb'ers is, hoe positiever hun attitude tegenover de SVM.

### **ATTITUDE TEGENOVER DUURZAAMHEID**

'Attitude tegenover duurzaamheid' refereert naar hoe positief of negatief micro-mkb'ers denken over duurzaamheid. Hun attitude tegenover duurzaamheid, heeft invloed op hoe ze denken over een specifieke verduurzamingssubsidie: de SVM.

### **Imago motivatie om als bedrijf duurzaam imago te willen uitstralen**

Imago motivatie refereert naar de mate waarin micro-mkb'ers het belangrijk vinden dat ze door anderen als duurzaam bedrijf worden gezien. Hoe sterker de imago motivatie om als bedrijf een duurzaam imago uit te willen stralen, hoe positiever hun attitude tegenover duurzaamheid.

### **Intrinsieke motivatie om duurzamer te willen zijn**

Intrinsieke motivatie refereert naar de mate waarin micro-mkb'ers het zelf belangrijk vinden om duurzaam te zijn. Hoe sterker de intrinsieke motivatie om duurzamer te willen zijn, hoe positiever hun attitude ten opzichte van duurzaamheid.

### **Scepticisme over noodzaak verduurzaming**

Met 'scepticisme over noodzaak verduurzaming' refereren we naar de twijfel die micro-mkb'ers hebben over de noodzaak van verduurzaming. Hoe sceptischer micro-mkb'ers zijn over de noodzaak van verduurzaming, hoe negatiever hun attitude tegenover duurzaamheid.

### **Financiële voordelen van verduurzaming**

'Financiële voordelen van verduurzaming' refereert naar de mate waarin micro-mkb'ers het belangrijk vinden dat verduurzaming hun bedrijf geld bespaart. Hoe meer financiële voordelen micro-mkb'ers zien van verduurzaming, hoe positiever hun attitude tegenover duurzaamheid.

### **INTENTIE OM SVM AAN TE VRAGEN**

Met 'intentie om SVM aan te vragen' refereren we naar de mate waarin micro-mkb'ers van plan zijn deze subsidie aan te vragen. Intentie om SVM aan te vragen, heeft invloed op of micro-mkb'ers de SVM gaan aanvragen.

### **Ervaring met eerdere subsidies aanvragen**

Hoe meer ervaring micro-mkb'ers hebben met eerdere subsidies aanvragen, hoe sterker hun intentie om de SVM aan te vragen.



### **Onduidelijke opbrengsten van een energieadvies**

Hoe onduidelijk het voor micro-mkb'ers is wat de opbrengsten van een energieadvies zijn, hoe zwakker hun intentie om de SVM aan te vragen.

### **Scepticisme over nut van SVM (aanvragen)**

Met 'scepticisme over nut van SVM (aanvragen)' refereren we naar de twijfel die micro-mkb'ers hebben over het nut van het aanvragen van deze subsidie. Hoe sceptischer micro-mkb'ers zijn over het nut van het aanvragen van de SVM, hoe zwakker hun intentie om de SVM aan te vragen.

### **Verwachte waarschijnlijkheid van SVM-toekenning**

Met 'verwachte waarschijnlijkheid van de SVM-toekenning' refereren we naar de mate waarin micro-mkb'ers het waarschijnlijk achten dat ze SVM ook krijgen wanneer ze hem aanvragen. Hoe hoger de verwachte waarschijnlijkheid van SVM-toekenning, hoe minder sceptisch ze zijn over het nut om de SVM aan te vragen.

### **Benodigde eigen bijdrage voor SVM**

Met 'benodigde eigen bijdrage voor SVM' refereren we naar het gedeelte van de kosten voor het energieadvies en de uitvoering dat micro-mkb'ers zelf moeten betalen. Hoe hoger de benodigde eigen bijdrage voor de SVM, hoe sceptischer micro-mkb'ers zijn over het nut om de SVM aan te vragen.

## **RELATIE TUSSEN INTENTIE EN GEDRAG**

### **Inertia**

Inertia is een subtiele, maar hardnekkige vorm van weerstand, waarbij mensen passief blijven. Actie ondernemen kost energie en vanuit evolutionair oogpunt willen we juist energie besparen. Er is daarom altijd een zekere mate van weerstand aanwezig die het gewenste gedrag (het aanvragen van de SVM) in de weg staat, zelfs wanneer iemand gemotiveerd is. Hoe meer inertia micro-mkb'ers ervaren, hoe minder waarschijnlijk het is dat ze hun intentie omzetten in gedrag: het aanvragen van de SVM.

### **Onvoldoende tijd om subsidies aan te vragen**

Ondernemers hebben een druk bestaan en hun tijd is schaars. Hoe minder tijd micro-mkb'ers hebben voor het aanvragen voor de SVM, hoe meer inertia ze ervaren.

### **Onduidelijk handelingsperspectief voor aanvragen van SVM**

Een duidelijk handelingsperspectief maakt het concreet voor micro-mkb'ers *wat* ze moeten doen om de SVM aan te vragen en *hoe*. Hoe onduidelijker het handelingsperspectief is voor het aanvragen van SVM, hoe meer inertia micro-mkb'ers ervaren.

# BIJLAGE B. BESCHRIJVINGEN SVM

---

## ORIGINELE BESCHRIJVING

### Subsidieregeling Verduurzaming MKB (SVM)

**Wilt u als mkb-ondernemer energie besparen en meer verduurzamen? De Subsidieregeling Verduurzaming MKB (SVM) helpt u daarbij. Met deze subsidie kunt u een gespecialiseerde adviseur inhuren voor energieadvies op maat. Het energieadvies geeft u inzicht in het verder verduurzamen van uw onderneming en/of wagenpark. Ook geeft de SVM subsidie voor de ondersteuning bij het uitvoeren van een of meer maatregelen uit dat advies.**

De overheid wil mkb'ers met deze subsidie ondersteunen om te verduurzamen vanwege het Urgenda-vonnis en het Klimaatakkoord.

De regeling opent op 1 oktober 2021 en loopt tot en met 30 september 2022. Meer uitleg van begrippen op deze pagina vindt u in [de begrippenlijst](#).

#### Voor wie is deze regeling?

Deze subsidieregeling is voor mkb-ondernemingen tot 250 werknemers (fte's) en een jaaromzet van maximaal € 50 miljoen, die:

- 1 of meer bedrijfspanden hebben of een bedrijfspand (of ruimte daarin) huren en;
- niet onder de wettelijke energiebesparingsplicht vallen. Het bedrijfspand mag dus per jaar niet meer dan 25.000 m<sup>3</sup> aardgas(equivalent) en 50.000 kWh elektriciteit verbruiken.

#### Waarvoor krijgt u subsidie?

Deze regeling geeft subsidie voor advies over en ondersteuning bij het verduurzamen van uw bedrijfspand of bedrijfsvoering. Voor het opstellen van een energieadvies op maat door een gespecialiseerde adviseur en voor de ondersteuning bij de uitvoering van het advies. Beide onderdelen vraagt u aan in één aanvraag per bedrijfspand.

U komt alleen voor subsidie in aanmerking als u een bewijs kunt overleggen dat u één of meerdere maatregelen uit het energieadvies gaat uitvoeren of heeft uitgevoerd.

#### Inhoud van het energieadvies

U krijgt subsidie voor de kosten van een op maat gemaakt energieadvies. Daarin staan de mogelijke energiebesparende- en verduurzamingsmaatregelen (op het gebied van CO<sub>2</sub>-verlaging) voor uw bedrijfspand en/of bedrijfsvoering beschreven.

*Afbeelding 3. Subsidietekst die respondenten in de controleconditie lazen: de beschrijving van de SVM die op de website van RVO stond ten tijde van het onderzoek.*

# AANGEPASTE BESCHRIJVING

## Subsidieregeling Verduurzaming MKB (SVM)

De subsidieregeling (SVM) helpt u als mkb-ondernemer om uw bedrijf duurzamer te maken. Met de SVM kunt u een vergoeding krijgen voor het inhuren van een adviseur voor energieadvies op maat, én voor hulp bij het uitvoeren van het advies. U kunt de SVM aanvragen tot en met 30 september 2022.

### Voor wie is de vergoeding?

U heeft recht op de vergoeding als:

- U een MKB-ondernemer bent
- U maximaal 250 werknemers (fte's) in dienst heeft
- U een jaaronzet van maximaal € 50 miljoen heeft
- U minimaal 1 bedrijfspand heeft of huurt, én
- Uw onderneming niet onder de wettelijke energiebesparingsplicht\* valt

\* Uw bedrijfspand verbruikt per jaar niet meer dan 25.000 m<sup>3</sup> aardgas(equivalent) en 50.000 kWh elektriciteit.

### Wat wordt er vergoed?

U kunt een vergoeding krijgen voor 80% van de kosten van:

- Energieadvies over het verduurzamen van uw bedrijfspand en/of bedrijfsvoering.
- Hulp bij de uitvoering van de energiebesparende- en verduurzamingsmaatregelen. Denk bijvoorbeeld aan het plaatsen van LED-verlichting, isolatie of HR++- glas. Het installeren van PV-zonnepanelen of het aanschaffen van energiezuinige apparaten.

### Wat moet u doen?



1. **Vind een energieadviseur die bij uw onderneming past, bijvoorbeeld via [deb.nl](https://deb.nl)**



2. **Krijg energieadvies op maat van een gespecialiseerde adviseur**



3. **Kies uit het advies de verduurzamingsmaatregel(en) die u wilt uitvoeren**



4. **Vind een uitvoerder\* die u kan helpen om het advies uit te voeren**

*\*Dit kan uw energieadviseur zijn, maar bijvoorbeeld ook een installateur die u helpt met het uitvoeren van de maatregelen, of een accountant die u helpt met de subsidieaanvraag.*

5. **Vraag zelf de subsidie aan of laat uw adviseur of uitvoerder dit doen via het E-Loket van RVO**



*Voor de aanvraag heeft u de volgende documenten nodig: 1) Het energieadvies. 2) Factuur van de energieadviseur. 3). De opdracht, offerte of betaalbewijs van de maatregelen uit het energieadvies die u gaat uitvoeren.*

Afbeelding 4. Subsidietekst die respondenten in de experimentele conditie lezen: een aangepaste beschrijving van de SVM waarin gedragstechnieken zijn verwerkt om de tekst duidelijker en aantrekkelijker te maken.

## BIJLAGE C. TABELLEN BIJ STELLINGEN

### STELLINGEN OVER VERDUURZAMING

STELLING		Sterk mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Enigszins mee eens	Mee eens	Sterk mee eens
<b>Willen investeren in verduurzaming</b>	Ik wil graag investeren in het verduurzamen van ons bedrijf.	4,0%	8,0%	18,8%	39,8%	27,3%	2,3%
<b>Gelbesparing motivatie</b>	Ik vind het vooral belangrijk dat verduurzaming ons bedrijf geld bespaart.	1,1%	7,4%	19,9%	29,5%	29,0%	13,1%
<b>Imago motivatie</b>	Wij willen een voorbeeld voor andere bedrijven zijn op het gebied van duurzaamheid.	9,7%	15,9%	29,0%	26,1%	15,9%	3,4%
	Wij willen graag dat ons bedrijf bekendstaat om hoe duurzaam we zijn.	6,3%	13,1%	22,2%	34,1%	18,2%	6,3%
	Wij willen dat onze klanten ons bedrijf zien als milieubewust.	2,8%	8,0%	17,6%	36,9%	27,3%	7,4%
<b>Duurzaamheid mindset</b>	Ik vind dat wij met ons bedrijf medeverantwoordelijk zijn voor verduurzaming in onze maatschappij.	5,1%	3,4%	11,9%	46,0%	26,7%	6,8%
	Ik sta regelmatig stil bij de impact die ons bedrijf heeft op het klimaat.	9,7%	17,0%	21,0%	30,7%	18,8%	2,8%
	Wanneer ik nadenk over de toekomst van ons bedrijf, vraag ik me af hoe we duurzamer kunnen worden	5,1%	9,7%	18,8%	38,1%	23,9%	4,5%

Tabel 2. Hoe kijken respondenten (n = 176) naar verduurzaming?

## STELLINGEN OVER SUBSIDIES VOOR VERDUURZAMING

STELLING		Sterk mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Enigszins mee eens	Mee eens	Sterk mee eens
<b>Attitude over subsidies</b>	Ik vind het een goede zaak dat er subsidies zijn voor het verduurzamen van MKB's.	0,0%	2,0%	6,7%	30,2%	43,0%	18,1%
<b>Subsidie kost moeite</b>	Het aanvragen van een subsidie kost veel tijd.	1,3%	2,7%	14,1%	44,2%	30,9%	6,7%
	Het aanvragen van een subsidie zorgt voor veel administratief gedoe.	0,7%	2,7%	17,4%	40,9%	28,9%	9,4%
<b>Opbrengsten subsidies</b>	Ik denk dat een subsidie voor verduurzaming uiteindelijk te weinig opbrengt voor mijn bedrijf.	1,3%	12,1%	26,2%	35,6%	20,8%	4,0%
<b>Self-efficacy subsidie aanvragen</b>	Ik weet precies wat we moeten doen om een subsidie voor verduurzaming aan te vragen.	3,4%	17,4%	28,9%	42,3%	7,4%	0,7%
	Ik weet waar we moet beginnen als we een subsidie willen aanvragen om ons bedrijf te verduurzamen.	2,7%	12,8%	18,8%	43,0%	21,5%	1,3%
	Ik weet niet hoe ik een subsidie moet aanvragen.	10,1%	30,2%	25,5%	21,5%	11,4%	1,3%
<b>Informatie zoeken</b>	Als ik informatie wil over subsidies om ons bedrijf te verduurzamen, weet ik waar we dit kunnen vinden.	2,7%	10,1%	18,8%	46,3%	20,1%	2,0%
<b>Uitbesteden</b>	Ik betaal liever iemand anders om subsidies te regelen.	9,4%	29,5%	28,2%	22,1%	10,1%	0,7%
<b>Eigen bijdrage</b>	Ook al krijgen we subsidie, het gedeelte dat zelf moet worden betaald kan ik denk ik niet betalen.	4,7%	16,1%	33,6%	29,5%	12,1%	4,0%

Tabel 3. Hoe kijken respondenten (n = 149) naar subsidies voor verduurzaming?

## STELLINGEN OVER ENERGIEADVIES EN ADVISEURS

STELLING		Sterk mee oneens	Mee oneens	Enigszins mee oneens	Enigszins mee eens	Mee eens	Sterk mee eens
<b>Attitude energieadviseur</b>	Ik zou advies willen krijgen van een energieadviseur over hoe wij kunnen verduurzamen.	9,7%	20,1%	23,9%	30,7%	13,1%	1,1%
	Een energieadviseur wil het beste voor mij en mijn bedrijf.	4,0%	9,7%	34,1%	39,8%	12,5%	0,0%
<b>Vertrouwen energieadviseur</b>	Ik denk dat een energieadviseur onpartijdig is.	5,7%	12,5%	35,2%	29,0%	15,9%	1,7%
	Een energieadviseur is alleen maar geïnteresseerd in zijn eigen winst.	2,3%	11,4%	31,8%	30,7%	19,3%	4,5%
<b>Scepticisme energieadviseur</b>	Ik twijfel over het nut van het inhuren van een energieadviseur.	0,0%	6,8%	26,1%	33,5%	25,0%	8,5%
	Ik denk dat het advies van een energieadviseur weinig opbrengt voor mijn bedrijf.	0,0%	8,5%	27,3%	34,7%	18,2%	11,4%

Tabel 4. Hoe kijken respondenten (n = 176) naar energieadviseurs en energieadvies?

## STELLINGEN OVER DE SVM

STELLING						
	Erg onwaarschijnlijk	Onwaarschijnlijk	Enigszins onwaarschijnlijk	Enigszins waarschijnlijk	Waarschijnlijk	Erg waarschijnlijk
Hoe <u>waarschijnlijk</u> is het dat u de SVM-subsidie gaat aanvragen?	20,1%	17,8%	24,1%	26,4%	9,8%	1,7%
	Erg onaantrekkelijk	Onaantrekkelijk	Enigszins onaantrekkelijk	Enigszins aantrekkelijk	Aantrekkelijk	Erg aantrekkelijk
In hoeverre vindt u de subsidie <u>aantrekkelijk</u> klinken?	5,7%	5,7%	14,9%	52,3%	19,0%	2,3%
	Ik begrijp totaal niet hoe ik het kan aanvragen	Ik begrijp niet echt hoe ik het kan aanvragen	Ik begrijp een beetje hoe ik het kan aanvragen	Ik begrijp hoe ik het kan aanvragen	Ik begrijp precies hoe ik het kan aanvragen	
In hoeverre is het <u>duidelijk</u> hoe u de SVM-subsidie kunt aanvragen?	1,8%	1,5%	30,5%	47,1%		5,2%
	Erg Onaantrekkelijk	Onaantrekkelijk	Enigszins onaantrekkelijk	Enigszins aantrekkelijk	Aantrekkelijk	Erg aantrekkelijk
In hoeverre is het <u>duidelijk</u> wat u kunt doen met de SVM-subsidie?	1,1%	14,9%	35,6%	39,1%	5,2%	4,0%
	Erg onduidelijk	Onduidelijk	Enigszins onduidelijk	Enigszins duidelijk	Duidelijk	Erg duidelijk
In hoeverre is het <u>duidelijk</u> of u met uw bedrijf in aanmerking komt voor de SVM-subsidie?	1,1%	8,0%	21,3%	20,1%	39,7%	9,8%

Tabel 5. Hoe kijken respondenten (n = 174) naar de SVM na het lezen van een subsidie-beschrijving?

## BIJLAGE D. MULTIPELE REGRESSIEANALYSES

### WAARSCHIJNLIJKHEID

VARIABELE	Significant	Effectgrootte
Beoordeling SVM: aantrekkelijk	<.001	.276
Self-efficacy om subsidies aan te vragen	.030	.148
Scepticisme over subsidies voor verduurzaming	.039	-.141
Attitude subsidies voor verduurzaming	.088	.116
Inertia (tijd)	.481	
Inertia (tijd)	.329	
Eigen bijdrage	.614	
Duurzaamheid mindset	.532	
Motivatie voor verduurzaming	.528	
Imago-motivatie	.377	
Gelbesparing motivatie	.996	
Motivatie voor energieadvies	.229	
Vertrouwen in energieadviseur	.491	
Scepticisme nut energieadviseur	.506	
Scepticisme over opbrengsten	.348	
Beoordeling SVM: duidelijk wat je ermee kunt doen	.930	
Beoordeling SVM: duidelijk hoe aan te vragen	.379	
Beoordeling SVM: duidelijk of je in aanmerking komt	.623	
Ervaring met subsidies aanvragen	.798	
Conditie in experiment	.489	

*Tabel 6. Welke factoren bepalen de waarschijnlijkheid dat micro-mkb'ers de SVM aanvragen? De waarschijnlijkheid van het aanvragen van de SVM werd gemeten op een 6-punt schaal, van 1 "erg onwaarschijnlijk" tot 6 "erg waarschijnlijk".*



## AANTREKKELIJKHEID

VARIABELE	Significant	Effectgrootte
Beoordeling SVM: waarschijnlijk	<.001	.281
Attitude subsidies voor verduurzaming	.012	.174
Beoordeling SVM: duidelijk hoe aan te vragen	.033	.148
Scepticisme over subsidies voor verduurzaming	.631	
Self-efficacy om subsidies aan te vragen	.157	
Inertia (tijd)	.744	
Inertia (tijd)	.277	
Eigen bijdrage	.110	
Duurzaamheid mindset	.577	
Motivatie voor verduurzaming	.615	
Imago-motivatie	.648	
Gelbesparing motivatie	.150	
Motivatie voor energieadvies	.285	
Vertrouwen in energieadviseur	.632	
Scepticisme nut energieadviseur	.982	
Scepticisme over opbrengsten	.311	
Beoordeling SVM: duidelijk wat je ermee kunt doen	.335	
Beoordeling SVM: duidelijk of je in aanmerking komt	.698	
Ervaring met subsidies aanvragen	.487	
Conditie in experiment	.166	

*Tabel 7. Welke factoren bepalen de mate waarin micro-mkb'ers de SVM aantrekkelijk vinden? De aantrekkelijkheid van de SVM werd gemeten op een 6-punt schaal, van 1 "erg onaantrekkelijk" tot 6 "erg aantrekkelijk".*

## MOTIVATIE VOOR VERDUURZAMING

VARIABELE	Significant	Effectgrootte
Duurzaamheid mindset	<.001	.271
Imago-motivatie	.001	.177
Gelbesparing motivatie	.065	.099
Beoordeling SVM: waarschijnlijk	.443	.041
Beoordeling SVM: aantrekkelijk	.259	.060
Ervaring met subsidies aanvragen	.557	.031
Conditie in experiment	.732	.018
Motivatie voor energieadvies	.331	.052

*Tabel 8. Welke factoren bepalen de mate waarin micro-mkb'ers gemotiveerd zijn om te investeren in verduurzaming? Motivatie voor verduurzaming werd gemeten op een 6-punt schaal, van 1 "sterk mee oneens" tot 6 "sterk mee eens".*