



GEDRAGSANALYSE VERDUURZAMING MKB

drs. Gea Schonewille, drs. Maritt Overkamp,
dr. Leonie Venhoeven & drs. Luuk Bos

Maart 2023

D&B

INHOUD RAPPORTAGE

Management samenvatting: hoofdbevindingen en adviezen	<u>3</u>
1. Aanleiding	<u>13</u>
2. Methode	<u>15</u>
3. Doelanalyse	<u>18</u>
4. Psychologisch landschapsanalyse: concept gedragsmodel	<u>21</u>
A. Deskresearch	<u>23</u>
B. Interviews	<u>29</u>
C. Psychologisch landschap	<u>38</u>
5. Psychologisch landschapscheck	<u>40</u>
A. Steekproef omschrijving	<u>43</u>
B. Tabellen en grafieken: verduurzaming op dit moment	<u>52</u>
C. Tabellen en grafieken: specifieke maatregelen	<u>57</u>
D. Tabellen en grafieken: klimaatdoelstellingen	<u>81</u>
E. Tabellen en grafieken: informatieplicht	<u>86</u>
F. Tabellen en grafieken: regressieanalyses	<u>96</u>
6. Conclusies: definitief gedragsmodel	<u>103</u>
Bijlage	<u>106</u>

**MANAGEMENT
SAMENVATTING**



MANAGEMENT SAMENVATTING

De focus van dit gedragsonderzoek ligt op mkb'ers met 10 tot 250 medewerkers die vallen onder de informatieplicht energiebesparing. Dat wil zeggen dat zij meer dan 50.000 kWh elektriciteit en/of meer dan 25.000 m³ aardgas verbruiken. Bedrijven met een informatieplicht moeten eens in de vier jaar rapporteren aan de overheid over de duurzaamheidsmaatregelen die wel of niet zijn uitgevoerd. De overheid vraagt deze mkb'ers hen te informeren over de duurzaamheidsmaatregelen die zij namen. Het onderzoek richtte zich op de weerstanden en motieven die spelen bij deze mkb'ers om (verder) te verduurzamen. In een kwalitatief (N=12) en kwantitatief (N=425) onderzoek haalden we hierover informatie op bij experts en de doelgroep zelf.

In het onderzoek kwamen verschillende onderwerpen aan bod:

- In hoeverre mkb'ers een duurzaamheidsmindset hebben.
- Hoe duurzaam het bedrijf van mkb'ers op dit moment is en hoe ver het is met

verduurzaming ten opzichte van de klimaatdoelstellingen.

- Wat motieven en weerstanden zijn bij het al dan niet nemen van drie specifieke verduurzamingsmaatregelen: het automatisch afstemmen van de cv op de buitentemperatuur, led-verlichting installeren en dakisolatie toepassen.
- In hoeverre mkb'ers op de hoogte zijn van de informatieplicht energiebesparing en baat hebben bij de erkende maatregelenlijst.
- In hoeverre mkb'ers een lange termijn planning maakten voor verduurzaming, bijvoorbeeld in de vorm van een 5-jarenplan.

Uit het onderzoek volgt een gedragsmodel met motieven, weerstanden en omgevingsfactoren die samenhangen met hoe ver een mkb'er is met verduurzamen. Deze factoren categoriseerden we onder de labels weten, willen, kunnen en doen (zie [Afbeelding 5](#)).

DUURZAAMHEIDSMINDSET

Duurzaamheidsmindset hangt sterk samen met hoe ver een mkb'er is met verduurzaming nu en het behalen van de klimaatdoelstellingen van 2030 én 2050. Mkb'ers met een sterke duurzaamheidsmindset zien zichzelf als duurzaam en vinden een duurzaam imago belangrijk. In de regressieanalyses zien we dat mkb'ers met een sterkere duurzaamheidsmindset aangeven verder te zijn met verduurzamen van het bedrijfspand, de bedrijfsprocessen en de bedrijfsfaciliteiten. Ook geven ze aan verder te zijn in het behalen van de klimaatdoelstellingen van 2030 en 2050 (zie [Hoofdstuk 5F](#): Tabel [26](#), [27](#), [28](#)).

VERDUURZAMING OP DIT MOMENT

Een groot deel van de mkb'ers is al bezig (geweest) met het verduurzamen van hun bedrijf. 62-84% geeft aan een deel van tot alle mogelijke maatregelen te hebben genomen op gebied van verduurzaming (pand, processen en faciliteiten) (zie [Hoofdstuk 5B](#): [Figuur 9](#), [10](#)).

Denkrichting: Zet in op het versterken van een duurzame mindset via de gedragsroute. In het huidige onderzoek komt mindset naar voren als een sterke en consistente voorspeller van hoe ver mkb'ers aangeven te zijn met verduurzaming. We adviseren daarom in te zetten op het versterken van deze mindset, en daarmee op intrinsieke motivatie van mkb'ers om te verduurzamen. Hiervoor is het belangrijk dat mkb'ers die duurzaam gedrag laten zien – bijvoorbeeld het installeren van een warmtepomp of het isoleren van de muren – dit koppelen aan hun eigen duurzame mindset: “ik doe dit omdat ik duurzaamheid belangrijk vind”. Deze mindset bekrachtigen kan bijvoorbeeld door een platform op te richten waarop duurzame mkb'ers aangeven waarom zij verduurzamen belangrijk vinden en ervoor kiezen hun bedrijf te verduurzamen. Het mes snijdt dan aan twee kanten: de mkb'ers die daar opstaan bekrachtigen hun eigen duurzame mindset én ze vormen een voorbeeld voor andere mkb'ers.

Verduurzaming van het pand, de processen en de faciliteiten gaan gelijk op. Er zijn geen significante verschillen tussen hoe ver mkb'ers aangeven te zijn met verduurzaming van het bedrijfspand, de -processen of de -faciliteiten. Als een onderneming verder is met verduurzamen op het ene aspect, is het ook verder met verduurzamen op het andere aspect (zie [Hoofdstuk 5B: pagina 56](#))

Mkb'ers die verder zijn met het behalen van de klimaatdoelstellingen vinden vaker dat verduurzaming te veel tijd kost dan mkb'ers die hier minder ver mee zijn. Mkb'ers die al relatief ver zijn met het behalen van de klimaatdoelstellingen in 2030 geven vaker aan het eens te zijn met de stelling 'Verduurzaming kost ons bedrijf te veel tijd in verhouding tot wat het ons brengt' dan mkb'ers die hier minder ver mee zijn. Waarschijnlijk weten juist mkb'ers die hier tijd aan besteden hoeveel tijd verduurzaming kan kosten; en vinden ze deze tijd niet altijd voldoende opleveren. Opvallend is dat we het omgekeerde effect vinden voor de stelling 'Verduurzaming kost ons bedrijf te veel geld in verhouding tot wat het ons brengt'.

Hoewel je ook daar zou zeggen dat mkb'ers die meer verduurzamen meer kosten hebben, lijkt het er dus op dat ze van die kosten wel vinden dat er voldoende positiefs tegenover staat (zie [Hoofdstuk 5F: Tabel 27](#) en voor doelstellingen 2050 zie [Tabel 28](#)).

Mkb'ers die eigenaar zijn van het bedrijfspand zijn verder met verduurzamen dan mkb'ers die het bedrijfspand huren. Pandeigenaren geven aan verder te zijn met verduurzamen van het pand, de processen en de faciliteiten dan huurders doen. Origineel verwachtten we dat huurders alleen een minder duurzaam bedrijfspand zouden hebben; voor het verduurzamen van een bedrijfspand ligt namelijk een gedeelte verantwoordelijkheid bij huurder en verhuurder van het pand. Dat huurders ook minder ver zijn met het verduurzamen van hun faciliteiten en processen dan eigenaren, is verrassend (zie [Hoofdstuk 5B: Tabel 4](#)).

De helft (49%) van de mkb'ers die het pand huurt is bereid meer huur te betalen als de verhuurder het pand verder verduurzaamt. Daarnaast denk de meerderheid (70%) van de huurders dat hun verhuurder ervoor openstaat om het pand te verduurzamen. Mkb'ers die een bedrijfspand huren lijken daarmee een interessante doelgroep voor verdere verduurzaming (zie [Hoofdstuk 5A: Figuur 4](#)).

Dat de verantwoordelijkheid bij de verhuurder ligt, wordt niet vaak genoemd als belangrijke reden om verduurzaming te laten. We vroegen mkb'ers expliciet naar welke redenen ze hadden voor het laten van de drie specifieke verduurzamingsmaatregelen en of ze deze redenen op belang wilden rangschikken. 'De verhuurder/eigenaar van het pand moet [de maatregel nemen].' staat in deze rangschikkingen alleen bij het aanbrenge van led-verlichting in de top 10 (zie [Hoofdstuk 5C: Tabel 11](#)).

SPECIFIEKE MAATREGELEN

De redenen voor het niet nemen van specifieke maatregelen lopen uiteen. Mkb'ers die de specifieke maatregelen nog niet hebben genomen ervaren verschillende onzekerheden. Denk aan 'het is niet duidelijk wat het oplevert', 'het ziet er niet mooi uit' of 'niet weten of het kan' (zie [Hoofdstuk 5C: Tabel 8, 12, 16](#)).

Mkb'ers die de maatregel wel namen noemen hiervoor consistent als belangrijkste reden dat hij effectief is (zie [Hoofdstuk 5C: Tabel 8, 12, 16](#)). Voor alle drie de specifieke verduurzamingsmaatregelen wordt 'het bespaart veel energie' als belangrijkste reden genoemd voor het nemen van de maatregel. Daarna wordt 'wij vinden het belangrijk bij te dragen aan verduurzaming' vaak genoemd als motief.

Denkrichting: Laat mkb'ers met elkaar in gesprek gaan waardoor scepsis tegen verduurzaming weggenomen kan worden. Doordat mkb'ers die de verduurzamingsmaatregelen nog niet hebben genomen horen dat mkb'ers die de maatregelen wel hebben genomen in het begin (ook) onzeker waren over het toepassen van de maatregel, kan dat hun twijfels wegnemen.

Denkrichting: Laat mkb'ers ervaren wat verduurzaming oplevert. Scepsis kan ook worden weggenomen door mkb'ers te laten ervaren wat verduurzaming voor hen zou betekenen. De omgevingsdiensten die wij spraken gaven bijvoorbeeld aan dat zij met een warmte-drone bedrijfspanden bekijken en zo inzichtelijk kunnen maken waar warmte weglekt en waar (extra) isolatie nodig is. Mkb'ers laten ervaren wat verduurzaming oplevert zou ook kunnen door hen subsidies te verstrekken voor het aanschaffen of installeren van verduurzamingsmaatregelen, die zij vervolgens (in termijnen) terugbetalen als de maatregelen energiebesparing opleveren.

Denkrichting: Help mkb'ers bij het realiseren van verduurzamingsmaatregelen. Voor sommige van de verduurzamingsmaatregelen is er een kennisgebrek (bijvoorbeeld het afstellen van de cv op de buitentemperatuur), voor andere maatregelen is er hulp nodig bij het realiseren van de maatregelen: mankracht, geld of expertise. De overheid zou een rol kunnen spelen in het wegnemen van dergelijke praktische drempels voor het nemen van verduurzamingsmaatregelen.

INFORMATIEPLICHT ENERGIEBESPARING EN ERKENDE MAATREGELENLIJST

Een groot deel van de mkb'ers is er niet van op de hoogte dat zij aan de informatieplicht moeten voldoen. Hoewel alle mkb'ers in dit onderzoek onder de informatieplicht vallen* op basis van zelf-gerapporteerd energieverbruik, is de helft daarvan op de hoogte. 50% geeft aan niet (te weten of zij) onder de informatieplicht te vallen, terwijl zij dat wel doen (zie [Hoofdstuk 5E: Figuur 21](#)).

Van de mkb'ers die weten dat zij onder de informatieplicht vallen, is slecht de helft (45%) bekend met de Erkende Maatregelenlijst. Maar van de mkb'ers die de erkende maatregelenlijst wel kennen, geeft een groot deel (85%) aan hier (heel) erg door geholpen te worden (zie [Hoofdstuk 5E: Figuur 24, 25](#)).

Als het gaat over verduurzaming, is de Rijksoverheid (ministeries en de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland) de belangrijkste informatiebron voor mkb'ers. Mkb'ers geven aan de meeste waarde te hechten aan communicatie van de Rijksoverheid als zij een keuze moeten maken over verduurzamingsmaatregelen. Daarna vinden zij (energie)adviseurs en uitvoerende partijen zoals aannemers en installatiebedrijven de belangrijkste informatiebronnen (zie [Hoofdstuk 5A: Figuur 5, 6](#)).

**De informatieplicht geldt voor mkb'ers met een verbruik van >50.000 kWh en/of een verbruik van >25.000 m³ gas (equivalent).*

Denkrichting: Geef meer bekendheid aan de informatieplicht en de erkende maatregelenlijst. Een deel van de mkb'ers is niet op de hoogte van de informatieplicht of kent de erkende maatregelenlijst niet. De huidige informatie hierover bereikt hen dus niet voldoende. Toch lijkt deze informatie wel relevant voor hen: mkb'ers die de erkende maatregelenlijst kennen geven aan dat deze hen geholpen heeft. Mkb'ers hechten de meeste waarde aan communicatie via de Rijksoverheid zelf, (energie)adviseurs en uitvoerende partijen zoals aannemers en installatiebedrijven. Communicatie via deze kanalen lijkt daarmee kansrijk.

Denkrichting: Verwerk de erkende maatregelenlijst in een (bestaande) tool, waarin de mkb'ers na een aantal vragen duidelijk wordt wat de volgende stap is die zij specifiek kunnen zetten richting verduurzaming. Wanneer een mkb'er alleen de voor hem relevante volgende stap te zien krijgt en begrijpt wat hem dat gaat opleveren aan besparing, is de kans groter dat hij deze maatregel daadwerkelijk overweegt dan wanneer hij alle 180 maatregelen die zijn opgenomen in de lijst als optie krijgt aangeboden.

BEDRIJFSECONOMISCHE ARGUMENTEN EN PLANNEN MAKEN

De terugverdientijd die mkb'ers acceptabel vinden voor duurzame investeringen is gelijk aan die voor gewone investeringen. Gemiddeld willen mkb'ers hun investering in 9 jaar terugverdiend hebben, waarbij 5 jaar het meest frequent wordt genoemd; dit geldt zowel voor duurzame als voor gewone investeringen. De maatregelen uit de Erkende maatregelenlijst verdienen zichzelf gemiddeld in 5 jaar terug. Over het algemeen lijkt de terugverdientijd voor deze verduurzamingsmaatregelen dus geen obstakel te zijn (zie [Hoofdstuk 5E: Figuur 26, Tabel 24](#)). Daarnaast valt op dat familiebedrijven een langere terugverdientijd acceptabel vinden dan niet-familiebedrijven, zowel voor duurzame als voor andere investeringen (zie [Hoofdstuk 5E: Tabel 25](#)).

Hoewel een meerderheid van de mkb'ers aangeeft kans te zien het bedrijf (verder) te verduurzamen met behoud van winstgevendheid en een duurzaam businessmodel zelfs nodig achten, heeft slechts een klein deel concrete plannen voor verdere verduurzaming gemaakt. 64% van de mkb'ers geeft aan

kans te zien het bedrijf (verder) te verduurzamen met behoud van winstgevendheid en 65% geeft aan dat een duurzaam businessmodel nodig is om als bedrijf te kunnen blijven bestaan. Toch geeft slechts 17% aan concrete plannen voor verduurzaming gemaakt te hebben. Wanneer we mkb'ers vragen op welke termijn zij van plan zijn het volgende verduurzamingsproject te starten, geeft 63% aan dat nog niet te weten (zie [Hoofdstuk 5D: Figuur 18, 19](#)). Mkb'ers die een langetermijnplanning hebben gemaakt onderscheiden zich op mindset en de overtuiging dat een duurzaam businessmodel nodig is om als bedrijf te kunnen blijven bestaan (zie [Hoofdstuk 5F: tabel 29](#)).

Denkrichting: Ondersteun bij het concretiseren van de plannen om te verduurzamen. Er lijkt een mismatch te zijn tussen de kans die mkb'ers zien om te verduurzamen en het daadwerkelijk maken van plannen om een verduurzamingsproject te starten. Dit kan ervoor zorgen dat verduurzaming op de lange baan geschoven wordt. Bied mkb'ers daarom ondersteuning bij het daadwerkelijk omzetten van intentie naar concrete plannen en actie.

Denkrichting: Geef mkb'ers de autonomie om een maatregel nu niet te nemen, maar laat hen een concreet plan maken voor wanneer ze welke maatregel wel nemen. Een mkb'er kan natuurlijk niet alle 180 erkende maatregelen in een keer nemen. Het is daarom logisch dat sommige verduurzamingsmaatregelen naar de toekomst worden geschoven. Om ervoor te zorgen dat mkb'ers deze maatregelen in de toekomst wel daadwerkelijk nemen, is het belangrijk dat ze hier een concreet plan voor maken. Help mkb'ers te bepalen welke maatregelen zij wanneer gaan nemen, en zich zo te committeren aan een datum of moment. Help ze vervolgens daadwerkelijk in actie te komen door ze op dit zelfgekozen moment te herinneren aan hun commitment.

GEWENSTE ONDERSTEUNING

Naast subsidie, hebben mkb'ers behoefte aan consistente wet- en regelgeving. Desgevraagd geven mkb'ers het vaakst aan dat de overheid hen kan helpen bij verduurzaming met subsidies of fiscale voordelen (47%). Op de tweede plaats noemen ze echter dat ze ook behoefte hebben aan meer zekerheid over opbrengsten van investeringen, door wet- en regelgeving die niet steeds verandert (39%) (zie [Hoofdstuk 5E: Tabel 27](#)).

HOOFDSTUK 1

AANLEIDING



1. AANLEIDING

In 2050 wil Nederland **klimaatneutraal** zijn. Daarvoor is het van belang dat onder andere het Nederlandse bedrijfsleven gaat verduurzamen. Het ministerie van Economische Zaken en Klimaat (EZK) wil graag meer inzicht krijgen in de grootste motieven en drempels voor mkb-bedrijven om (verder) te verduurzamen. EZK heeft D&B gevraagd een gedragsonderzoek uit te voeren naar mkb'ers, specifiek mkb'ers met 10 tot 250 medewerkers die vallen onder de **informatieplicht energiebesparing**.

Dit jaar, 2023, is er wederom een informatieplicht energiebesparing voor deze mkb'ers. Mkb'ers worden gevraagd de overheid te informeren over welke maatregelen uit de Erkende Maatregelenlijst zij hebben genomen of (niet) van plan zijn te nemen. Het ministerie wil graag weten in hoeverre mkb'ers bekend zijn met de informatieplicht energiebesparing en wat de overheid nog meer kan doen om het mkb te ondersteunen in het zetten van (verdere) stappen om te verduurzamen.

In dit onderzoeksrapport staan de volgende onderzoeksvragen centraal:

- Welke motieven en drempels ervaren mkb'ers uit de doelgroep om te verduurzamen?
- Hoe spelen recente ontwikkelingen, zoals de stijging in energieprijzen, hierin een rol?
- Wat kan mkb'ers stimuleren om hun bedrijf(sprocessen) (verder) te verduurzamen?

HOOFDSTUK 2

METHODE



2. METHODE

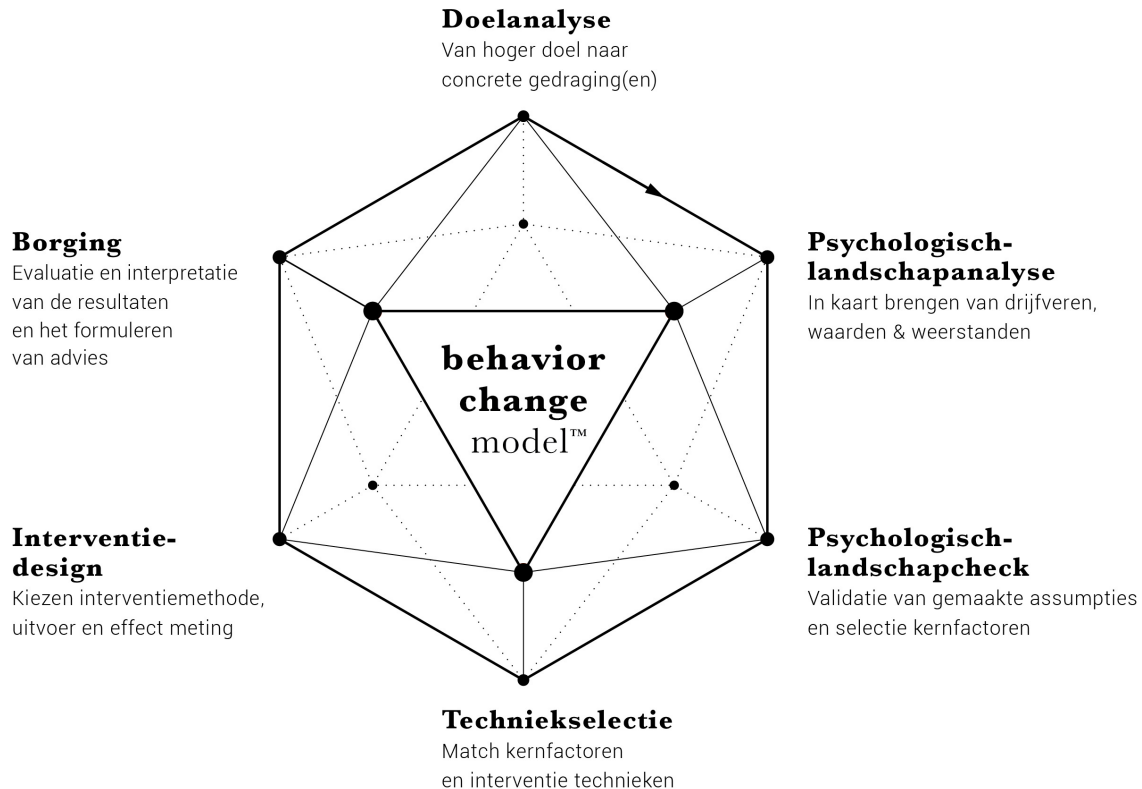
Dijksterhuis en van Baaren (D&B) werkt volgens het Behavior Change Model ([Afbeelding 1](#)). Voor dit onderzoek voerden we de eerste drie stappen uit.

We begonnen met een **doelanalyse** waarin we samen met het ministerie van EZK, de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland en het ministerie van BZK de kaders van het project afbakenden.

Vervolgens deden we een **landschapsanalyse** waarin we inzichten ophaalden uit de literatuur. Daarnaast spraken we zowel met experts uit het veld (Omgevingsdiensten, energie-adviseurs, RVO, MKB Nederland, VNO-NCW) als met mkb'ers zelf (N=12). Het literatuuronderzoek en de interviews geven samen een breed beeld van wat er mogelijk speelt. Aan de hand van deze informatie stelden we een concept gedragsmodel op, met daarin alle mogelijke factoren die invloed hebben op verduurzaming door de doelgroep.

Tot slot voerden we een grootschalig kwantitatief onderzoek (N=425) uit onder mkb'ers. In deze **landschapscheck** toetsen we de inzichten uit de landschapsanalyse bij de doelgroep. Dit geeft inzicht in welke factoren het zwaarst wegen als het gaat om verduurzaming in het mkb.

We vatten de belangrijkste bevindingen samen en koppelden hier denkrichtingen aan die EZK in een vervolgtraject verder kan uitwerken.



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 (Psychologischlandschapscheck) van het BCM.

HOOFDSTUK 3

DOELANALYSE



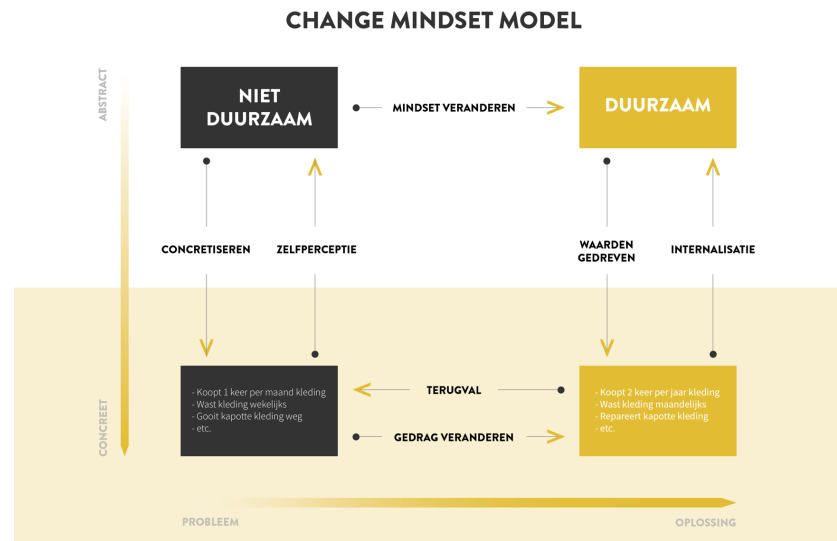
3. DOELANALYSE: DOELGROEP EN DOELGEDRAG

Tijdens de doelanalyse hebben we de **doelgroep** gespecificeerd voor het onderzoek.

- ✓ mkb'ers met een (mede-)beslissende functie over bedrijfsfinanciën;
- ✓ uit alle sectoren;
- ✓ met 10-250 medewerkers;
- ✓ huurder of pandeigenaar van het bedrijfspand;
- ✓ hebben een energieverbruik van >50.000 kWh en/of >25.000 m³ gas.

Het uiteindelijke doel van dit project is inzicht krijgen in de motieven en weerstanden van mkb'ers om (verder) te verduurzamen. Onder 'verduurzamen' vallen verschillende maatregelen die mkb'ers kunnen nemen; de specifieke **doelgedragingen**. We gebruiken het Change Mindset Model om van een abstract doel als verduurzamen te komen tot kleine concrete stappen die mkb'ers kunnen nemen.

In de doelanalyse gingen we samen op zoek naar de concrete **doelgedragingen** waarop we de focus zouden leggen in dit project. Hiervoor gebruikten we een ingevuld Change Mindset model ([Afbeelding 2](#)) als 'praat document'.



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

Afbeelding 2. Het Change Mindset Model: een wetenschappelijk gefundeerde werkwijze om van abstract doel naar concrete gedragingen te komen.

3. DOELANALYSE: 5 SPECIFIEKE DOELGEDRAGINGEN

Om het **doelgedrag** te specificeren voerden we samen met de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) analyses uit op beschikbare data over maatregelen die mkb'ers namen. Het gaat om geanonimiseerde data van mkb'ers die in 2019 voldeden aan de informatieplicht. Deze mkb'ers rapporteerden welke verduurzamingsmaatregelen uit de Erkende Maatregelenlijst zij volledig, deels of niet namen. We selecteerden voor het onderzoek vijf kansrijke maatregelen uit de Erkende Maatregelenlijst. We kozen voor maatregelen die nog niet vaak genomen waren maar wel voor veel sectoren van toepassing zijn of maatregelen die vaak wel deels maar niet vaak geheel genomen waren.

De vijf maatregelen die we selecteerden voor het huidige onderzoek zijn:

- ✓ Spouwmuurisolatie toepassen
- ✓ De cv automatisch afstemmen op de buitentemperatuur
- ✓ Waterleidingen en appendages isoleren
- ✓ Dakisolatie toepassen bij platte daken
- ✓ Hallogeenlampen vervangen door led-verlichting

HOOFDSTUK 4
PSYCHOLOGISCH
LANDSCHAPSANALYSE



4. PSYCHOLOGISCH LANDSCHAPSANALYSE

We begonnen de psychologisch landschapsanalyse met **deskresearch**; we bekeken de beschikbare literatuur en documentatie. Hieruit destilleerden we motieven en weerstanden van mkb'ers om te verduurzamen en bekeken we welke beleidsinstrumenten gericht zijn op (verduurzaming door) mkb'ers. Voor het volledige overzicht van het beleidsinstrumentarium voor de verduurzaming van het mkb verwijzen we naar de brief die de Minister van Economische Zaken en Klimaat in het voorjaar van 2023 naar de Tweede Kamer zal sturen.

Na de deskresearch namen we **interviews** af bij experts (omgevingsdiensten, energie-adviseurs, VNO-NCW, MKB-Nederland, KVK en RVO; $N=8$) en mkb'ers ($N=4$). In de gesprekken kwamen de volgende onderwerpen aan bod:

- In hoeverre hebben mkb'ers een duurzaamheidsmindset?
- Welke motieven en weerstanden spelen er bij mkb'ers rondom specifieke maatregelen?

- In hoeverre zijn mkb'ers bekend met, en wat vinden zij van, de informatieplicht en de erkende maatregelenlijst?

Op basis van deze inzichten hebben we een **concept-gedragsmodel** gemaakt van weerstanden, motieven en omgevingsfactoren die bij mkb'ers kunnen spelen rondom verduurzaming.

HOOFDSTUK 4A

DESKRESEARCH



4A. DESKRESEARCH

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. Van welke drempels weten we dat ze mkb'ers in de weg kunnen staan om te verduurzamen? Welke drijfveren hangen samen met concreet verduurzamingsgedrag door mkb'ers? Hoe spelen recente ontwikkelingen (zoals stijging gasprijs) een rol bij het gedrag?

Op de volgende pagina's (25-27) staat een overzicht met de artikelen die we lazen. In dit overzicht namen we op wat het type onderzoek, de doelgroep, de key take-aways en gedragsfactoren die uit het artikel naar voren kwamen waren. Deze gedragsfactoren namen we op in het concept-gedragsmodel (zie [Afbeelding 3](#)).

Rapport	Type onderzoek	Doelgroep	Key take-away	Gedragfactor
<i>Trends- en factorenkaart energie- en CO2-besparing MKB-Nederland. (2020). Argumentenfabriek.</i>	Kwalitatief onderzoek (denk sessies)	Vertegenwoordigers van mkb'ers: MKB-Nederland, ministerie van EZK en Rijkswaterstaat (Infomil) (N=onbekend).	De <u>onderneming is prioriteit</u> en mkb'ers hebben vaak beperkte affiniteit met verduurzamen. Ze hebben beperkte kennis en toegang tot (financiële) ondersteuning op het gebied van verduurzaming. Het energie- en klimaat beleid wordt als onduidelijk, veranderlijk en demotiverend ervaren. Toezicht op en handhaving van wet- en regelgeving is beperkt.	<ul style="list-style-type: none"> • Verduurzaming (niet) als prioriteit zien • Verduurzaming is onduidelijk • (Niet) weten waar te beginnen • Gebrek aan marktaanbod uitvoering • Gebrek aan financiering • Onduidelijk/wisselend beleid • Vertrouwen in overheid
<i>Micro-mkb'ers stimuleren om subsidies voor verduurzaming aan te vragen. (2022). Dijksterhuis & van Baaren.</i>	Kwalitatief (interviews) Kwantitatief (vragenlijstonderzoek)	Interviews met experts die betrokken zijn bij de doelgroep, de ontwikkeling en uitvoering van SVM (N=5). Vragenlijst onder micro-mkb'ers (2-10 werknemers) die niet onder de energiebesparingsplicht vallen en minimaal één bedrijfspand hebben (N=176).	Micro-mkb'ers voelen zich medeverantwoordelijk voor verduurzaming van de maatschappij en de meerderheid wil investeren in het verduurzamen van hun bedrijf. Ondernemers willen graag een groen imago uitstralen. Ze zijn positief over subsidies voor verduurzaming, maar weinigen hebben ervaring met dergelijke subsidies. Belangrijke drempels zijn de <u>administratieve last</u> , <u>tijdsinvestering</u> en <u>sceptis</u> over de opbrengst.	<ul style="list-style-type: none"> • Verduurzaming (niet) als prioriteit zien. • Duurzaamheidsimago en identiteit • Self-efficacy • Administratieve lasten • Kost te veel tijd
<i>Verduurzaming van het energieverbruik in het MKB. (2019). Kantar.</i>	Kwantitatief (vragenlijstonderzoek)	Verantwoordelijken voor energiezaken van mkb-bedrijven (2 tot 250 medewerkers) (N=851).	Mkb'ers hebben beperkte <u>kennis</u> over wet- en regelgeving en subsidies rondom verduurzamen. Slecht 30% geeft aan geïnformeerd te zijn over de informatieplicht, voornamelijk door de overheid en energieleveranciers. Mkb'ers zien vooral een <u>financieel voordeel</u> in verduurzamen (energiekosten besparen), tegelijkertijd is <u>gebrek aan financiering</u> een belangrijke barrière.	<ul style="list-style-type: none"> • (Niet) weten waar te beginnen • Onduidelijk/wisselend beleid • Terugverdientijd • Kosten besparen • Kost te veel geld

Rapport	Type onderzoek	Doelgroep	Key take-away	Gedragfactor
<i>Evaluatie Informatieplicht Energiebesparing (2020).</i> Kantar.	Kwantitatief (vragenlijstonderzoek)	Bedrijven en instellingen met een jaarlijks verbruik vanaf 50.000 kWh of 25.000 m3 aardgas per bedrijfslocatie die hebben gerapporteerd in eLoket van RVO (N=1.056)	Een deel van de ondernemers (30%) schakelt een intermediair in voor de uitvoer van de informatieplicht. Van de ondernemers die zelf hebben gerapporteerd, vond 30% het (heel erg) <u>moeilijk</u> . Voor 41% maakt de maatregelenlijst het invullen (veel) <u>makkelijker</u> . De minderheid (27%) geeft aan alle maatregelen te hebben uitgevoerd, 60% heeft ze gedeeltelijk uitgevoerd. Circa twee derde van de bedrijven en organisaties is <u>niet benaderd</u> door de gemeente of omgevingsdienst na het indienen van de rapportage.	<ul style="list-style-type: none"> • Administratieve lasten • Self-efficacy • Houden aan wet- en regelgeving
<i>Impact prijsstijgingen en energiecrisis. (2022).</i> Kamer van Koophandel.	Kwantitatief (vragenlijstonderzoek)	Ondernemers (voornamelijk met bedrijven met < 10 werknemers) (N=1.072).	Door <u>stijgende energieprijzen</u> zijn voor 43% van mkb 10+ de plannen en acties om het bedrijf te verduurzamen (iets) belangrijker geworden. Daarnaast zorgt het bij 34% voor toename in investeringen om te verduurzamen. Bovendien heeft 27% plannen en acties om te verduurzamen (enigszins) vervroegd.	<ul style="list-style-type: none"> • Stijgende energieprijzen • Verduurzaming als prioriteit zien • Kosten besparen
<i>Flitspeiling ondernemers: stijgende energieprijzen en besparende maatregelen. (2022).</i> Motivaction.	Kwantitatief (vragenlijstonderzoek)	Bedrijfseigenaren, directeuren, managers, beslissingsbevoegden of functionarissen die invloed hebben op het beleid en/of de bedrijfsvoering (N=838).	Ondernemers ervaren <u>bezorgdheid over de stijgende energieprijzen</u> en leveringszekerheid (betaalbaarheid van energiegebruik, onvoorspelbaarheid, hogere inkoop). Er is een toename in intentie om te compenseren voor gestegen energieprijzen door verduurzaming op korte termijn (verlichting, verwarming en monitoring energieverbruik)	<ul style="list-style-type: none"> • Stijgende energieprijzen • Verduurzaming als prioriteit zien • Kosten besparen • Terugverdientijd • Kost te veel geld • Gebrek aan marktaanbod uitvoering
<i>Verdiepend onderzoek levensgebeurtenis duurzaam ondernemen. (2022).</i> Rijksdienst voor Ondernemend Nederland.	Kwalitatief onderzoek (diepte interviews)	Eigenaren/managers (van bedrijven met 2-50 medewerkers) (N=14).	Ondernemers zijn vaak niet primair bezig met duurzaam ondernemen, maar worden hiermee geconfronteerd in andere levensgebeurtenissen. Het gros is op hun verduurzamingsroute niet op zoek naar informatie van landelijke overheidsorganisaties. Problemen waar ze tegen aanlopen, zijn zo divers dat <u>maatwerk nodig</u> is. Hiervoor is samenwerking nodig tussen overheidsorganisaties, ondernemers, lokale netwerk en leveranciers van verduurzamingsmaatregelen.	<ul style="list-style-type: none"> • Verduurzaming (niet) als prioriteit zien

Rapport	Type onderzoek	Doelgroep	Key take-away	Gedragsfactor
<i>Herstel en transitie van het Nederlandse innovatielandschap. (2021). SEO.</i>	Kwantitatief (vragenlijstonderzoek)	(Voornamelijk mkb-) bedrijven (N=609).	De klimaatambitie van het Nederlandse bedrijfsleven lijkt in 2021 verder gepolariseerd, met zowel een toegenomen aandeel klimaatambitieuze bedrijven als een groeiende groep die deze ambitie niet heeft. Bovendien verschillen de klimaatambities sterk tussen sectoren. Het gemiddelde bedrijf past zes van de twaalf MVO-praktijken toe, veelal omdat 'dit hoort' of omdat 'het loont'.	<ul style="list-style-type: none"> • Verduurzaming (niet) als prioriteit zien • Houden aan wet- en regelgeving • Kosten besparen • Impact op klimaat (beperken) • Duurzaamheidsimago en identiteit
<i>Het Nederlandse innovatielandschap de toekomst tegemoet. (2022). SEO.</i>	Kwantitatief (vragenlijstonderzoek)	Leidinggevend van bedrijven in Nederland met meer dan 1 werknemer (N=712).	Het aandeel klimaatambitieuze bedrijven is in 2022 gestegen en aantal bedrijven zonder klimaatambitie is afgenomen. Bedrijven met een grote ecologische voetafdruk geven vaker aan meer tijd nodig te hebben om de ecologische voetafdruk te reduceren. Belangrijke barrières die worden genomen zijn onvoldoende kennis over verminderen van ecologische voetafdruk, risico op een verslechterd concurrentievermogen door hogere kosten en de <u>beperkte visie</u> vanuit de overheid en politiek.	<ul style="list-style-type: none"> • Verduurzaming als prioriteit zien • Verduurzaming is onduidelijk • Klanten vragen er niet naar • Terugverdientijd • Vertrouwen in de overheid • Onduidelijk/wisselend beleid
<i>Verwachte effecten van de energiebesparingsplicht uit de Wet milieubeheer (2020). TNO.</i>	Kwalitatief (interviews) Kwantitatief (data-analyse op statistieken en monitoringsdata)	Interviews met omgevingsdiensten (N=6). Bedrijven die aan de energiebesparingsplicht moeten voldoen (N=48.485 gerapporteerd in eLoket).	Top 3 bepaald van erkende maatregelen die het meest bijdragen tot de besparing, per EML bedrijfstak. Deze top 3 betreft maatregelen die <u>nog relatief weinig worden toegepast en per gebouw veel besparing opleveren</u> . Vaak gaat het om: warmteterugwinning uit ventilatielucht, spouwmuurisolatie en inregelen van de ketel (een samenvoeging van weersafhankelijke regeling en optimaliserende regeling)	<ul style="list-style-type: none"> • Inertia

Tabel 1. Overzicht van de deskresearch, waarbij het type onderzoek, de doelgroep, de key take-aways en bijbehorende gedragsfactoren zijn opgenomen.

CONCEPT GEDRAGSMODEL OP BASIS VAN DE BEVINDINGEN UIT DESKRESEARCH

Aan de hand van deskresearch inventariseerden we de weerstanden, motieven en omgevingsfactoren die bij mkb'ers kunnen spelen rondom verduurzaming. Dit psychologisch landschap geven we schematisch weer in een concept gedragsmodel. We vullen dit gedragsmodel aan op basis van interviews met experts en mkb'ers (zie [Hoofdstuk 4C: Afbeelding 4](#)) en toetsen het onder de doelgroep met vragenlijstonderzoek (zie [Hoofdstuk 6: Afbeelding 5](#)).



Afbeelding 3. Het concept gedragsmodel. Hierin staan de gedragsfactoren waarvan we op basis van deskresearch vermoeden dat deze invloed hebben op verduurzaming door mkb'ers (zie de [Bijlage](#) voor een toelichting van self-efficacy en inertia). Factoren waarvan we vermoeden dat ze een positieve invloed hebben op het doelgedrag zijn aangegeven met een "+", factoren waarvan we een negatieve invloed verwachten met een "-".

HOOFDSTUK 4B

INTERVIEWS



INTERVIEWS MET EXPERTS

We interviewden acht experts die (nauw) betrokken zijn bij de doelgroep, de ontwikkeling en de handhaving van de informatieplicht. Specifiek spraken we met een energie-adviseur, een onderzoeker van RVO, een beleidssecretaris van VNO-NCW/MKB-NL, drie adviseurs van KVK, een projectleider en een kwaliteitscoördinator van de Omgevingsdienst. De interviews gaven aanvullend inzicht in en informatie over mogelijke weerstanden, motieven en omgevingsfactoren die spelen rondom verduurzaming door mkb'ers. Ook gingen we specifiek in op de informatieplicht, de erkende maatregelenlijst en de vijf specifieke verduurzamingsmaatregelen.

Hieronder bespreken we de inzichten die we opdeden in de interviews.

De informatieplicht is complex en de maatregelen zijn niet begrijpelijk genoeg.

De informatieplicht en erkende maatregelenlijst zijn complex. Over het algemeen heerst het beeld dat de formulering die wordt gebruikt in de informatieplicht en de erkende maatregelenlijst complex is. Dit zorgt voor onduidelijkheid over wat de maatregelen inhouden en maakt het lastig voor mkb'ers om in te schatten of een maatregel voor hun onderneming van toepassing is.

De kwaliteit van de rapportages houdt te wensen over. Er zijn twijfels over of de maatregelenlijst goed wordt ingevuld. Dit heeft ook te maken met de complexiteit van de informatieplicht en de begrijpelijkheid van de maatregelen. Zo zou het kunnen dat mkb'ers 'Niet van toepassing' gebruiken als ze een maatregel niet begrijpen. 'Niet van toepassing' invullen ontslaat hen op dat moment van de verantwoordelijkheid het uit te zoeken.

Het is ambigu welke verantwoordelijkheid bij huurder en welke bij verhuurder ligt. Bij meerdere partijen heerst het idee dat huurders onduidelijkheid ervaren over wie er verantwoordelijk is voor rapporteren over gebouw gebonden maatregelen. Op dit moment ligt de verantwoordelijkheid hiervan officieel bij de huurder, maar hierin gaat mogelijk een verschuiving plaatsvinden (van huurder naar verhuurder) als de omgevingswet ingaat.

Isoleren, de cv automatisch afstemmen en led-verlichting plaatsen zijn kansrijke gebouwgebonden maatregelen.

Isoleren is een effectieve maatregel, maar is mogelijk complex voor huurders. Het isoleren van daken en spouwmuren is een effectieve maatregel om energie te besparen. Hierbij speelt echter een complexe verhouding tussen huurders en verhuurders, waarbij de verantwoordelijkheid voor het uitvoeren van de maatregel niet (voldoende) gedragen wordt. Daarnaast weten mkb'ers onvoldoende over wat isolatie hen kan opbrengen.

De cv automatisch afstemmen is een relatief simpele verduurzamingsmaatregel. Hoewel het een relatief simpele en (kosten)efficiënte maatregel is om te nemen, lijken mkb'ers niet te weten dat hun cv mogelijk niet goed is afgestemd op de buitentemperatuur. Ook heerst het idee dat de temperatuur als oncomfortabel kan worden ervaren met een automatisch afgestemde cv.

Led-verlichting plaatsen is laaghangend fruit.

Hallogeenlampen vervangen door led-verlichting is een maatregel die vaak al deels is gedaan. Mkb'ers lijken te wachten op een 'natuurlijk moment' om de verlichting te vervangen (i.e. wanneer oude verlichting kapot gaat), in plaats van deze maatregel proactief te nemen. Aangezien het een makkelijke maatregel is, valt hier winst te behalen.

Er lijken ook overkoepelende motieven en weerstanden te zijn die invloed hebben op meerdere maatregelen.

Per specifieke verduurzamingsmaatregel kunnen verschillende motieven en weerstanden spelen. Uit de interviews met experts kwamen echter ook een aantal overkoepelende factoren naar boven.

Mkb'ers nemen maatregelen omdat ze willen verduurzamen, om geld te besparen en/of om de regels te volgen. Er werden verschillende redenen genoemd die mkb'ers motiveren om te verduurzamen in het algemeen en te voldoen aan de informatieplicht. Experts benoemen een intrinsieke motivatie om te verduurzamen (duurzaamheidsmindset). Ook lijken extrinsieke redenen van belang te zijn. Met name de terugverdientijd en de mogelijkheid tot geld besparen, waarbij de stijgende energieprijzen een relevante factor lijken. Daarnaast wordt het willen volgen van de regels van de overheid (compliance) als drijfveer benoemd.

Onduidelijkheid en een gebrek aan gevoel van verantwoordelijkheid lijken belangrijke barrières te zijn. Hierbij zit de onduidelijkheid hem in de beschrijving van de maatregelen 'wat betekent dit precies?', maar ook in onduidelijkheid over de terugverdientijd en de mogelijke opbrengsten voor de mkb'er. Huurders zijn er soms ook van overtuigd dat de verantwoordelijkheid voor het nemen van gebouwgebonden maatregelen bij de verhuurder ligt. Als mkb'ers (de uitwerking van) een maatregel niet mooi of comfortabel vinden kan dit ook een drempel zijn om de maatregel te nemen.

INTERVIEWS MET DE DOELGROEP

Na de experts, spraken we vier mkb'ers uit verschillende sectoren. Zij hadden alle vier een functie waarin zij zicht hebben op welke verduurzamingsmaatregelen hun bedrijf nam, of van plan is te nemen. De interviews gaven aanvullend inzicht in en informatie over mogelijke weerstanden, motieven en omgevingsfactoren die de doelgroep ervaart. We gingen specifiek in op duurzaamheidsmindset en identiteit van de mkb'ers en hun bedrijf, de vijf specifieke verduurzamingsmaatregelen, de informatieplicht en de erkende maatregelenlijst.

Mkb'ers verschillen in de mate waarin duurzaamheid een belangrijk onderdeel is van hun bedrijf.

Mkb'ers die zichzelf identificeren als 'koploper', geven aan een sterke intrinsieke motivatie te hebben om te verduurzamen. Zij verduurzamen proactief (e.g. zijn aangesloten bij een energieconvenant of committeren aan een jaarlijkse CO₂ prestatieladder) en nemen verduurzamingsplanning op in hun bedrijfsvisie en/of meerjarenplan. Hierbij houden ze rekening met praktisch stappen die ze kunnen nemen binnen hun invloedssfeer.

Andere mkb'ers verduurzamen op een 'natuurlijk moment'. Zij geven aan rekening te houden met verduurzamen bij nieuwe plannen, waarbij ze zelfvoorzienend zijn en de terugverdientijd van de maatregelen als belangrijke elementen ervaren.

Spouwmuur isolatie is niet altijd van toepassing en wordt gezien als een grote ingreep.

Spouwmuur isolatie is een maatregel die mkb'ers kennen, maar niet overal (kunnen) toepassen.

Redenen die hiervoor werden genoemd zijn dat er geen spouwmuren zijn, er al een andere vorm van isolatie is, of een ruimte niet wordt verwarmd.

Mkb'ers verwachten dat spouwmuur isolatie veel geld kost en het een grote ingreep is bij bestaande bouw.

Dit roept bij sommige mkb'ers de vraag op of het niet beter is om nieuw te bouwen, in plaats van de maatregel te nemen.

Duidelijkheid over de opbrengsten zou motiverend kunnen werken. Mkb'ers geven aan dat duidelijkheid over de terugverdientijd en de besparing die isoleren van spouwmuren opbrengt, zou kunnen aanzetten om de maatregel te nemen. De hoge energieprijzen spelen daarin ook mee.

Dakisolatie is niet altijd van toepassing, de verwachte moeite is groot en de impact klein.

Dak isolatie is een maatregel die mkb'ers kennen, maar niet overal (kunnen) toepassen. Mkb'ers in nieuwe gebouwen geven aan dat deze maatregel bij hen al was toegepast bij oplevering. Anderen geven aan dat deze Maatregel (deels) niet van toepassing is, omdat de ruimte niet verwarmd wordt.

Mkb'ers verwachten dat de kosten en moeite niet opwegen tegen de impact. Ze geven aan dat ze denken dat het veel geld, tijd en moeite kost om het dak bereikbaar te maken om isolatie te kunnen plaatsen. De verwachting is dat het isoleren zelf weinig impact heeft.

Duidelijkheid over de opbrengsten zou motiverend kunnen werken. Mkb'ers geven aan dat duidelijkheid over de terugverdientijd en de besparing die isoleren van het dak opbrengt, zou kunnen aanzetten om de maatregel te nemen.

Halogeenlampen worden vaak op een ‘natuurlijk moment’ vervangen door led-verlichting.

Led-verlichting is een maatregel die iedereen kent en vaak ook al (deels) heeft toegepast. Alle geïnterviewde mkb'ers hebben al (deels) led-verlichting. Zij geven aan dat led-verlichting aanwezig is in nieuwbouw of halogeen-lampen op een ‘natuurlijk moment’ worden vervangen door led-verlichting (als de oude verlichting het begeeft).

Het is een drempel om werkende verlichting te vervangen. Mkb'ers geven aan dat ze het zonde vinden om werkende verlichting te vervangen. Daarnaast kan de aanschafwaarde van led-verlichting hoog zijn als je in één keer alle verlichting moet vervangen.

Duidelijkheid over de opbrengsten zou motiverend kunnen werken. Mkb'ers geven aan dat duidelijkheid over de terugverdientijd en de besparing die led-verlichting opbrengt, zou kunnen aanzetten om de maatregel te nemen. Maar ook de ervaring dat led-verlichting fijner en prettiger licht geeft, kan motiverend werken.

Of de cv automatisch is afgestemd op de buitentemperatuur, is niet bij iedereen bekend.

Bij één van de mkb'ers is de cv bij de nieuwbouw direct afgestemd op de buitentemperatuur. De overige mkb'ers weten niet of deze maatregel is toegepast, of zijn niet van plan om de maatregel toe te passen.

De maatregel is (te) ingewikkeld of niet gewenst. Mkb'ers verwachten dat het (laten) afstemmen van de cv complex is. Daarnaast wordt het als nadeel gezien dat je zelf minder direct invloed hebt op de binnentemperatuur.

Duidelijkheid over de opbrengsten zou motiverend kunnen werken. Mkb'ers geven aan dat duidelijkheid over de terugverdientijd en de besparing die de cv afstemmen opbrengt, zou kunnen aanzetten om de maatregel te nemen.

Het isoleren van waterleidingen en appendages is onbekend of wordt als irrelevant gezien.

De maatregel is relatief onbekend. De meeste mkb'ers die we spraken zijn niet bekend met het isoleren van waterleidingen en appendages en weten niet of deze maatregel bij hen is toegepast.

Het werd veelal als niet relevant gezien. De reden hiervoor is dat de geïnterviewden geen grote hoeveelheden warm water verbruiken.

De informatieplicht is niet bij iedereen bekend en wordt gezien als invuloefening.

Niet alle mkb'ers zijn bekend met de informatieplicht. Twee van de vier geïnterviewde mkb'ers kennen de informatieplicht, en hebben hier in 2019 aan voldaan. Voor de andere twee was het bestaan van een informatieplicht onbekend.

De informatieplicht wordt ervaren als invuloefening. Degenen die aan de informatieplicht hebben voldaan, zagen het als administratieve last die geen toegevoegde waarde voor hen biedt. Het is ingewikkeld en kost (te) veel tijd om in te vullen.

Mkb'ers hebben behoefte aan overzicht van en terugkoppeling op de ingevulde informatie. Ze gaven aan dat het helpend zou zijn als simpel en overzichtelijk wordt weergegeven welke maatregelen je nog kan nemen en wat dit je kan opleveren. Degenen die aan de informatieplicht hebben voldaan, gaven aan dat zij graag inzicht zouden krijgen in hoe zij er als onderneming voor staan (in vergelijking met andere ondernemingen).

De erkende maatregelenlijst is onbekend of wordt niet als helpend ervaren.

De erkende maatregelenlijst werd niet als helpend ervaren. Een van de mkb'ers die de informatieplicht kent, is ook bekend met de erkende maatregelenlijst. Deze werd echter niet als helpend ervaren. Voor het bepalen welke maatregelen er genomen kunnen worden, vertrouwen mkb'ers op de expertise van hun installateur.

(Nog) niet iedereen heeft een 5-jarenplan voor verduurzaming.

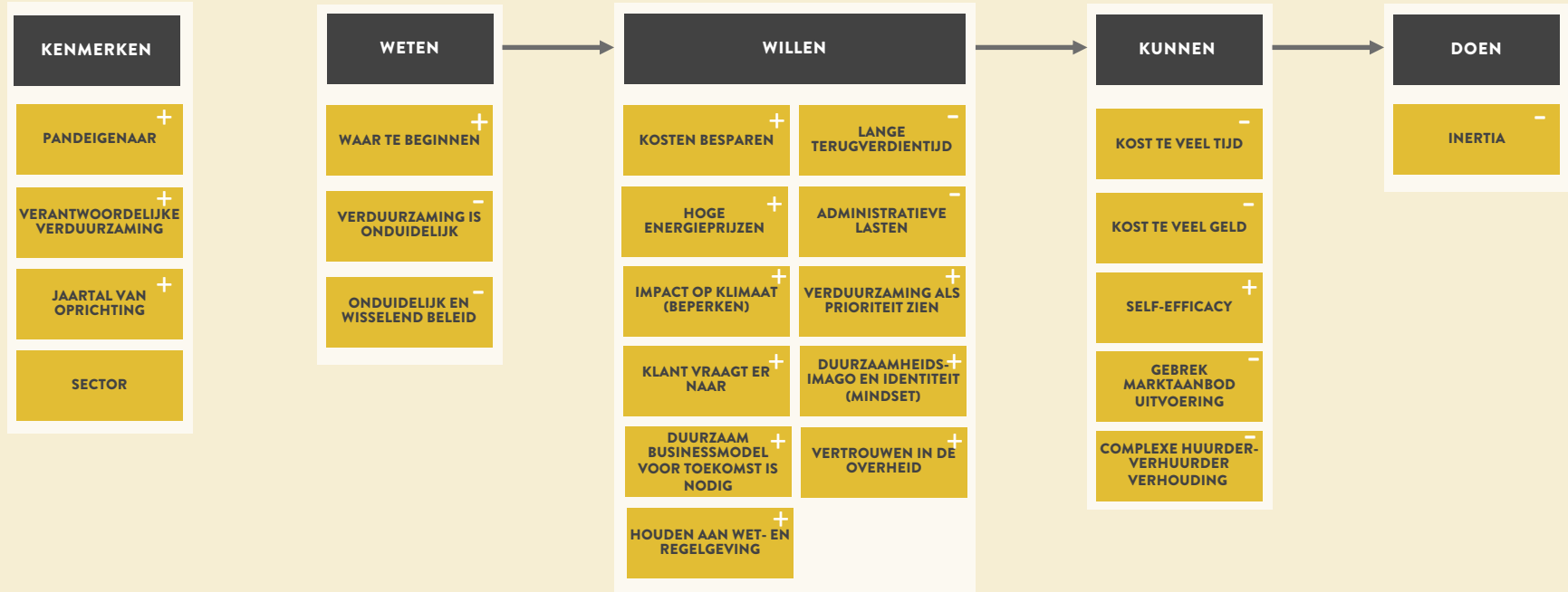
Een 5-jarenplan voor verduurzaming wordt niet altijd relevant gevonden. Een van de mkb'ers gaf aan een meerjarenplan en visie op verduurzaming te hebben. Drie van de vier geïnterviewden gaven aan dat ze geen meerjarenplan voor verduurzaming hebben omdat er op dit moment niets speelt op gebied van verduurzaming, ze de meeste maatregelen al hebben getroffen, of ze maatregelen willen nemen op een natuurlijk moment.

HOOFDSTUK 4C
PSYCHOLOGISCH
LANDSCHAP



CONCEPT GEDRAGSMODEL

Op basis van de interviews is het gedragsmodel aangevuld met relevante weerstanden, motieven en omgevingsfactoren die bij mkb'ers kunnen spelen rondom verduurzaming. Onderstaande concept gedragsmodel wordt getoetst bij de doelgroep met vragenlijstonderzoek (zie [Hoofdstuk 5](#))



Afbeelding 4. Het concept gedragsmodel. Hierin staan de gedragsfactoren waarvan we op basis van deskresearch en interviews vermoeden dat deze invloed hebben op verduurzaming door mkb'ers (zie de [Bijlage](#) voor een toelichting van self-efficacy en inertia). Factoren waarvan we vermoeden dat ze een positieve invloed hebben op het doelgedrag zijn aangegeven met een "+", factoren waarvan we een negatieve invloed verwachten met een "-".

HOOFDSTUK 5

PSYCHOLOGISCH

LANDSCHAPCHECK



5. PSYCHOLOGISCH LANDSCHAPSCHECK

In de psychologisch landschapscheck toetsen we de inzichten uit de landschapsanalyse bij de doelgroep. Dit geeft inzicht in welke factoren het zwaarst wegen als het gaat om verduurzaming in het mkb.

Met dit doel zetten we een vragenlijst uit die door 425 mkb'ers volledig werd ingevuld. Zij of het bedrijf waarvoor ze werken hadden ten tijde van invullen van de vragenlijst:

- ✓ een (mede-)beslissende functie over bedrijfsfinanciën;
- ✓ 10-299 medewerkers*;
- ✓ een energieverbruik van >50.000 kWh en/of >25.000 m³ gas.

**Het midden- en kleinbedrijf bestaat uit maximaal 250 medewerkers. Omdat dit een moeilijke groep is om te werven voor kwantitatief onderzoek, kozen we ervoor de doelgroep uit te breiden met mkb'ers die werken voor een bedrijf met 251-299 medewerkers. De antwoorden die deze subgroep gaf, weken niet significant af van de antwoorden die andere mkb'ers gaven.*

Gezien de vragen die we over de specifieke maatregelen wilden stellen, werd de vragenlijst te lang als we alle vijf de specifieke maatregelen zouden uitvragen. We kozen er op basis van de expertinterviews voor om de focus te leggen op de volgende drie specifieke maatregelen:

1. De cv automatisch afstemmen op de buitentemperatuur. Dit is relatief gemakkelijk, maar nog weinig gedaan.
2. Halogeenlampen vervangen door led-verlichting. Dit is relatief gemakkelijk en vaak (deels) gedaan.
3. Dak isoleren. Dit heeft de meeste impact op energiebesparing.

Opbouw van de vragenlijst

De vragenlijst is opgebouwd uit drie onderdelen. Om te voorkomen dat respondenten beïnvloed werden door het feit dat de informatieplicht energiebesparing een plicht is, hebben we ervoor gekozen vragen over de informatieplicht aan het einde van de vragenlijst op te nemen.

Deel 1. Eerdere verduurzaming en mindset mkb'er

We stelden respondenten vragen over hoe ze naar duurzaamheid en verduurzaming kijken. Hiermee onderzochten we of het belangrijk voor mkb'ers is om een duurzaam imago te hebben, of ze duurzaamheid zien als onderdeel van hun bedrijfsidentiteit, hoe belangrijk intrinsieke prikkels (waarden) en extrinsieke prikkels (energieprijzen) zijn voor verduurzaming. Daarbij brachten we in kaart in hoeverre mkb'ers op dit moment bezig zijn met verduurzamen, in welke mate zij de klimaatdoelstellingen van 2030 en 2050 hebben behaald, en of een vijfjarenplan voor verduurzaming hebben voor hun bedrijf. De resultaten van Deel 1 zijn te vinden in [Hoofdstuk 5B](#) en [Hoofdstuk 5D](#).

Deel 2. Specifieke gebouw gebonden maatregelen

We stelden respondenten vragen over drie specifieke gebouw gebonden maatregelen: de cv automatisch afstemmen op de buitentemperatuur, halogeenlampen vervangen door led-verlichting en dakisolatie toepassen bij platte daken. Hiermee onderzochten we in welke mate deze maatregelen zijn genomen en wat belangrijke redenen zijn voor mkb'ers om deze maatregelen (niet) te nemen. De resultaten van Deel 2 zijn te vinden in [Hoofdstuk 5C](#).

Deel 3. Informatieplicht energiebesparing

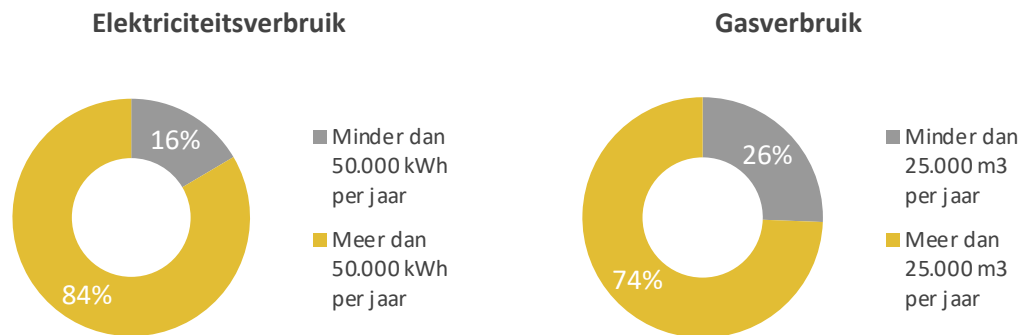
We stelden respondenten vragen over in hoeverre zij bekend zijn met de informatieplicht energiebesparing en of zij van plan zijn hier aan te voldoen in 2023. Vervolgens vroegen we respondenten die bekend zijn met de informatieplicht, of zij ook de Erkende Maatregelenlijst kennen en of zij deze als helpend ervaren. Daarnaast stelden we mkb'ers de vraag wat zij acceptabele terugverdiertijden vinden voor (verduurzamings-) investeringen. De resultaten van Deel 3 zijn te vinden in [Hoofdstuk 5E](#).

HOOFDSTUK 5A
STEEKPROEF-
OMSCHRIJVING



MKB'ERS IN DIT ONDERZOEK VALLEN VAKER ONDER INFORMATIEPLICHT VANWEGE ELEKTRICITEITSVERBRUIK DAN VANWEGE GASVERBRUIK

Als we kijken naar het energieverbruik dat respondenten zelf opgeven, geeft de meerderheid (84%) aan dat ze meer dan 50.000 kWh elektriciteit verbruiken. Ook verbruikt de meerderheid (74%) meer dan 25.000 m³ aardgas. In totaal verbruikt 58% van de 425 respondenten meer dan 50.000 kWh elektriciteit en meer dan 25.000 m³ aardgas.



Figuur 1. Het opgegeven gas- en energieverbruik op jaarbasis van de respondenten die onder de wettelijke energiebesparingsplicht vallen (N=425).

MKB'ERS IN DIT ONDERZOEK: VERDELING BEDRIJFSGROOTTE, JAAR VAN OPRICHTING, EIGENDOM EN FAMILIEBEDRIJVEN

Ongeveer een derde van de bedrijven heeft 10 tot 50 medewerkers, een derde heeft 50 tot 100 medewerkers en een derde heeft meer dan 100 medewerkers. Net iets meer dan de helft van de bedrijven is na 1993 opgericht. Twee derde is (mede-)eigenaar en een derde heeft een familiebedrijf.

Bedrijfs grootte	N	%	Jaar van oprichting	N	%
10-49 medewerkers	136	32	Voor 1973 (50 jaar of ouder)	87	21
50-99 medewerkers	167	39	Tussen 1973 en 1993 (50 tot 30 jaar)	88	21
100-249 medewerkers	99	23	Tussen 1993 en 2013 (30 tot 10 jaar)	171	40
250-299 medewerkers	23	5	Tussen 2013 en 2019 (10 tot 5 jaar)	57	13
			2019 of later (5 jaar of jonger)	20	5
			Missing	2	0.5

Familiebedrijf	N	%	Eigendom	N	%
Ja	144	34	Huurder	148	35
Nee	281	66	(mede-) Eigenaar	227	65

Tabel 2. Beschrijving van de steekproef op basis van bedrijfs grootte, jaar van oprichting, familiebedrijf en eigendom van pand (N=425).

VERDELING NAAR SECTOREN: RELATIEF VEEL INDUSTRIE EN HANDEL, VERVOER EN OPSLAG

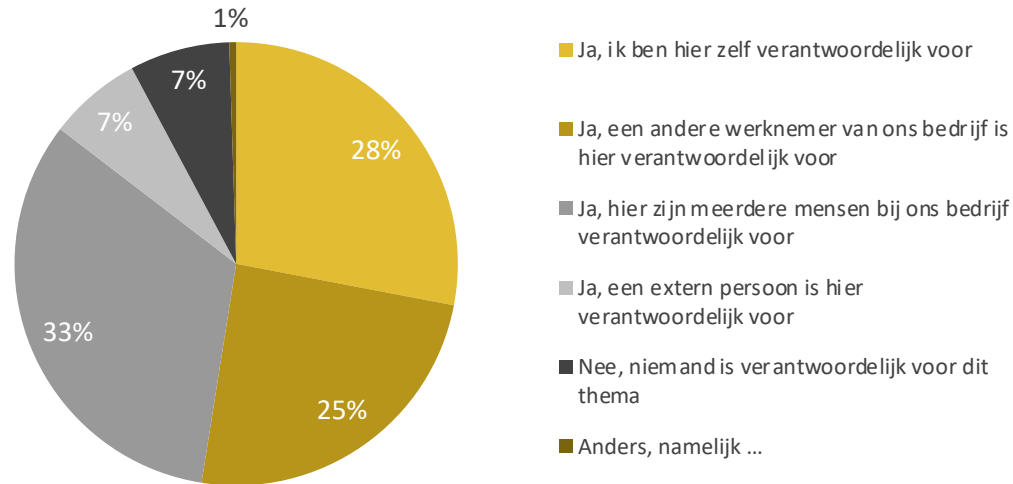
In onderstaande tabel is te zien dat er relatief veel mkb'ers die hebben deelgenomen aan dit onderzoek werkzaam zijn in de sector industrie of handel, vervoer en opslag. Daarna is de meest vertegenwoordigde sector de sector dienstverlening. Uit de sector delfstoffenwinning zijn het minste aantal mkb'ers vertegenwoordigd.

Sector	N	%	Sector	N	%
Landbouw, bosbouw en visserij	27	6	Informatie en communicatie	34	8
Delfstoffenwinning	4	1	Dienstverlening	44	10
Industrie	66	15	Openbaar bestuur en overheidsdiensten	11	3
Energievoorziening	26	6	Onderwijs	17	4
Waterbedrijven en afvalbeheer	8	2	Gezondheids- en welzijnszorg	38	9
Bouwnijverheid	32	8	Cultuur, Sport en recreatie	12	3
Handel, vervoer en opslag	72	17	Anders, namelijk...	9	2
Horeca	25	6			

Tabel 3. Beschrijving van de steekproef op basis van bedrijfssector (N=425).

VEEL BEDRIJVEN HEBBEN EEN VERANTWOORDELIJKE VOOR VERDUURZAMING BINNEN HET BEDRIJF

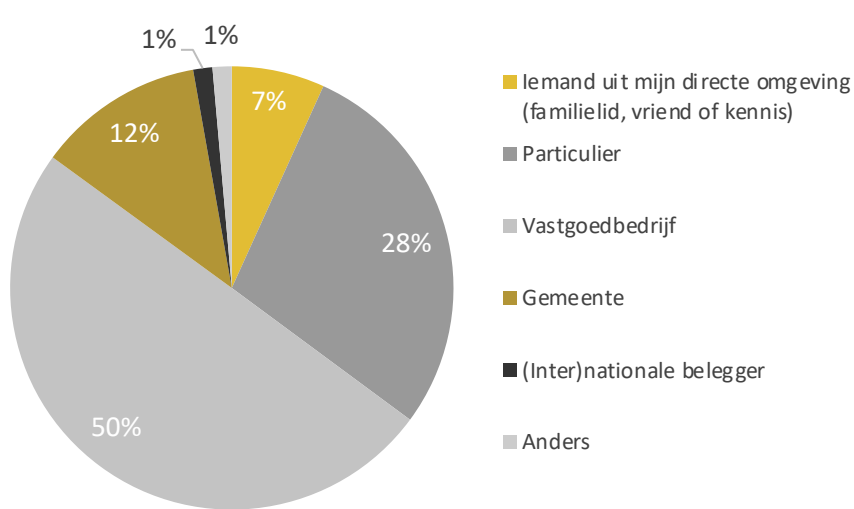
Van de mkb'ers die deelnamen heeft 85% een werknemer die verantwoordelijk is voor verduurzaming binnen het bedrijf. 7% heeft een extern persoon die daar verantwoordelijk voor is. 7% geeft aan dat er niemand verantwoordelijk is op het thema verduurzaming.



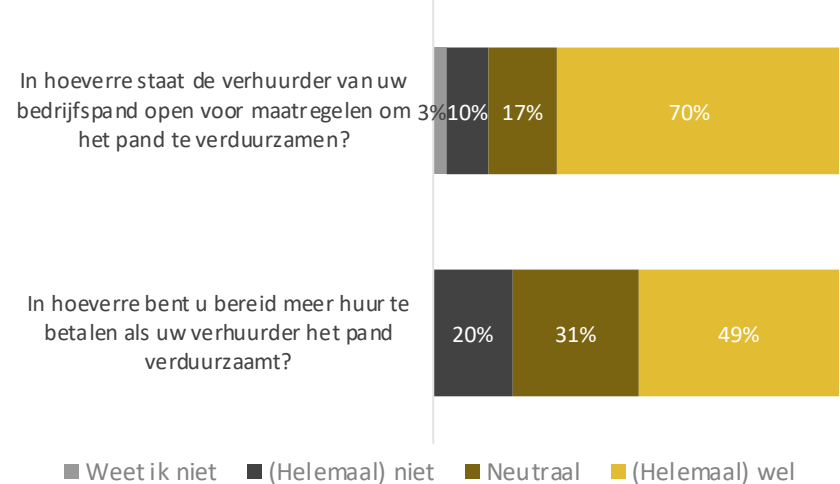
*Figuur 2. Is er iemand verantwoordelijk voor verduurzaming binnen uw bedrijf?
Respondenten (N=425) gaven aan of/wie in hun bedrijf verantwoordelijk is voor het thema verduurzaming.*

HUURDERS BEDRIJFSPANDEN VAAK BEREID MEER HUUR TE BETALEN WANNEER PAND WORDT VERDUURZAAMD

35% van de ondervraagde mkb'ers huurt zijn of haar bedrijfspand. Meestal huren zij dit van een vastgoedbedrijf (50%) of particulier (28%). Huurders denken over het algemeen dat de verhuurder er voor open staat het pand te verduurzamen (70%). De helft van de huurders is bereid meer huur te betalen voor een duurzamer pand (49%).



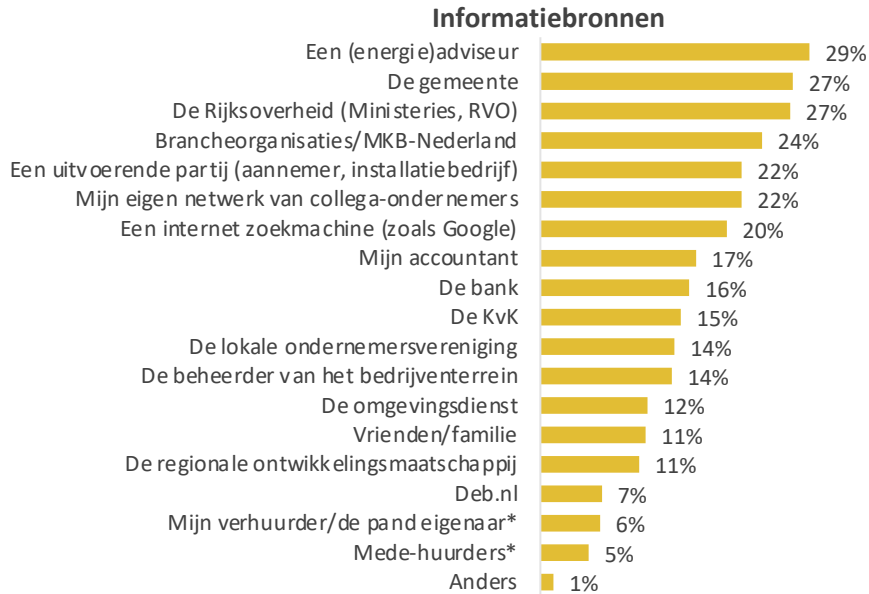
Figuur 3. Van wie huurt u uw bedrijfspand?
Huurders (N=148) gaven aan van wie zij hun bedrijfspand huren.



Figuur 4. Huurders (N=148) gaven aan in hoeverre zij het eens zijn met de stellingen op een 5-punt schaal.

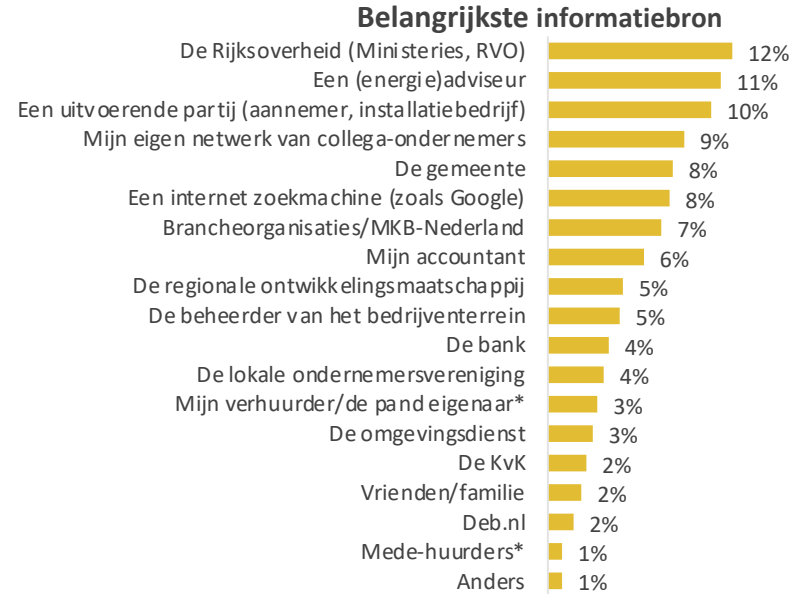
OVERHEID BELANGRIJKE INFORMATIEBRON ALS HET GAAT OM VERDUURZAMING

Mkb'ers krijgen het vaakst informatie over verduurzamingsmaatregelen via een (energie)adviseur, de gemeente of de Rijksoverheid. Ze hechten de meeste waarde aan informatie van de Rijksoverheid en een (energie)adviseur als ze een keuze moeten maken over verduurzamingsmaatregelen.



*deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.

Figuur 5. Via welke bronnen krijgen respondenten informatie over verduurzamingsmaatregelen (N=425)? Respondenten konden meerdere antwoorden geven.

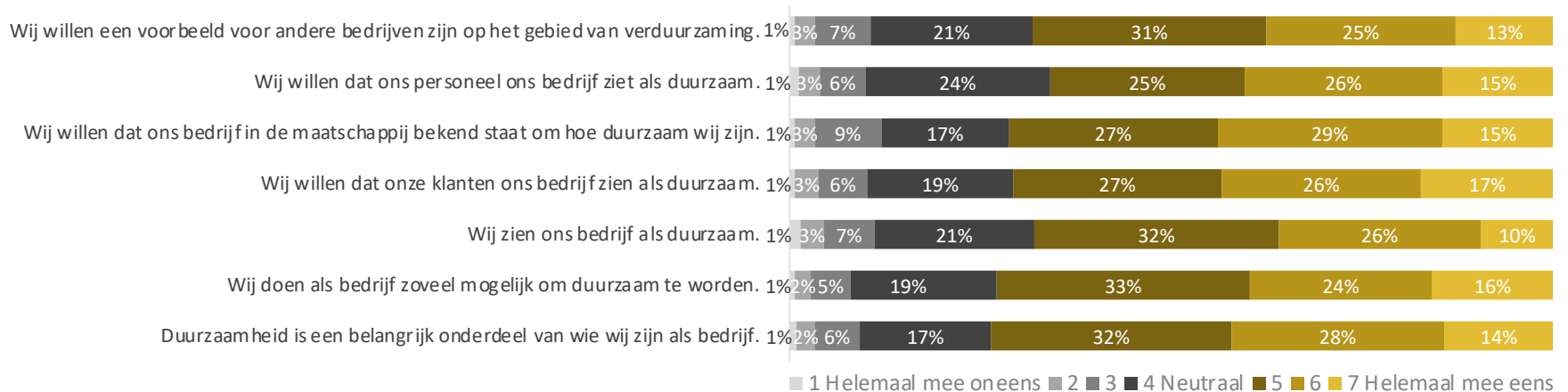


*deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.

Figuur 6. Aan welke bron hechten respondenten de meeste waarde als zij een keuze moet maken over verduurzamingsmaatregelen (N=425)?

MKB'ERS HEBBEN OVER HET ALGEMEEN EEN (STERKE) DUURZAAMHEIDSMINDSET

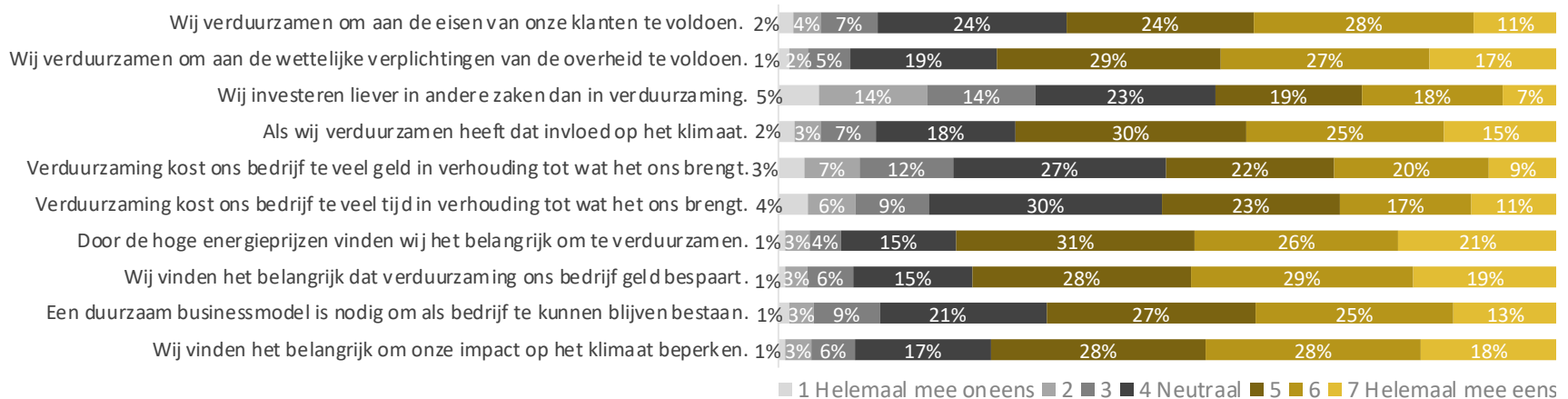
Mkb'ers geven in dit onderzoek aan relatief veel waarde te hechten aan een duurzaam imago en een relatief duurzaam bedrijf te hebben. Ongeveer 70% is het eens met de stellingen die we hen over deze onderwerpen voorlegden. De stellingen hieronder vormen samen het construct Mindset, dat vaker terugkomt in deze rapportage.



Figuur 7. Respondenten (N=425) gaven aan in hoeverre zij het eens zijn met de stellingen, op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot 7 (helemaal mee eens). Deze zeven stellingen vormen samen het construct "Mindset" (Cronbach's $\alpha = .891$).

MOTIEVEN EN WEERSTANDEN: ENERGIEPRIJZEN, BESPAREN EN WETTELIJKE VERPLICHTINGEN LIJKEN STERKE MOTIEVEN OM TE VERDUURZAMEN

78% van de mkb'ers geeft aan door de hoge energieprijzen het belangrijk te vinden te verduurzamen. 76% geeft aan dat zij het belangrijk vinden dat verduurzaming het bedrijf geld bespaart. 73% van de mkb'ers verduurzamen om aan de wettelijke verplichtingen van de overheid te voldoen.



Figuur 8. Respondenten (N=425) gaven aan in hoeverre zij het eens zijn met de stellingen, op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot 7 (helemaal mee eens).

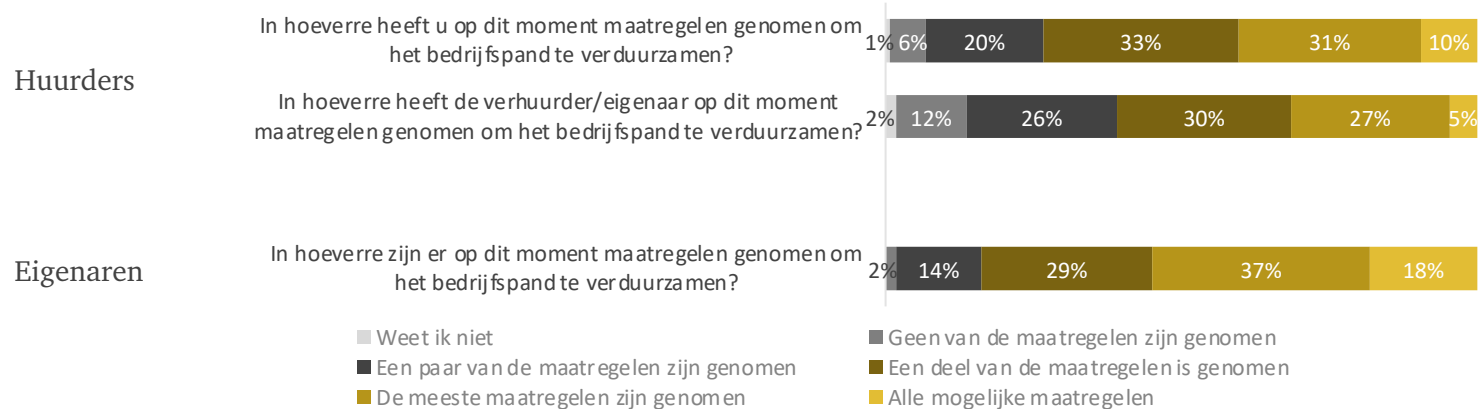
HOOFDSTUK 5B

TABELLEN & GRAFIEKEN VERDUURZAMING OP DIT MOMENT



HUURDERS HEBBEN RELATIEF MINDER MAATREGELEN GENOMEN OM HET BEDRIJFSPAND TE VERDUURZAMEN DAN EIGENAREN

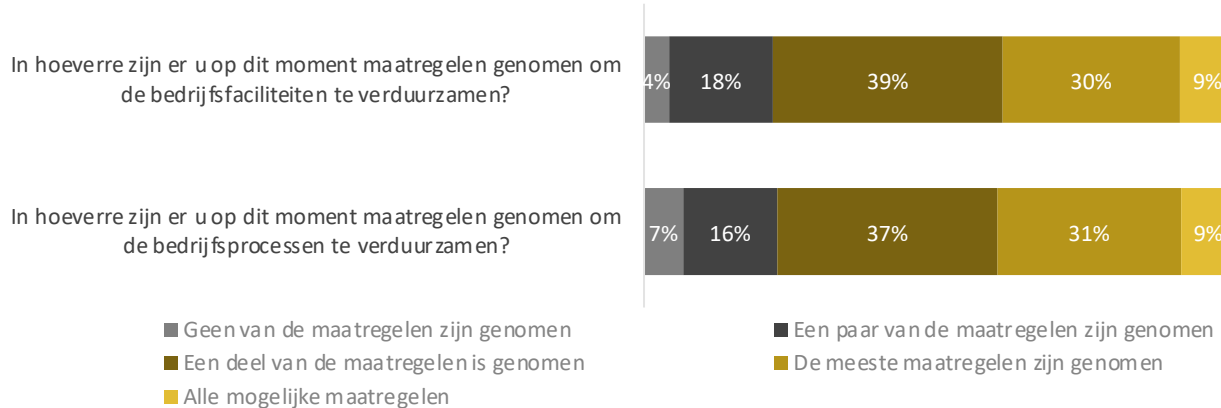
Mkb'ers die eigenaar van het bedrijfspand zijn hebben meer maatregelen genomen om het bedrijfspand te verduurzamen dan mkb'ers die het pand huren. 55% van de pandeigenaren geeft aan de meeste tot alle mogelijke maatregelen genomen te hebben, tegenover 41% van de huurders. 32% van de huurders geeft aan dat de verhuurder/eigenaar de meeste tot alle mogelijke maatregelen heeft genomen.



Figuur 9. Huurders (N=148) gaven aan in hoeverre zowel zij als de verhuurder maatregelen hebben genomen om het bedrijfspand te verduurzamen. Eigenaren (N=277) gaven aan in hoeverre er maatregelen zijn genomen om het bedrijfspand te verduurzamen. Percentages geven aan hoeveel procent van respondenten geen (1) tot alle mogelijke (5) maatregelen heeft genomen.

MKB'ERS HEBBEN (AL) RELATIEF VEEL MAATREGELLEN GENOMEN OM DE BEDRIJFSFACILITEITEN EN -PROCESSEN TE VERDUURZAMEN

39% geeft aan de meeste tot alle maatregelen genomen te hebben om de bedrijfsfaciliteiten te verduurzamen.
40% geeft aan dit gedaan te hebben om de bedrijfsprocessen te verduurzamen.



Figuur 10. Alle respondenten (N=425) gaven aan in hoeverre er maatregelen zijn genomen om de bedrijfsfaciliteiten en processen te verduurzamen. Percentages geven aan hoeveel procent van respondenten geen (1) tot alle mogelijke (5) maatregelen heeft genomen.

MKB'ERS DIE HET BEDRIJFSPAND HUREN ZIJN OVER HET ALGEMEEN MINDER VER MET VERDUURZAMEN DAN MKB'ERS DIE EIGENAAR VAN HET BEDRIJFSPAND ZIJN

Uit t-tests tussen eigenaren en huurders van het bedrijfspand blijkt dat eigenaren ($N=277$) gemiddeld hoger scoren dan huurders ($N=148$) op alle stellingen over verduurzaming op dit moment ($ps \leq .004$). Mkb'ers die eigenaar zijn van het bedrijfspand zijn over het algemeen verder met verduurzamen op dit moment dan mkb'ers die het bedrijfspand huren. Dit geldt voor zowel het bedrijfspand als de faciliteiten en processen.

In hoeverre ...	Eigenaar	Huurder
... zijn er op dit moment maatregelen genomen om het bedrijfspand te verduurzamen?/ ... heeft u op dit moment maatregelen genomen om het bedrijfspand te verduurzamen?	3.55	3.16
... zijn er op dit moment maatregelen genomen om het bedrijfspand te verduurzamen?/ ... heeft de verhuurder/eigenaar op dit moment maatregelen genomen om het bedrijfspand te verduurzamen?	3.55	2.83
... zijn er u op dit moment maatregelen genomen om de bedrijfsfaciliteiten te verduurzamen?	3.36	2.97
... zijn er op dit moment maatregelen genomen om de bedrijfsprocessen te verduurzamen?	3.30	3.02

Tabel 4. T-tests tussen eigenaren ($N=227$) en huurders ($N=148$) in hoeverre hebben zij op dit moment maatregelen genomen om hun bedrijfspand, faciliteiten en processen te verduurzamen? Iedere stelling werd gemeten op een 5-punt schaal van geen maatregelen (1) tot alle mogelijke maatregelen (5).

VERDUURZAMING OP DIT MOMENT

Met vijf stellingen brachten we in kaart in welke mate mkb'ers (en/of hun verhuurder) op dit moment verduurzamingsmaatregelen hebben genomen.

- In hoeverre zijn er op dit moment maatregelen genomen om het bedrijfspand te verduurzamen? (*eigenaren*)
- In hoeverre heeft de verhuurder/eigenaar op dit moment maatregelen genomen om het bedrijfspand te verduurzamen? (*huurders*)
- In hoeverre heeft u op dit moment maatregelen genomen om het bedrijfspand te verduurzamen? (*huurders*)
- In hoeverre zijn er u op dit moment maatregelen genomen om de bedrijfsfaciliteiten te verduurzamen?
- In hoeverre zijn er op dit moment maatregelen genomen om de bedrijfsprocessen te verduurzamen?

Betrouwbaarheidsanalyse laat zien dat in hoeverre er maatregelen zijn genomen om het bedrijfspand, de bedrijfsprocessen, en bedrijfsfaciliteiten te verduurzamen voor huurders (Cronbach's $\alpha = .848$) en eigenaren (Cronbach's $\alpha = .857$) een construct vormen. We berekenden daarom het gemiddelde op deze stellingen en verwijzen in de rest van dit rapport naar het construct als "verduurzaming op dit moment".

HOOFDSTUK 5C

TABELLEN & GRAFIEKEN SPECIFIEKE MAATREGELEN



SPECIFIEKE MAATREGEL 'CV AFSTEMMEN' AL DOOR MEER DAN DE HELFT VAN DE MKB'ERS (DEELS) GENOMEN

57% van de mkb'ers geeft aan dat zij de cv al (deels) automatisch hebben afgestemd op de buitentemperatuur of dat dit al was gebeurd toen zij het gebouw betrokken. 25% is van plan deze maatregel nog te nemen. 6% geeft aan dat de maatregel niet van toepassing is en 6% gaat deze maatregel niet nemen.



Figuur 11. Respondenten (N=425) gaven aan in hoeverre zij de maatregelen "cv automatisch afstemmen op de buitentemperatuur (weersafhankelijke regeling)" hebben genomen.

CV AFSTEMMEN: (DEELS) GEDAAN OMDAT HET VEEL ENERGIE BESPAART EN HET GOED AANSLUIT BIJ DE DOELSTELLINGEN

We vroegen mkb'ers de redenen op volgorde van belang te rangschikken.

Wat <u>was</u> voor uw bedrijf een reden om de cv automatisch af te stemmen op de buitentemperatuur?	(Deels) gedaan % (N=238)	Rangschik plaats	Rangschik score
De cv (laten) inregelen bespaart veel energie.	31	1	2,52
De cv (laten) inregelen sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	22	2	2,06
Werken in het pand wordt er aangenamer van.	23	3	2,04
Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	27	4	1,95
De cv (laten) inregelen was betaalbaar.	26	5	1,89
De cv (laten) inregelen verdient zichzelf snel genoeg terug.	21	6	1,81
Het was duidelijk wat de cv (laten) inregelen oplevert.	15	7	1,60
De cv-ketel was toe aan vervanging.	25	8	1,21
De overheid verplicht het om de cv in te (laten) regelen.	16	9	1,16
De verhuurder / eigenaar van het pand heeft de cv in (laten) regelen.*	8	10	0,59
De verhuurder / eigenaar van het pand verplichtte ons om de cv in te (laten) regelen.*	6	11	0,43
Anders	1	12	0,04

*deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.

Tabel 5. Wat waren voor respondenten die maatregel (deels) hebben genomen (N=238) belangrijke redenen om de cv automatisch af te stemmen op de buiten temperatuur?

VAN PLAN OM DE CV AF TE STEMMEN OMDAT HET VEEL ENERGIE BESPAART EN HET PAND ER AANGENAMER VAN WORDT

Wat <u>is</u> voor uw bedrijf een reden om de cv automatisch af te stemmen op de buitentemperatuur?	Van plan % (N=106)	Rangschik plaats	Rangschik score
De cv (laten) inregelen gaat veel energie besparen.	33	1	2,84
Werken in het pand wordt er aangenamer van.	26	2	2,05
Het is duidelijk wat de cv (laten) inregelen oplevert.	24	3	1,95
De cv (laten) inregelen verdient zichzelf snel genoeg terug.	23	4	1,85
De cv (laten) inregelen sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	22	5	1,75
De cv (laten) inregelen is betaalbaar.	21	6	1,70
Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	21	7	1,69
De cv-ketel is toe aan vervanging.	12	8	1,07
De overheid verplicht het om de cv in te (laten) regelen.	9	9	0,75
De verhuurder / eigenaar van het pand verplicht ons om de cv in te (laten) regelen.*	9	10	0,73
Anders	<1	11	0,00

**deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.*

Tabel 6. Wat zijn voor respondenten die van plan zijn de maatregel te nemen (N=106) belangrijke redenen om de cv automatisch af te gaan stemmen op de buiten temperatuur?

NIET VAN PLAN OM DE CV AF TE STEMMEN WEGENS GEBREK AAN KENNIS OVER UITVOERING EN VERWACHTING DAT HET ONAANGENAAM IS

Wat <u>is</u> voor uw bedrijf een reden dat u de cv (nog) niet automatisch heeft afgestemd op de buitentemperatuur?	Niet van plan % (N=25)	Rangschik plaats	Rangschik score
Ik weet niet of wij de cv kunnen (laten) inregelen.	28	1	2,08
De binnentemperatuur is niet aangenaam als we de cv ketel (laten) instellen op de buitentemperatuur.	20	2	1,56
Het is moeilijk om de cv zo in te stellen dat hij goed afstemt op de buitentemperatuur.	20	3	1,52
We willen de binnentemperatuur zelf kunnen instellen.	16	4	1,36
Er is onvoldoende materiaal beschikbaar om de cv in te (laten) regelen	12	5	1,08
De cv (laten) inregelen bespaart (te) weinig energie.	12	6	1,08
De cv-ketel is (nog) niet toe aan vervanging.	12	7	1,04
Ik weet niet wat de cv inregelen op de buitentemperatuur is.	12	8	0,92
Wij hebben onvoldoende geld om de cv in te (laten) regelen.	12	9	0,88
Onze ruimte wordt niet verwarmd.	8	10	0,72
Ik weet niet wat wij moeten doen om de cv in te regelen.	8	11	0,68
De cv (laten) inregelen verdient zichzelf niet snel genoeg terug.	8	12	0,68

Tabel 7 (deel 1). Wat zijn voor respondenten die niet van plan zijn de maatregel te nemen (N=25) belangrijke redenen om de cv automatisch niet af te stemmen op de buiten temperatuur?

Wat is voor uw bedrijf een reden dat u de cv (nog) <u>niet</u> automatisch heeft afgesteld op de buitentemperatuur?	Niet van plan % (N= 25)	Rangschik plaats	Rangschik score
De verhuurder/ eigenaar van het pand moet de cv (laten) inregelen.*	8	13	0,64
Er is onvoldoende (extern) personeel beschikbaar om de cv in te laten regelen.	8	14	0,60
Het is niet duidelijk wat de cv (laten) inregelen gaat opleveren.	8	15	0,56
De cv ketel (laten) instellen op de buitentemperatuur is niet mogelijk met onze huidige cv-ketel.	8	16	0,52
Om de cv in te (laten) regelen, moeten we ons primaire productieproces tijdelijk stilleggen.	4	17	0,36
Wij zijn er als bedrijf niet verantwoordelijk voor dat de cv wordt ingeregeld.	4	18	0,32
Anders	<1	19	0,00

**deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.*

Tabel 7 (deel 2). Wat zijn voor respondenten die niet van plan zijn de maatregel te nemen (N=25) belangrijke redenen om de cv automatisch niet af te stemmen op de buiten temperatuur?

MKB'ERS DIE DE CV AFSTEMMEN DOEN DIT OM ENERGIE TE BESPAREN; MKB'ERS ZIJN DIT NIET VAN PLAN WEGENS KENNISGEBREK OVER OF HET KAN IN HET EIGEN PAND

Belangrijkste redenen	(Deels) gedaan (N=238)	Van plan (N=106)	Niet van plan (N=25)
1	De cv (laten) inregelen bespaart veel energie.	De cv (laten) inregelen gaat veel energie besparen.	Ik weet niet of wij de cv kunnen (laten) inregelen.
2	De cv (laten) inregelen sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	Werken in het pand wordt er aangenamer van.	De binnentemperatuur is niet aangenaam als we de cv ketel (laten) instellen op de buitentemperatuur.
3	Werken in het pand wordt er aangenamer van.	Het is duidelijk wat de cv (laten) inregelen oplevert.	Het is moeilijk om de cv zo in te stellen dat hij goed afstemt op de buitentemperatuur.
4	Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	De cv (laten) inregelen verdient zichzelf snel genoeg terug.	We willen de binnentemperatuur zelf kunnen instellen.
5	De cv (laten) inregelen was betaalbaar.	De cv (laten) inregelen sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	Er is onvoldoende materiaal beschikbaar om de cv in te (laten) regelen

Tabel 8. Overzicht van de belangrijkste redenen om de cv (niet) automatisch af te stemmen op de buiten temperatuur (N=369).

MKB'ERS DIE AANGEVEN DAT DE CV AFSTEMMEN NIET VAN TOEPASSING IS, GEVEN DAAR VAAK EEN RATIONELE (BEGRIJPelijke) VERKLARING VOOR

We vroegen mkb'ers die aangaven dat het afstemmen van de cv voor hen niet van toepassing is ($N=28$), waarom dit het geval is. Hier gaven zij rationele en begrijpelijke verklaringen voor, zoals:

“Volgens adviseur niet haalbaar wegens diverse ruimtes waarbij roldeuren moeten open staan.”

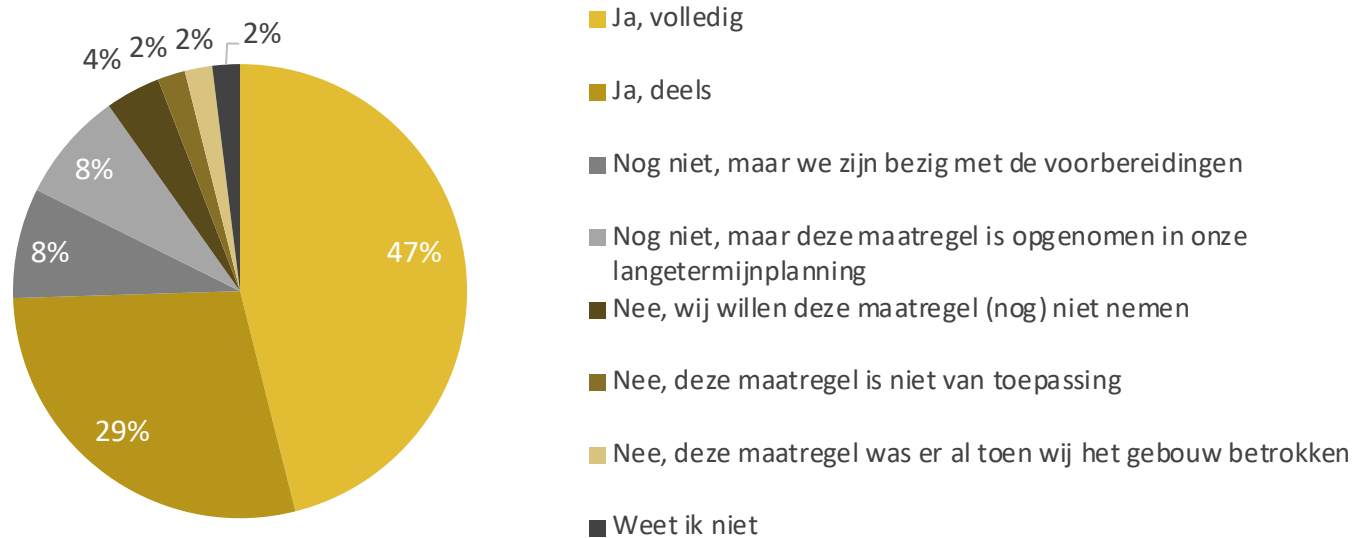
“We hebben met vee te doen en dan schommelt de temperatuur te veel.”

“We beschikken over een warmtepomp met eigen opgewekte energie.”

“Wij hebben geen cv maar een totaal ander systeem.”

SPECIFIEKE MAATREGEL 'LED-VERLICHTING' AL DOOR DRIEKWART VAN DE MKB'ERS DEELS GENOMEN

78% van de mkb'ers geeft aan dat zij halogeenlampen (deels) door led-verlichting hebben vervangen of dat dit al gebeurd was toen zij het gebouw betrokken. 16% is van plan deze maatregel nog te nemen. 2% geeft aan dat de maatregel niet van toepassing is en 4% gaat deze maatregel niet nemen.



Figuur 12. Respondenten (N=425) gaven aan in hoeverre zij de maatregelen "Halogeenlampen vervangen door led-verlichting" hebben genomen.

LED-VERLICHTING: (DEELS) GEDAAN OMDAT HET VEEL ENERGIE BESPAART EN ZICHZELF SNEL GENOEG TERUGVERDIENT.

Wat <u>was</u> voor uw bedrijf een reden om led-lampen ter vervanging van halogeenlampen te nemen?	(Deels) gedaan % (N=322)	Rangschik plaats	Rangschik score
Led-verlichting bespaart veel energie.	49	1	3,99
Led-verlichting verdient zichzelf snel genoeg terug.	33	2	2,54
Led-verlichting sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	31	3	2,40
Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	25	4	1,92
Het was duidelijk wat led-verlichting oplevert.	25	5	1,86
Led-verlichting geeft beter licht.	24	6	1,84
Led-verlichting was betaalbaar.	23	7	1,77
Onze verlichting was toe aan vervanging.	22	8	1,67
De overheid verplicht het om led-verlichting te nemen.	13	10	1,02
Led-verlichting ziet er mooi uit.	13	9	0,98
De verhuurder / eigenaar van het pand heeft led-verlichting (laten) plaatsen.*	6	11	0,50
De verhuurder / eigenaar van het pand verplichtte ons om led-verlichting te nemen.*	4	12	0,29
Anders	<1	13	0,03

*deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.

Tabel 9. Wat waren voor respondenten die de maatregel (deels) hebben genomen (N=332) belangrijke redenen om halogeenlampen te vervangen door led-verlichting?

VAN PLAN OM DE LED-VERLICHTING TE NEMEN OMDAT MKB'ERS HET BELANGRIJK VINDEN BIJ TE DRAGEN AAN VERDUURZAMING EN HET ER MOOI UITZIET

Wat is voor uw bedrijf een reden om led-lampen ter vervanging van halogeenlampen te nemen?	Van plan % (N=65)	Rangschik plaats	Rangschik score
Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	29	1	2,52
Led-verlichting ziet er mooi uit.	29	2	2,28
Led-verlichting verdient zichzelf snel genoeg terug.	26	3	2,08
Led-verlichting is betaalbaar.	25	4	1,94
Led-verlichting sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	22	5	1,86
Led-verlichting geeft beter licht.	22	6	1,74
Led-verlichting gaat veel energie besparen.	19	7	1,52
Onze verlichting is toe aan vervanging.	19	8	1,48
De overheid verplicht het om led-verlichting te nemen.	15	9	1,28
Het is duidelijk wat led-verlichting gaat opleveren.	15	10	1,17
De verhuurder / eigenaar van het pand verplicht ons om led-verlichting te nemen.*	5	11	0,37
Anders	<1	12	0,00

*deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.

Tabel 10. Wat zijn voor respondenten die van plan zijn de maatregel te nemen (N=65) belangrijke redenen om halogeenlampen te gaan vervangen door led-verlichting?

NIET VAN OM PLAN LED-VERLICHTING TE NEMEN OMDAT HET ER NIET MOOI UITZIET

Wat <u>is</u> voor uw bedrijf een reden om led-lampen ter vervanging van halogeenlampen (nog) niet te nemen?	Niet van plan % (N=15)	Rangschik plaats	Rangschik score
Led-verlichting ziet er niet mooi uit.	40	1	3,53
Om led-verlichting te nemen, moeten we ons primaire productieproces tijdelijk stilleggen.	27	2	2,13
Wij hebben specifieke verlichting (anders dan led-verlichting) nodig voor onze werkzaamheden.	20	3	1,73
De verhuurder/ eigenaar van het pand moet de led-verlichting (laten) plaatsen.*	20	4	1,67
Ik weet niet wat wij moeten doen om led-verlichting te nemen.	13	5	1,13
Led-verlichting bespaart (te) weinig energie.	13	6	1,07
Ik weet niet wat led-verlichting is.	7	7	0,60
Led-verlichting verdient zichzelf niet snel genoeg terug.	7	8	0,60
Wij hebben onvoldoende geld om led-verlichting te nemen.	7	9	0,60
De huidige verlichting geeft beter licht dan led-verlichting.	7	10	0,53
Onze verlichting is (nog) niet toe aan vervanging.	7	11	0,53

**deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.*

Tabel 11. Wat zijn voor respondenten die niet van plan zijn de maatregel te nemen (N=15) belangrijke om halogeenlampen niet te vervangen door led-verlichting?

MKB'ERS DIE LED-VERLICHTING NEMEN DOEN DIT OM ENERGIE TE BESPAREN; MKB'ERS ZIJN DIT NIET VAN PLAN OMDAT ZE HET NIET MOOI VINDEN

Belangrijkste redenen	(Deels) gedaan (N=322)	Van plan (N=65)	Niet van plan (N=15)
1	Led-verlichting bespaart veel energie.	Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	Led-verlichting ziet er niet mooi uit.
2	Led-verlichting verdient zichzelf snel genoeg terug.	Led-verlichting ziet er mooi uit.	Om led-verlichting te nemen, moeten we ons primaire productieproces tijdelijk stilleggen.
3	Led-verlichting sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	Led-verlichting verdient zichzelf snel genoeg terug.	Wij hebben specifieke verlichting (anders dan led-verlichting) nodig voor onze werkzaamheden.
4	Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	Led-verlichting is betaalbaar.	De verhuurder/ eigenaar van het pand moet de led-verlichting (laten) plaatsen.*
5	Het was duidelijk wat led-verlichting oplevert.	Led-verlichting sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	Ik weet niet wat wij moeten doen om led-verlichting te nemen.

Tabel 12. Overzicht van de belangrijkste redenen voor het (niet) vervangen van halogeonlampen door led-verlichting (N=402).

MKB'ERS DIE AANGEVEN DAT LED-VERLICHTING NIET VAN TOEPASSING IS, GEVEN VAAK AAN DAT DIT NIET NODIG IS

We vroegen mkb'ers die aangaven dat hallogeenlampen vervangen door led-verlichting voor hen niet van toepassing is (N=9), waarom dit het geval is. Hiervoor gaven zij redenen als een beperkt budget, of voldoende natuurlijk licht:

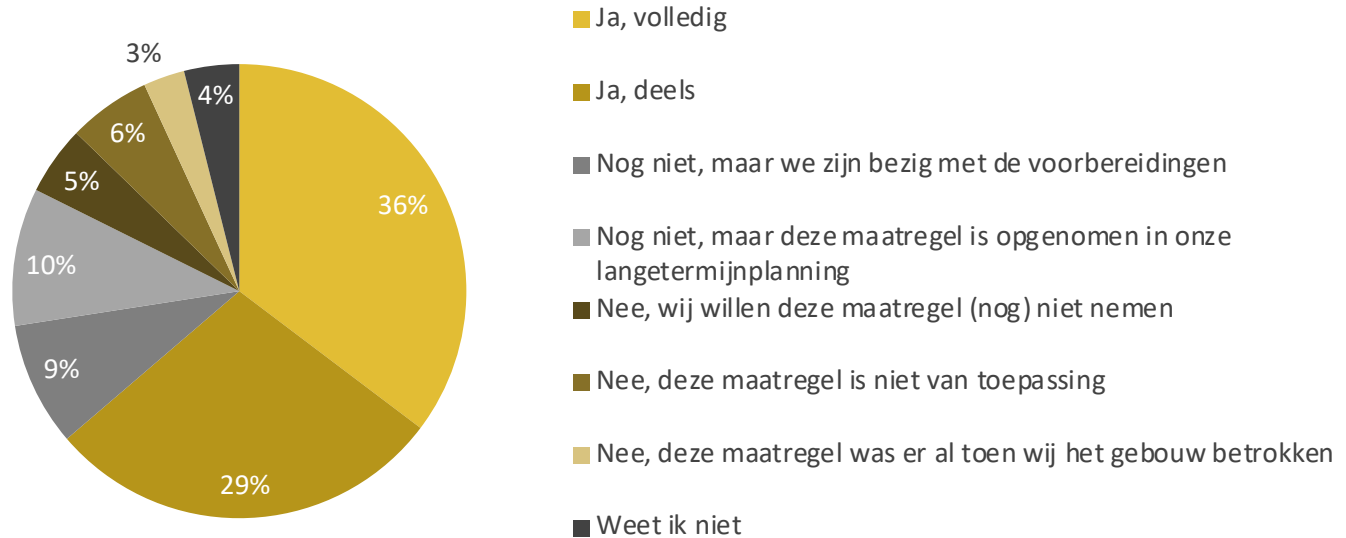
“We hebben op dit moment een beperkt budget om deze kosten op dit moment niet te kunnen dragen.”

“Er is al genoeg licht van buiten”

“Niet nodig.”

SPECIFIEKE MAATREGEL 'DAKISOLATIE' AL DOOR TWEE DERDE VAN DE MKB'ERS DEELS GENOMEN

68% van de mkb'ers geeft aan dat zij platte daken (onder of bovenop de dakbedekking) al (deels) geïsoleerd hebben of dat dit al was gebeurd toen zij het gebouw betrokken. 19% is van plan deze maatregel te nemen. 6% geeft aan dat de maatregel niet van toepassing is en 5% gaat deze maatregel niet nemen.



Figuur 13. Respondenten (N=425) gaven aan in hoeverre zij de maatregelen "Platte daken (onder of bovenop de dakbedekking) isoleren" hebben genomen.

DAKISOLATIE: (DEELS) GEDAAN OMDAT HET VEEL ENERGIE BESPAART EN OMDAT MKB'ERS HET BELANGRIJK VINDEN BIJ TE DRAGEN AAN VERDUURZAMING

Wat <u>was</u> voor uw bedrijf de belangrijkste reden om platte daken (onder of bovenop de dakbedekking) te isoleren?	(Deels) gedaan % (N=275)	Rangschik plaats	Rangschik score
Dakisolatie bespaart veel energie.	39	1	3,21
Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	28	2	2,26
Het was duidelijk wat dakisolatie oplevert.	28	3	2,22
Dakisolatie sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	28	4	2,20
Dakisolatie verdient zichzelf snel genoeg terug.	27	5	2,13
Dakisolatie was betaalbaar.	21	6	1,61
Het dak was toe aan vervanging.	18	7	1,48
Dakisolatie ziet er mooi uit.	15	8	1,18
De overheid verplicht het om dakisolatie te nemen.	12	9	0,94
De verhuurder / eigenaar van het pand heeft dakisolatie (laten) plaatsen.*	9	10	0,71
De verhuurder / eigenaar van het pand verplichtte ons om dakisolatie te nemen.*	4	11	0,36
Anders	<1	12	0,06

*deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.

VAN PLAN OM DE DAKISOLATIE TE NEMEN OMDAT HET BETAALBAAR IS EN VEEL ENERGIE GAAT BESPAREN

Wat <u>is</u> voor uw bedrijf de belangrijkste reden om de platte daken (onder of bovenop de dakbedekking) te isoleren?	Van plan % (N=77)	Rangschik plaats	Rangschik score
Dakisolatie is betaalbaar.	35	1	2,90
Dakisolatie gaat veel energie besparen.	31	2	2,64
Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	29	3	2,36
Dakisolatie sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	26	4	2,06
Dakisolatie verdient zichzelf snel genoeg terug.	22	5	1,84
Het dak is toe aan vervanging.	22	6	1,74
De overheid verplicht het om dakisolatie te nemen.	14	7	1,14
Dakisolatie ziet er mooi uit.	13	8	1,06
Het is duidelijk wat dakisolatie gaat opleveren.	13	9	1,03
De verhuurder / eigenaar van het pand verplicht ons om dakisolatie te nemen.*	12	10	0,95
Anders	<1	11	0,00

**deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.*

NIET VAN PLAN OM DAKISOLATIE TE NEMEN OMDAT ER ONVOLDOENDE (EXTERN) PERSONEEL VOOR BESCHIKBAAR IS

Wat <u>is</u> voor uw bedrijf de belangrijkste reden om de platte daken (onder of bovenop de dakbedekking) (nog) <u>niet</u> te isoleren?	Niet van plan % (N=21)	Rangschik plaats	Rangschik score
Er is onvoldoende (extern) personeel beschikbaar om dakisolatie te laten plaatsen.	24	1	2,10
Het is niet duidelijk wat dakisolatie gaat opleveren.	24	2	1,95
Dakisolatie bespaart (te) weinig energie.	19	3	1,67
Wij hebben onvoldoende geld om dakisolatie te nemen.	19	4	1,43
Ik weet niet wat wij moeten doen om dakisolatie te nemen.	14	5	1,24
Dakisolatie verdient zichzelf niet snel genoeg terug.	14	6	1,10
Er is onvoldoende materiaal beschikbaar om dakisolatie te nemen.	10	7	0,86
De verhuurder / eigenaar van het pand moet de dakisolatie (laten) plaatsen.*	10	8	0,81
Ik weet niet of wij dakisolatie kunnen nemen.	5	9	0,43
Ik weet niet wat dakisolatie is.	5	10	0,43
Om dakisolatie te (laten) plaatsen, moeten we ons primaire productieproces tijdelijk stilleggen.	5	11	0,43
Het dak is (nog) niet toe aan vervanging.	5	12	0,43
Dakisolatie ziet er niet mooi uit.	5	13	0,29
Wij zijn er als bedrijf niet verantwoordelijk voor dat de dakisolatie geplaatst wordt.	5	14	0,29
Anders	<1	15	0,00

*deze optie is alleen aan huurders voorgelegd.

Tabel 15. Wat zijn voor respondenten die niet van plan zijn de maatregel te nemen (N=21) belangrijke redenen om platte daken niet te isoleren? 74

MKB'ERS DIE HET DAK HEBBEN GEÏSOLEERD DOEN DIT OM ENERGIE TE BESPAREN; MKB'ERS ZIJN DIT NIET VAN PLAN WEGENS GEBREK AAN BESCHIKBAAR PERSONEEL

Belangrijkste redenen	(Deels) gedaan (N=275)	Van plan (N=77)	Niet van plan (N= 21)
1	Dakisolatie bespaart veel energie.	Dakisolatie is betaalbaar.	Er is onvoldoende (extern) personeel beschikbaar om dakisolatie te laten plaatsen.
2	Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	Dakisolatie gaat veel energie besparen.	Het is niet duidelijk wat dakisolatie gaat opleveren.
3	Het was duidelijk wat dakisolatie oplevert.	Wij vinden het belangrijk om bij te dragen aan verduurzaming.	Dakisolatie bespaart (te) weinig energie.
4	Dakisolatie sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	Dakisolatie sluit goed aan bij onze doelstellingen op het gebied van verduurzaming.	Wij hebben onvoldoende geld om dakisolatie te nemen.
5	Dakisolatie verdient zichzelf snel genoeg terug.	Dakisolatie verdient zichzelf snel genoeg terug.	Ik weet niet wat wij moeten doen om dakisolatie te nemen.

Tabel 16. Overzicht van de belangrijkste redenen voor het (niet) isoleren van platte daken (N=373).

MKB'ERS DIE AANGEVEN DAT DAKISOLATIE NIET VAN TOEPASSING IS, GEVEN VAAK AAN DAT HET DAK NIET GESCHIKT IS

We vroegen mkb'ers die aangaven dat daken isoleren voor hen niet van toepassing is ($N=27$), waarom dit het geval is. Hiervoor gaven zij veelal de reden dat zij geen platte daken hebben.

“Het pand heeft geen plat dak en is monumentaal waardoor mogelijkheden heel beperkt zijn.”

“De locatie van ons bedrijf is niet geschikt voor gebruik en we zijn van plan om te renoveren dit jaar.”

“Er zijn geen platte daken aanwezig.”

“Wij zitten in een woning.”

LED-VERLICHTING IS DE MEEST GENOMEN SPECIFIEKE MAATREGEL, GEVOLGD DOOR DAKISOLATIE EN CV AFSTEMMEN

47% van de mkb'ers in dit onderzoek heeft halogeenlampen vervangen door led-verlichting, 36% heeft het dak geïsoleerd en 28% heeft de cv afgestemd op de buitentemperatuur.

	Led-verlichting %	Cv afgestemd %	Dakisolatie %
Ja, volledig	47	28	36
Ja, deels	29	28	29
Nog niet, maar we zijn bezig met de voorbereidingen	8	13	9
Nog niet, maar deze maatregel is opgenomen in onze langetermijnplanning	8	12	10
Nee, wij willen deze maatregel (nog) niet nemen	4	6	5
Nee, deze maatregel is niet van toepassing	2	6	6
Nee, deze maatregel was er al toen wij het gebouw betrokken	2	1	3
Weet ik niet	2	5	4

Tabel 17. Overzicht van de mate waarin in respondenten (N=425) de drie specifieke verduurzamingsmaatregelen hebben genomen.

WAARDE TOEKENNING AAN REACTIES OP HET NEMEN VAN DE SPECIFIEKE MAATREGELEN

In overleg met EZK hebben we numerieke waarden toegekend aan de mate waarin mkb'ers een specifieke maatregel namen.

De maatregel volledig nemen of het feit dat de maatregel al genomen was toen de mkb'er het pand betrok kreeg 4 punten. De maatregel deels nemen kreeg 3 punten en bezig zijn met voorbereidingen kreeg 2 punten. De maatregel opnemen in de langetermijnplanning kreeg 1 punt en de maatregel (nog) niet nemen kreeg 0 punten. We telden de scores van de specifieke maatregelen bij elkaar op om te bepalen in hoeverre mkb'ers de specifieke maatregelen namen.

Antwoordopties	Punten
Ja, volledig	4
Ja, deels	3
Nog niet, maar we zijn bezig met de voorbereidingen	2
Nog niet, maar deze maatregel is opgenomen in onze langetermijnplanning	1
Nee, wij willen deze maatregel (nog) niet nemen	0
Nee, deze maatregel is niet van toepassing	[missing]
Nee, deze maatregel was er al toen wij het gebouw betrokken	4
Weet ik niet	[missing]

Tabel 18. Overzicht van de antwoord scoring voor de specifieke maatregelen.

WAARDE TOEKENNING AAN REACTIES OP HET NEMEN VAN DE SPECIFIEKE MAATREGELEN

Een score van 9 of meer punten betekent dat een mkb'ers alle drie de maatregelen deels heeft genomen of twee maatregelen volledig hebben genomen en een derde ingepland hebben. Of een variatie daarop.

Hoe duurzaam mkb'ers aangeven dat hun bedrijf nu is* hangt significant en positief samen met het aantal maatregelen dat zij hebben genomen ($r = .343, p < .001, N=425$).

**Dit is de gemiddelde score van in hoeverre ze maatregelen hebben genomen om het bedrijfspand, processen en faciliteiten te verduurzamen.*

Punten	%	Cum %
0	1	1
1	1	2
2	2	4
3	3	7
4	6	14
5	6	20
6	11	31
7	9	40
8	10	49
9	12	61
10	11	72
11	13	85
12	15	100

Tabel 19. Overzicht van scoringspercentage voor de specifieke maatregelen, waarbij 12 punten aanduidt dat alle drie de maatregelen volledig zijn genomen en 0 punten aanduidt dat geen van de maatregelen zijn genomen (N=425).

HOOFDSTUK 5D

TABELLEN & GRAFIEKEN KLIMAATDOELSTELLINGEN



MKB'ERS GOED OP WEG RICHTING KLIMAATDOELSTELLINGEN 2030 EN 2050

61% van de mkb'ers geeft aan goed op weg te zijn of al (bijna) klaar te zijn met het bereiken van de klimaat-doelstellingen van 2030. Dit percentage is nagenoeg hetzelfde (57%) als het gaat om de klimaatdoelstellingen van 2050.



Figuur 14. Respondenten (N=425) gaven aan in hoeverre hun bedrijf bezig is de klimaatdoelstellingen van 2030 te halen: in Nederland 55% CO2 reductie ten opzichte van 1990.



Figuur 15. Respondenten (N=425) gaven aan hoeverre hun bedrijf bezig is de klimaatdoelstellingen van 2050 te halen: klimaatneutraal zijn.

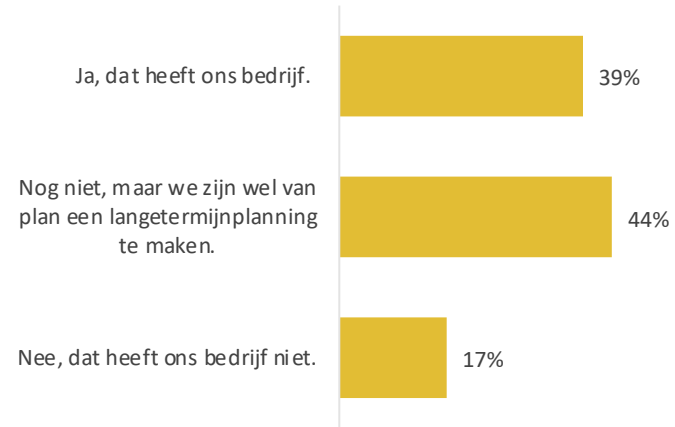
MKB'ERS HEBBEN DEELS ZICHT OP WAT ZIJ KUNNEN DOEN OM TE VERDUURZAMEN, MAAR MINDER DAN DE HELFT HEEFT EEN LANGETERMIJNPLANNING

Mkb'ers geven over het algemeen aan precies (12%) of ongeveer (56%) te weten wat zij kunnen doen om klimaatneutraal te worden. Ongeveer een derde (32%) weet echter niet wat zij kunnen doen om klimaatneutraal te worden.

Niet iedereen heeft deze kennis vertaald in een plan. 39% van de mkb'ers geeft aan dat zij een langetermijnplanning hebben voor verduurzaming. 44% heeft dat niet, maar is wel van plan er een te maken.



Figuur 16. Respondenten (N=425) gaven in hoeverre zij weten wat hun bedrijf kan doen om klimaatneutraal te worden?



Figuur 17. Respondenten (N=425) gaven aan of hun bedrijf een langetermijnplanning voor verduurzaming heeft.

BIJ MKB'ERS ZONDER LANGETERMIJNPLANNING ONTBREEKT HET AAN DE VAARDIGHEDEN OM ER EEN TE MAKEN

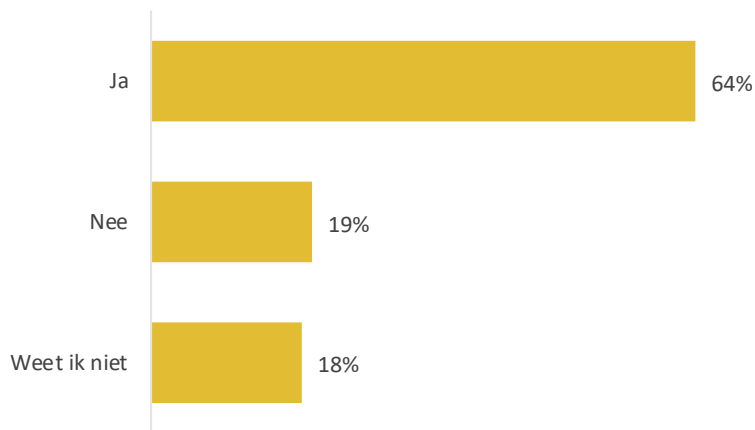
40% van de mkb'ers die geen langetermijnplanning heeft, geeft aan daarvoor de vaardigheden niet in huis te hebben. Een derde geeft aan dat een dergelijke planning momenteel geen prioriteit heeft.

Waarom heeft u bedrijf <u>geen</u> langetermijnplanning voor verduurzaming? <i>Meerdere antwoorden mogelijk.</i>	Geen plan % (N=73)
We hebben de vaardigheden niet in huis om zo'n plan te maken.	40%
Het heeft momenteel geen prioriteit.	34%
Wij zijn al duurzaam genoeg.	29%
Het kost ons te veel tijd.	26%
Wij zien het nut er niet van in.	23%
Anders	4%

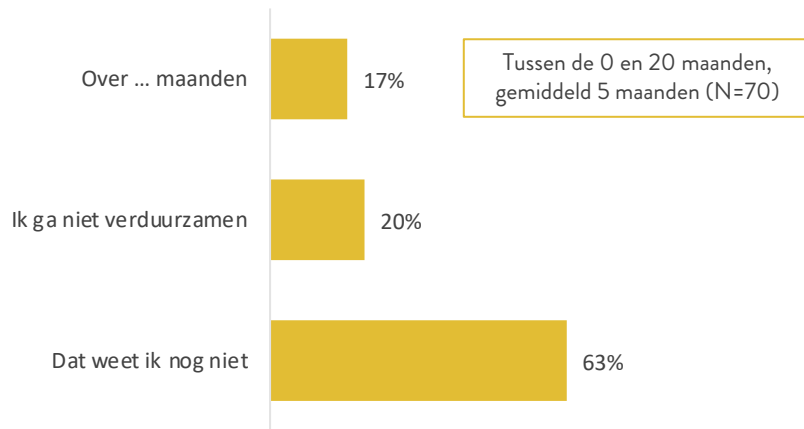
Tabel 20. Het percentage respondenten dat aangeeft wat voor hen de redenen zijn dat ze geen langetermijnplanning voor verduurzaming hebben (N=73).

GROOT DEEL ZIET KANS OM TE VERDUURZAMEN MET BEHOUD VAN WINSTGEVENDHEID, MAAR HEEFT NOG GEEN CONCRETE PLANNEN GEMAAKT OVER WANNEER

De meeste mkb'ers (64%) geven aan dat zij met behoud van winstgevendheid kunnen verduurzamen. Maar wanneer we vragen op welke termijn zij van plan zijn een volgend verduurzamingsproject te starten, geeft 63% aan dat nog niet te weten. Slechts 17% heeft hier concrete plannen voor. Zij zijn van plan over gemiddeld 5 maanden te starten met een nieuw verduurzamingsproject.



Figuur 18. Respondenten (N=425) geven aan of zij kans zien om hun bedrijf (verder) te verduurzamen met behoud van winstgevendheid.



Figuur 19. Respondenten (N=425) geven aan op welke termijn zij van plan zijn om het volgende verduurzamingsproject te starten.

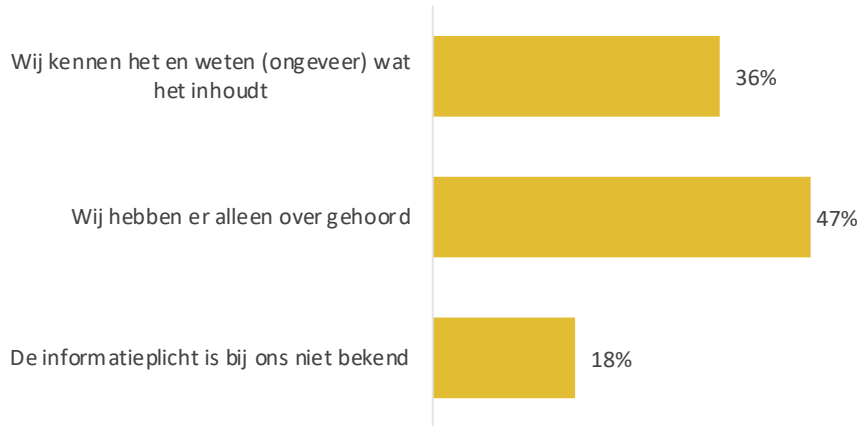
HOOFDSTUK 5E

TABELLEN & GRAFIEKEN INFORMATIEPLICHT

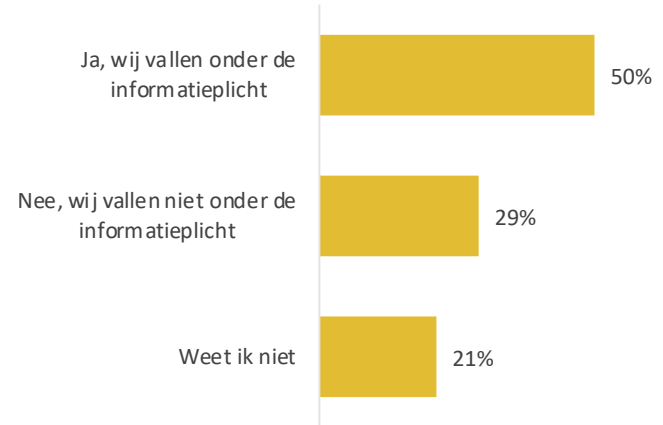


DE INFORMATIEPLICHT IS NIET BIJ IEDEREEN BEKEND; DE HELFT VAN DE MKB'ERS WEET DAT ZIJ ERONDER VALLEN

Alle mkb'ers in dit onderzoek vallen onder de informatieplicht energiebesparing, maar slechts de helft is daarvan op de hoogte. 29% geeft zelfs (foutief) aan hier niet onder te vallen. Bij 18% van de mkb'ers die deelnamen is het bestaan van de informatieplicht in zijn geheel niet bekend.



Figuur 20. Respondenten (N=425) geven aan in hoeverre hun bedrijf bekend is met de informatieplicht energiebesparing.



Figuur 21. Respondenten (N=425) geven aan of zij denken dat hun bedrijf onder de informatieplicht valt.

MKB'ERS DIE WETEN DAT ZIJ ONDER DE INFORMATIEPLICHT VALLEN ZIJN VERDER MET VERDUURZAMEN

Respondenten die weten dat ze onder de informatieplicht vallen ($N=213$) scoren gemiddeld hoger op “verduurzaming op dit moment” dan respondenten die niet weten dat ze onder de informatieplicht vallen ($N=212$).

Verduurzaming op dit moment*	M	SD
Ja, wij vallen onder de informatieplicht	3.59	0.78
Nee, wij vallen niet onder de informatieplicht/Weet ik niet.	2.94	0.89

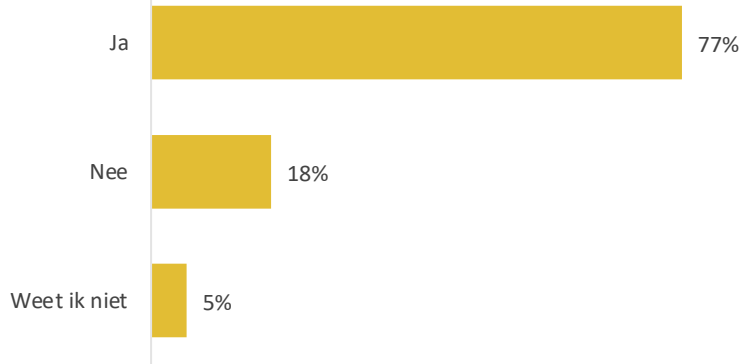
**Dit is de gemiddelde score van in hoeverre ze maatregelen hebben genomen om het bedrijfspan, processen en faciliteiten te verduurzamen. Gemeten op een 5 punt schaal van 1 “geen maatregelen” tot 5 “alle mogelijke maatregelen”.*

Tabel 21. T-tests tussen respondenten die wel weten ($N=213$) en niet weten ($N=212$) dat ze onder de informatieplicht vallen. In hoeverre hebben zij op dit moment maatregelen genomen om hun bedrijfspan, faciliteiten en processen te verduurzamen?

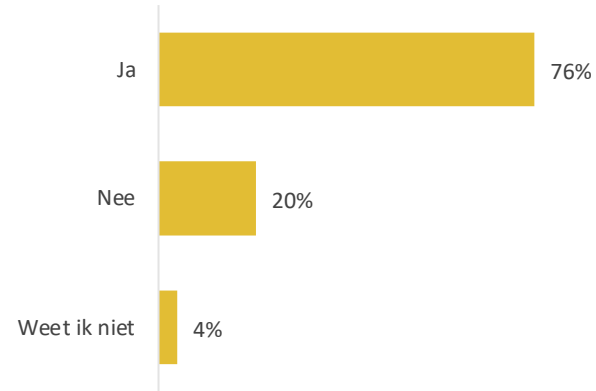
MKB'ERS DIE AANGEVEN ONDER DE INFORMATIEPLICHT TE VALLEN ZIJN VEELAL VAN PLAN AAN DE Plicht TE VOLDOEN IN 2023

We vroegen mkb'ers die aangaven onder de informatieplicht te vallen of zij aan de vorige informatieplicht (in 2019) hebben voldaan. De meerderheid (77%) gaf aan dat dit het geval is. Belangrijke kanttekening hierbij is dat we van mkb'ers die 'nee' aangeven, niet kunnen concluderen dat zij de plicht geschonden hebben. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat hun bedrijf in 2019 nog niet onder de informatieplicht viel omdat het toen minder energie verbruikte of dat de persoon die de vragenlijst invulde er niet van op de hoogte is of het bedrijf deze heeft ingevuld.

Mkb'ers die aangaven onder de informatieplicht te vallen vroegen we of zij van plan zijn in 2023 aan de informatieplicht energiebesparing te voldoen. De meerderheid (76%) is dit van plan. Aangezien het om een plicht gaat, is het interessant dat niet iedereen hieraan wil gaan voldoen. Mkb'ers die 'nee' aangeven zijn in dit geval namelijk wel verplicht hieraan te voldoen; zij zijn dus van plan deze plicht te schenden.



Figuur 22. Respondenten die weten dat hun bedrijf onder de informatieplicht valt (N=212) geven aan of hun bedrijf in 2019 aan de informatieplicht energiebesparing heeft voldaan.



Figuur 23. Respondenten die weten dat hun bedrijf onder de informatieplicht valt (N=212) geven aan of hun bedrijf van plan is in 2023 aan de informatieplicht energiebesparing te voldoen.

VOLDOEN AAN DE PLICHT OM TE VERDUURZAMEN; NIET VOLDOEN AAN DE PLICHT WEGENS ANDERE PRIORITEITEN

Mkb'ers die van plan zijn te voldoen aan de informatieplicht doen dat meestal omdat zij graag hun bedrijf verder willen verduurzamen (62%). Mkb'ers die niet aan de plicht willen voldoen geven als belangrijkste reden dat verduurzaming geen prioriteit heeft (43%).

Waarom is uw bedrijf van plan om aan de informatieplicht energiebesparing te voldoen? <i>Meerdere antwoorden mogelijk.</i>	Ja % (N=162)
Ons bedrijf wil graag verduurzamen.	62%
Het moet van de overheid.	40%
We worden er op gecontroleerd.	40%
Anders	1%

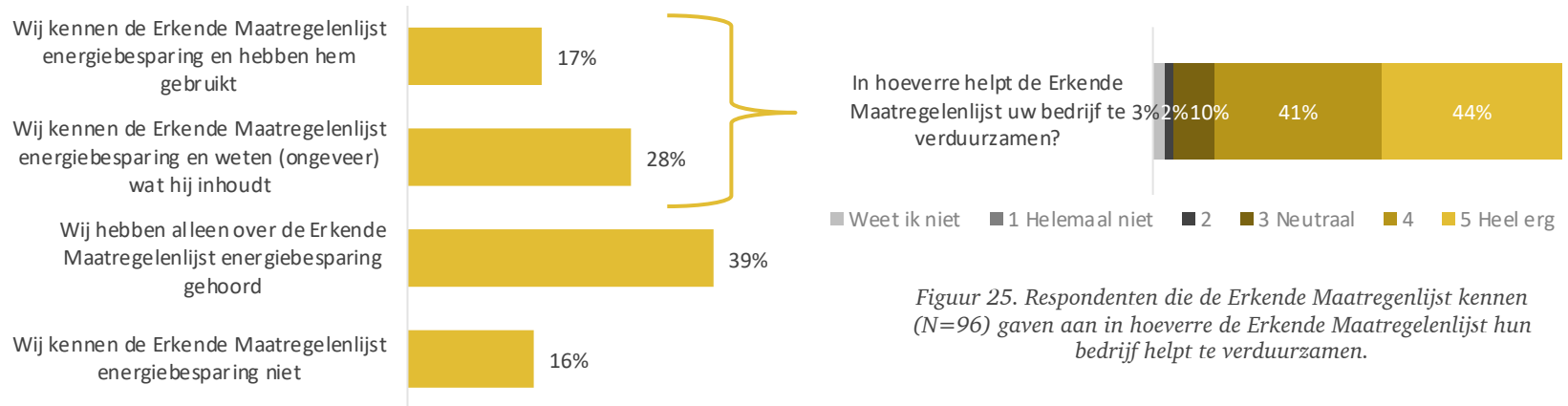
Tabel 22. We vroegen respondenten die weten dat hun bedrijf onder de informatieplicht valt en van plan zijn deze in te vullen (N=162), waarom zij aan de informatieplicht willen voldoen. De percentages geven weer wat voor de respondenten redenen zijn om aan de informatieplicht te gaan voldoen.

Waarom is uw bedrijf <u>(nog)</u> niet van plan om aan de informatieplicht energiebesparing te voldoen? <i>Meerdere antwoorden mogelijk.</i>	Nee % (N=42)
Het heeft momenteel geen prioriteit.	43%
Wij zijn al duurzaam (genoeg).	36%
Wij hebben de vaardigheden niet in huis om hier aan te voldoen.	36%
Het kost ons te veel tijd.	31%
Wij zien er het nut niet van in.	29%
Anders	1%

Tabel 23. We vroegen respondenten die weten dat hun bedrijf onder de informatieplicht valt maar (nog) niet van plan zijn hier aan te voldoen (N=42), waarom zij (nog) niet aan de informatieplicht willen voldoen. De percentages geven weer wat voor de respondenten redenen zijn om (nog) niet aan de informatieplicht te gaan voldoen.

DE ERKENDE MAATREGELENLIJST ENERGIEBESPARING IS BIJ ONGEVEER DE HELFT VAN DE MKB'ERS BEKEND

Ongeveer de helft (45%) van de mkb'ers die deelnamen geeft aan de Erkende Maatregelenlijst energiebesparing te kennen (28%) en/of te hebben gebruikt (17%). Degenen die de Erkende Maatregelenlijst kennen en/of hebben gebruikt zijn hier positief over. De meerderheid (85%) geeft aan dat de Erkende Maatregelenlijst hen heeft geholpen te verduurzamen.

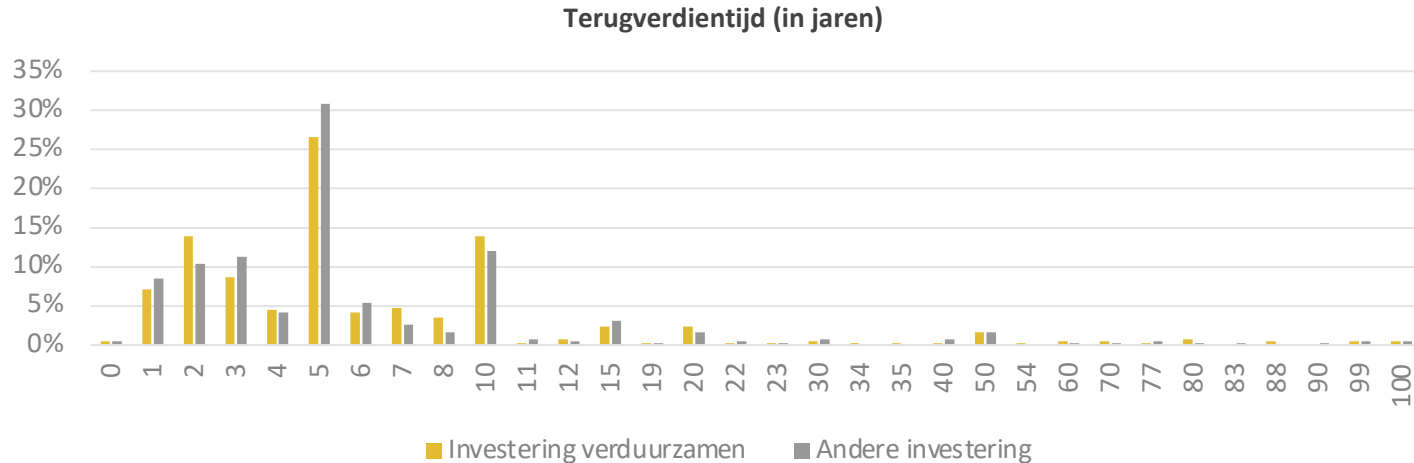


Figuur 24. Respondenten die weten dat hun bedrijf onder de informatieplicht valt (N=212) gaven aan in hoeverre hun bedrijf bekend is met de Erkende Maatregelenlijst energiebesparing.

Figuur 25. Respondenten die de Erkende Maatregelenlijst kennen (N=96) gaven aan in hoeverre de Erkende Maatregelenlijst hun bedrijf helpt te verduurzamen.

ACCEPTABELE TERUGVERDIENTTIJD VOOR VERDUURZAMINGS- INVESTERINGEN GELIJK AAN ACCEPTABELE TERUGVERDIENTTIJD VOOR ANDERE INVESTERINGEN

Mkb'ers vinden een terugverdientijd van gemiddeld 9 jaar acceptabel voor investeringen. De spreiding in de antwoorden is daarbij hoog met een standaarddeviatie van ongeveer 15 jaar. Zowel voor investeringen om te verduurzamen, als andere investeringen wordt 5 jaar het vaakst genoemd als acceptabele terugverdientijd. 65% van de mkb'ers vindt een terugverdientijd van 5 jaar of meer acceptabel.



Figuur 26. Respondenten (N=425) gaven aan wat zij acceptabele terugverdientijden vinden.
Geel: Wat vindt u een acceptabele terugverdientijd voor investeringen die uw bedrijf verduurzamen? (M = 9,3 jaren)
Grijs: Wat vindt u een acceptabele terugverdientijd voor andere investeringen in uw bedrijf? (M = 8,7 jaren).

ACCEPTABELE TERUGVERDIENTTIJD IS VOOR DUURZAAMHEIDS- INVESTERINGEN EN ANDERE INVESTERINGEN GELIJK

We vinden geen verschil tussen de acceptabele terugverdiëntijd voor investeringen die het bedrijf verduurzamen en andere investeringen: voor beide vinden mkb'ers dezelfde terugverdiëntijd acceptabel ($p = .201$). De acceptabele terugverdiëntijden hangen wel significant positief samen: hoe hoger de terugverdiëntijd die mkb'ers accepteren voor andere investeringen, hoe hoger de terugverdiëntijd die ze accepteren voor investeringen die hun bedrijf verduurzamen ($r = .820, p < .001$).

	Gemiddeld aantal jaren	SD
Wat vindt u een acceptabele terugverdiëntijd voor investeringen die uw bedrijf verduurzamen?	9.28	15.16
Wat vindt u een acceptabele terugverdiëntijd voor andere investeringen in uw bedrijf?	8.73	14.23

Tabel 24. Respondenten gaven aan ($N=425$) wat zij acceptabele terugverdiëntijden vinden voor investeringen. Weergegeven zijn de gemiddelde acceptabele terugverdiëntijd per type investering. De standaarddeviatie (SD) geeft de mate van spreiding aan in de antwoorden.

FAMILIEBEDRIJVEN VINDEN EEN LANGERE TERUGVERDIENTIID ACCEPTABEL, VOOR ZOWEL VERDUURZAMINGSINVESTERINGEN ALS ANDERE INVESTERINGEN

Familiebedrijven lijken een langere termijnvisie te hebben; zij vinden een langere terugverdientijd acceptabel voor duurzaamheidsinvesteringen ($M = 13$ jaar) dan niet-familiebedrijven ($M = 7$ jaar; $p < .001$). Hetzelfde geldt voor andere investeringen; ook daarvoor vinden familiebedrijven een langere terugverdientijd acceptabel ($M = 12$ jaar) in vergelijking met niet-familiebedrijven ($M = 7$ jaar; $p = .002$).

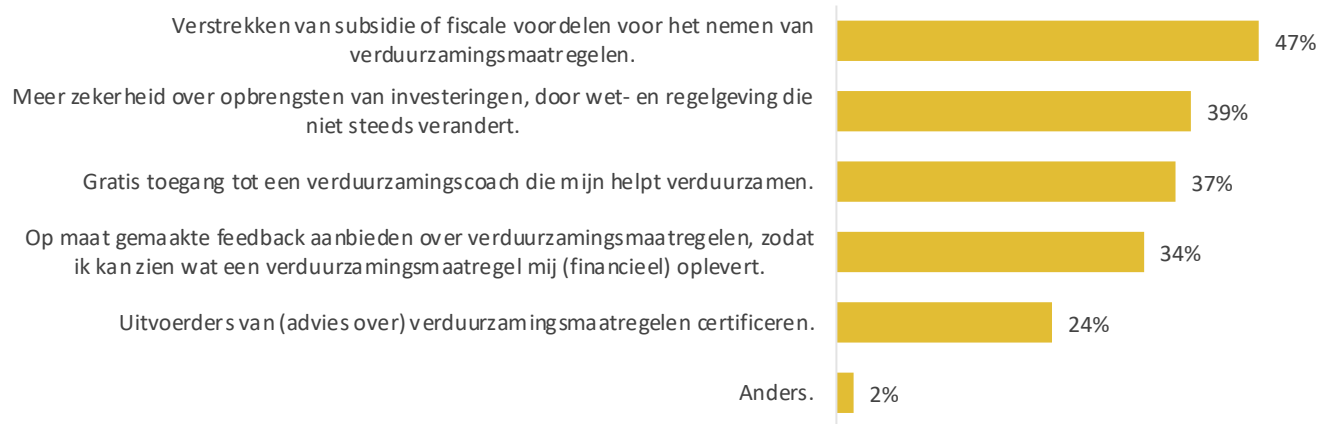
		Gemiddeld aantal jaren	SD
Wat vindt u een acceptabele terugverdientijd voor investeringen die uw bedrijf verduurzamen?	Familiebedrijven* (N=144)	12.98	18.43
	Niet-familiebedrijven (N=281)	7.38	12.80
Wat vindt u een acceptabele terugverdientijd voor andere investeringen in uw bedrijf?	Familiebedrijven* (N=144)	12.10	18.12
	Niet-familiebedrijven (N=281)	7.01	11.41

Tabel 25. Respondenten gaven aan ($N=425$) wat zij acceptabele terugverdientijden vinden voor investeringen. Weergegeven zijn de gemiddelde acceptabele terugverdientijd per type investering voor familiebedrijven vs. niet-familiebedrijven. De standaarddeviatie (SD) geeft de mate van spreiding aan in de antwoorden.

*familiebedrijven zijn bedrijven waarvan de respondent zelf aangaf dat zijn/haar bedrijf een familiebedrijf is.

MKB'ER WIL GRAAG HULP VAN DE OVERHEID IN TERMEN VAN SUBSIDIES EN CONSISTENTE WET- EN REGELGEVING

We vroegen mkb'ers hoe de overheid hen kan helpen bij het verder verduurzamen van het bedrijf. Het antwoord dat het vaakst gegeven wordt, is dat mkb'ers behoefte hebben aan subsidies of fiscale voordelen om te verduurzamen en meer zekerheid willen omtrent wet- en regelgeving en daarmee de opbrengsten die investeringen opleveren.



Figuur 27. We vroegen respondenten (N=425) hoe de overheid hen kan helpen bij het verduurzamen van hun bedrijf. Respondenten konden meerdere antwoorden geven.

HOOFDSTUK 5F

TABELLEN & GRAFIEKEN REGRESSIEANALYSES



VERDUURZAMING OP DIT MOMENT HANGT HET STERKST SAMEN MET MINDSET

We gebruikten een regressiemodel om te bepalen welke factoren samenhangen met hoe ver mkb'ers zijn met verduurzaming op dit moment. Uit de analyse blijkt dat mkb'ers die relatief ver zijn met verduurzamen een sterkere duurzaamheidsmindset hebben, pandeigenaar zijn en een verantwoordelijke hebben aangewezen die zich richt op verduurzaming.

Variabele	Significant	Effectgrootte*
Mindset	<.001	.515
Pandeigenaar of huurder ^a	.002	.131
Verantwoordelijke verduurzamen ^b	.029	.092
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel tijd in verhouding tot wat het ons brengt.	.061	.096
Wij investeren liever in andere zaken dan in verduurzaming.	.107	-.082
In welk jaartal is uw bedrijf opgericht?	.155	.060
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel geld in verhouding tot wat het ons brengt.	.411	-.046
Wij verduurzamen om aan de wettelijke verplichtingen van de overheid te voldoen.	.411	.042
Als wij verduurzamen heeft dat invloed op het klimaat.	.461	-.038
Wij vinden het belangrijk om onze impact op het klimaat beperken.	.511	-.039
Sector is industrie ^c	.525	-.026
Wij vinden het belangrijk dat verduurzaming ons bedrijf geld bespaart.	.555	-.031
Een duurzaam businessmodel is nodig om als bedrijf te kunnen blijven bestaan.	.615	.027
Door de hoge energieprijzen vinden wij het belangrijk om te verduurzamen.	.805	-.013
Wij verduurzamen om aan de eisen van onze klanten te voldoen.	.979	-.001

Voetnoot: ^a Referentie categorie = Huurder, ^b Referentie categorie = Geen verantwoordelijke, ^c Referentie categorie = Anders

* Effectgrootte = Gestandaardiseerde Beta Coëfficiënt

Tabel 26. *Multipole lineaire regressie met als afhankelijke variabele de gemiddelde score van de mate waarin mkb'ers maatregelen hebben genomen om hun bedrijfspand, faciliteiten en processen te verduurzamen (N=425).*

DE MATE WAARIN MKB'ERS BEZIG ZIJN MET DE KLIMAAT-DOELSTELLING VAN 2030 HANGT HET STERKST SAMEN MET MINDSET

We gebruikten een regressiemodel om te bepalen welke factoren samenhangen met de mate waarin mkb'ers bezig zijn de klimaatdoelstellingen van 2030 te behalen. Uit de analyse blijkt dat mkb'ers die relatief sterk bezig zijn met het halen van de klimaatdoelstellingen van 2030, onder andere een sterkere duurzaamheidsmindset hebben en minder vinden dat verduurzaming hen te veel geld kost in verhouding tot wat het opbrengt.

Variabele	Significant	Effectgrootte*
Mindset	<.001	.314
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel geld in verhouding tot wat het ons brengt.	<.001	-.219
Pandeigenaar of huurder ^a	<.001	.154
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel tijd in verhouding tot wat het ons brengt.	.012	.143
Wij verduurzamen om aan de wettelijke verplichtingen van de overheid te voldoen.	.014	-.138
Wij verduurzamen om aan de eisen van onze klanten te voldoen.	.049	.117
Door de hoge energieprijzen vinden wij het belangrijk om te verduurzamen.	.125	-.088
Verantwoordelijke verduurzamen ^b	.175	.063
Wij vinden het belangrijk dat verduurzaming ons bedrijf geld bespaart.	.259	-.064
Wij investeren liever in andere zaken dan in verduurzaming.	.279	.063
Sector industrie ^c	.492	-.031
Als wij verduurzamen heeft dat invloed op het klimaat.	.636	.027
In welk jaartal is uw bedrijf opgericht?	.769	.017
Een duurzaam businessmodel is nodig om als bedrijf te kunnen blijven bestaan.	.816	.011
Wij vinden het belangrijk om onze impact op het klimaat te beperken.	.842	-.013

Voetnoot: ^a Referentie categorie = Huurder, ^b Referentie categorie = Geen verantwoordelijke, ^c Referentie categorie = Anders

* Effectgrootte = Gestandaardiseerde Beta Coëfficiënt

Tabel 27. *Multipel lineaire regressie met als afhankelijke variabele: "In hoeverre is uw bedrijf bezig de klimaatdoelstellingen van 2030 te halen: in Nederland 55% CO2 reductie ten opzichte van 1990?" (N=411).*

DE MATE WAARIN MKB'ERS BEZIG ZIJN MET DE KLIMAAT-DOELSTELLING VAN 2050 HANGT HET STERKST SAMEN MET MINDSET

We gebruikten een regressiemodel om te bepalen welke factoren samenhangen met de mate waarin mkb'ers bezig zijn de klimaatdoelstellingen van 2050 te behalen. Uit de analyse blijkt dat mkb'ers die relatief sterk bezig zijn met het halen van de klimaatdoelstellingen van 2050, onder andere een sterkere duurzaamheidsmindset hebben en minder handelen vanwege de hoge energieprijzen.

Variabele	Significant	Effectgrootte*
Mindset	.004	.255
Door de hoge energieprijzen vinden wij het belangrijk om te verduurzamen.	.007	-.161
Pandeigenaar of huurder ^a	.010	.124
Wij verduurzamen om aan de eisen van onze klanten te voldoen.	.016	.150
Wij investeren liever in andere zaken dan in verduurzaming.	.017	-.140
Verantwoordelijke verduurzamen ^b	.025	.108
Wij verduurzamen om aan de wettelijke verplichtingen van de overheid te voldoen.	.044	-.120
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel geld in verhouding tot wat het ons brengt.	.071	-.116
Wij vinden het belangrijk dat verduurzaming ons bedrijf geld bespaart.	.346	.058
Als wij verduurzamen heeft dat invloed op het klimaat.	.368	.053
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel tijd in verhouding tot wat het ons brengt.	.374	.053
Wij vinden het belangrijk om onze impact op het klimaat beperken.	.425	-.055
Een duurzaam businessmodel is nodig om als bedrijf te kunnen blijven bestaan.	.627	-.030
In welk jaartal is uw bedrijf opgericht?	.717	.018
Sector industrie ^c	.733	.016

Voetnoot: ^a Referentie categorie = Huurder, ^b Referentie categorie = Geen verantwoordelijke, ^c Referentie categorie = Anders

* Effectgrootte = Gestandaardiseerde Beta Coëfficiënt

Tabel 28. *Multipel lineaire regressie met als afhankelijke variabele: "In hoeverre is uw bedrijf bezig met de klimaat doelstellingen van 2050 te halen: klimaat neutraal zijn?" (N=408).*

HET HEBBEN VAN EEN LANGETERMIJNPLANNING VOOR VERDUURZAMING HANGT HET STERKST SAMEN MET MINDSET

We gebruikten een regressiemodel om te bepalen welke factoren samenhangen met of mkb'ers een langetermijnplanning voor verduurzaming hebben. Uit de analyse blijkt de kans dat mkb'ers een langetermijnplanning hebben, groter is als zij een sterkere duurzaamheidsmindset hebben en sterker verwachten dat een duurzaam businessmodel nodig is om te blijven bestaan.

Variabele	Significant	Effectgrootte*	Odds ratio
Mindset	<.001	.954	2.596
Een duurzaam businessmodel is nodig om als bedrijf te kunnen blijven bestaan.	.033	.249	1.283
Wij verduurzamen om aan de eisen van onze klanten te voldoen.	.133	.180	1.197
In welk jaartal is uw bedrijf opgericht?	.143	-.004	0.996
Verantwoordelijke verduurzamen ^b	.164	.936	2.550
Wij vinden het belangrijk dat verduurzaming ons bedrijf geld bespaart.	.219	.143	1.153
Wij verduurzamen om aan de wettelijke verplichtingen van de overheid te voldoen.	.238	-.138	0.871
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel tijd in verhouding tot wat het ons brengt.	.262	-.113	0.893
Als wij verduurzamen heeft dat invloed op het klimaat.	.428	-.086	0.917
Wij vinden het belangrijk om onze impact op het klimaat beperken.	.518	.087	1.091
Pandeigenaar of huurder ^a	.652	-.114	0.892
Door de hoge energieprijzen vinden wij het belangrijk om te verduurzamen.	.668	.052	1.053
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel geld in verhouding tot wat het ons brengt.	.780	.030	1.031
Sector industrie ^c	.897	-.042	0.958
Wij investeren liever in andere zaken dan in verduurzaming.	.932	-.008	0.992

Voetnoot: ^a Referentie categorie = Huurder, ^b Referentie categorie = Geen verantwoordelijke, ^c Referentie categorie = Anders

* Effectgrootte = Ongestandaardiseerde Beta Coëfficiënt

Tabel 29. Logistische regressie met als afhankelijke variabele: “Heeft uw bedrijf een langetermijnplanning voor verduurzaming? Bijv. een 5-jarenplan of meer jaren onderhoudsplan.” (N=423).

KENNIS HEBBEN VAN DE INFORMATIEPLICHT HANGT HET STERKST SAMEN MET IN HOEVERRE ZE VINDEN DAT VERDUURZAMING HEN TE VEEL TIJD KOST

We gebruikten een regressiemodel om te bepalen welke factoren samenhangen met of mkb'ers weten dat ze onder de informatieplicht vallen. Uit de analyse blijkt dat de kans dat mkb'ers weten dat ze onder de informatieplicht vallen, groter is als zij sterker vinden dat verduurzaming hen te veel tijd kost in verhouding tot wat het hen opbrengt, minder handelen vanwege de hoge energieprijzen en een sterkere duurzaamheidsmindset hebben.

Variabele	Significant	Effectgrootte*	Odds ratio
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel tijd in verhouding tot wat het ons brengt.	.006	.263	1.301
Door de hoge energieprijzen vinden wij het belangrijk om te verduurzamen.	.007	-.300	.741
Mindset	.017	.501	1.650
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel geld in verhouding tot wat het ons brengt.	.073	.187	1.206
Een duurzaam businessmodel is nodig om als bedrijf te kunnen blijven bestaan.	.147	.156	1.169
Wij verduurzamen om aan de wettelijke verplichtingen van de overheid te voldoen.	.187	.141	1.152
Wij verduurzamen om aan de eisen van onze klanten te voldoen.	.233	.127	1.136
Sector is Industrie ^c	.237	.361	1.435
Als wij verduurzamen heeft dat invloed op het klimaat.	.339	.097	1.102
Verantwoordelijke verduurzamen ^b	.470	.343	1.410
Wij vinden het belangrijk dat verduurzaming ons bedrijf geld bespaart.	.635	.050	1.052
Pandeigenaar of huurder ^a	.663	-.104	.901
In welk jaartal is uw bedrijf opgericht?	.709	-.001	.999
Wij investeren liever in andere zaken dan in verduurzaming.	.723	-.031	.970
Wij vinden het belangrijk om onze impact op het klimaat beperken.	.823	-.027	.973

Voetnoot: ^a Referentie categorie = Huurder, ^b Referentie categorie = Geen verantwoordelijke, ^c Referentie categorie = Anders

* Effectgrootte = Ongestandaardiseerde Beta Coëfficiënt

Tabel 30. Logistische regressie met als afhankelijke variabele: "Valt uw bedrijf onder de informatieplicht?" (N=425).

VOLDOEN AAN DE INFORMATIEPLICHT 2023 HANGT HET STERKST SAMEN MET (NIET) LIEVER WILLEN INVESTEREN IN ANDERE ZAKEN DAN VERDUURZAMING

We gebruikten een regressiemodel om te bepalen welke factoren samenhangen met of mkb'ers van plan zijn te voldoen aan de informatieplicht energiebesparing in 2023. Uit de analyse blijkt dat de kans dat mkb'ers van plan zijn te voldoen aan de informatieplicht, minder groot is als zij liever investeren in andere zaken dan verduurzaming.

Variabele	Significant	Effectgrootte*	Odds ratio
Wij investeren liever in andere zaken dan in verduurzaming.	.021	-.344	0.709
Wij vinden het belangrijk dat verduurzaming ons bedrijf geld bespaart.	.052	.348	1.416
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel tijd in verhouding tot wat het ons brengt.	.083	.291	1.338
Wij vinden het belangrijk om onze impact op het klimaat beperken.	.210	.219	1.245
Verduurzaming kost ons bedrijf te veel geld in verhouding tot wat het ons brengt.	.266	-.199	0.820
In welk jaartal is uw bedrijf opgericht?	.354	-.003	0.997
Door de hoge energieprijzen vinden wij het belangrijk om te verduurzamen.	.366	.160	1.173
Sector is Industrie ^c	.385	-.396	1.170
Wij verduurzamen om aan de eisen van onze klanten te voldoen.	.385	.157	0.673
Als wij verduurzamen heeft dat invloed op het klimaat.	.495	-.119	0.888
Wij verduurzamen om aan de wettelijke verplichtingen van de overheid te voldoen.	.512	-.126	0.882
Pandeigenaar of huurder ^a	.516	-.249	0.780
Verantwoordelijke verduurzamen ^b	.597	.441	1.554
Een duurzaam businessmodel is nodig om als bedrijf te kunnen blijven bestaan.	.734	.061	1.063
Mindset	.863	-.062	0.940

Voetnoot: ^a Referentie categorie = Huurder, ^b Referentie categorie = Geen verantwoordelijke, ^c Referentie categorie = Anders

* Effectgrootte = Ongestandaardiseerde Beta Coëfficiënt

Tabel 31. Logistische regressie met als afhankelijke variabele: "Is uw bedrijf van plan in 2023 aan de informatieplicht energiebesparing te voldoen?" (N=211).

HOOFDSTUK 6

DEFINITIEF GEDRAGSMODEL

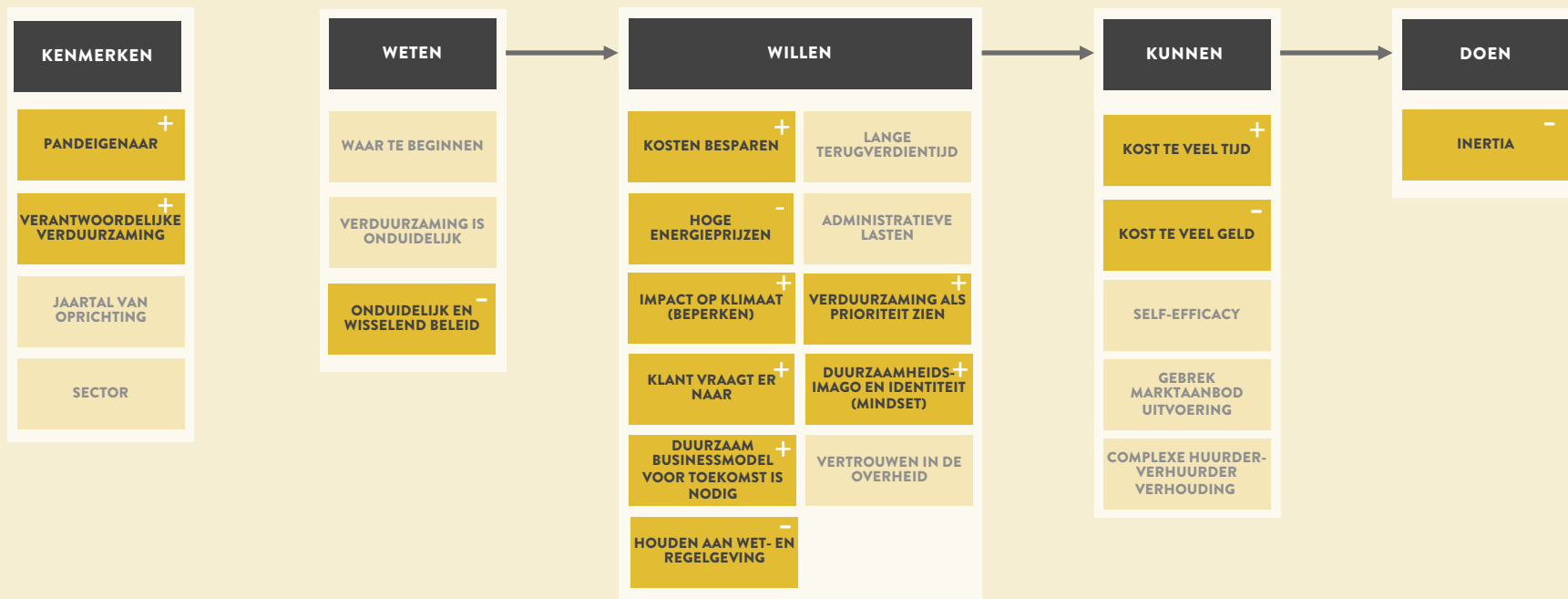


DEFINITIEF GEDRAGSMODEL

Aan de hand van deskresearch inventariseerden we de weerstanden, motieven en omgevingsfactoren die bij mkb'ers kunnen spelen rondom verduurzaming. Dit psychologisch landschap gaven we schematisch weer in een concept-gedragsmodel. We vulden dit gedragsmodel aan op basis van interviews met experts en mkb'ers (zie [Hoofdstuk 4B](#), [4C](#)) en toetsten het onder de doelgroep met vragenlijstonderzoek (zie [Hoofdstuk 5](#)).

Om tot het **definitieve gedragsmodel** te komen hebben we alle (significante) resultaten uit de regressiemodellen en overige analyses samengenomen. De factoren die geel zijn in het model waren significant van invloed op de duurzaamheidsmindset, verduurzaming op dit moment en hoe ver een onderneming op weg is richting de klimaatdoelstellingen, of ze een langetermijnplanning hebben, of ze op de hoogte zijn van informatieplicht en van plan zijn te hieraan te voldoen. Ook factoren die door respondenten werden benoemd als belangrijke reden om (specifieke) verduurzamingsmaatregelen (niet) te nemen zijn hierbij aangegeven. Samen hebben deze factoren invloed op verduurzaming door mkb'ers.

DEFINITIEF GEDRAGSMODEL



Afbeelding 5. Het definitieve gedragsmodel. Hierin staan de gedragsfactoren die uit de landschapscheck naar voren komen als factoren die invloed hebben op verduurzaming door mkb'ers (zie de [bijlage](#) voor een toelichting van self-efficacy en inertia). Factoren die een duidelijke positieve invloed hebben op het doelgedrag zijn aangegeven met een "+", factoren die een duidelijk negatieve invloed hebben met een "-". Factoren die niet bleken samen te hangen met verduurzaming van het bedrijf zijn lichter van kleur.

BIJLAGE



TOELICHTING GEDRAGSFACTOREN

Self-efficacy. Met 'self-efficacy' refereren we naar de mate van vertrouwen die mkb'ers hebben in hun eigen kunnen. Hoe meer self-efficacy ze ervaren om te verduurzamen, hoe positiever ze staan tegenover verduurzamen in het algemeen.

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 (verduurzamen) in de weg staat, zelfs wanneer iemand gemotiveerd is. Hoe meer inertia mkb'ers ervaren, hoe minder waarschijnlijk het is dat ze hun intentie omzetten in gedrag: het verduurzamen van hun bedrijf.



WWW.DBGEDRAG.NL

luuk@gedragsverandering.nl

gea@gedragsverandering.nl

leonie@gedragsverandering.nl

maritt@gedragsverandering.nl