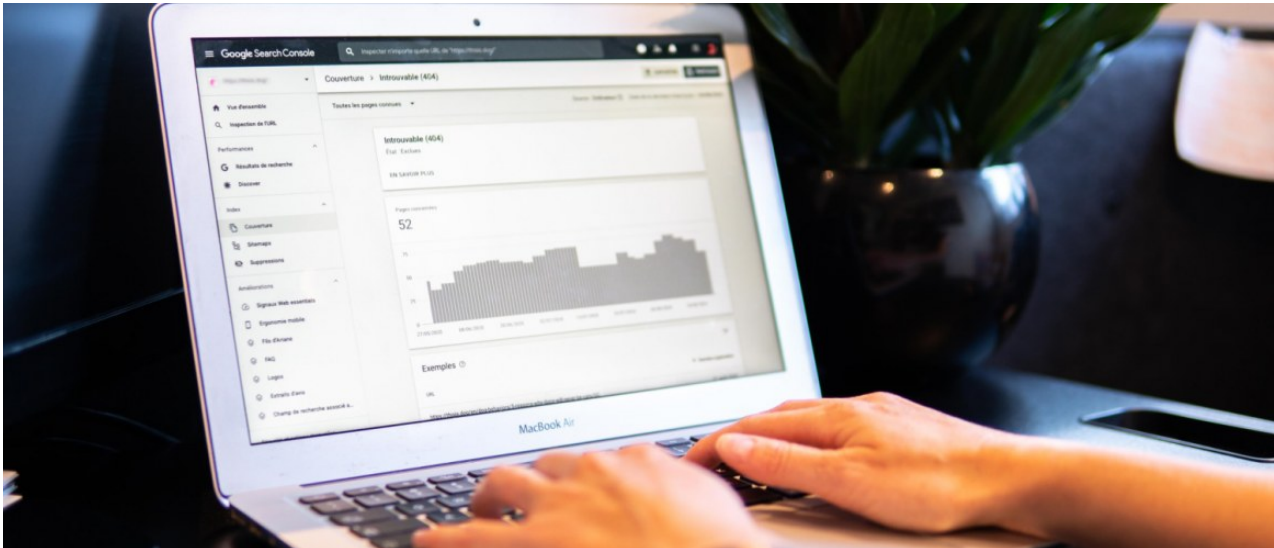


Klantenonderzoek Warmtebedrijf: de volledige resultaten

bureauspotlight.nl/klantenonderzoek-warmtebedrijf-de-volledige-resultaten

Marc van der Woude

28 juni 2022



De noordzijde van de Telefoonweg in Ede is al enkele maanden afgesloten. Aannemers zijn hard aan het werk om het warmtenet uit te breiden. Eindelijk wordt ook het hoofdkantoor van het Warmtebedrijf Ede zelf aangesloten op de ‘slimme groene warmte’. “Goed hè?” roept een werkmans als ik hem ernaar vraag.

Even verderop in de straat is het enthousiasme iets minder. “Heeft u al een uitnodiging ontvangen om te worden aangesloten op het warmtenet?” vraag ik een bewoner. “Nog niet, maar dat gaan we ook niet doen,” zegt hij. Hij is zelf werkzaam in de energiesector en weet hoe de hazen daar lopen. Hij wil niet afhankelijk zijn van grote systemen, heeft zijn huis al goed geïsoleerd, en voelt meer voor kleinschalige eigen oplossingen zoals een combinatie van zonnepanelen en een warmtepomp. In de toekomst misschien ook waterstof. Zijn overbuurman staat er net zo in. “Ik wil me niet overleveren aan een monopolist.” Uit zijn relaas blijkt dat ook hij zich goed heeft verdiept in de energietransitie en zijn opties zorgvuldig heeft afgewogen. “Het hangt ook samen met vertrouwen in de politiek,” zegt hij. “Er wordt teveel over de hoofden van burgers heen beslist.”

Gesprekken met inwoners in de warmtenetwijken

Als ik later op de dag samen met onze stagiair Hanneke met bewoners in de Enkawijk in gesprek ga, blijkt ook hier ‘regie’ een thema te zijn. Een deel van de nieuwbouwwoningen in de wijk zit op het warmtenet en een deel heeft een warmtepomp. Dat is door projectontwikkelaar AM bepaald, de kopers hadden hier geen inspraak in, die moesten het er maar mee doen. Voor het Warmtebedrijf is het aantrekkelijk om een deal te sluiten met zo’n projectontwikkelaar om een heel deel van de wijk in één keer aan te sluiten. Nu

de warmtetarieven begin dit jaar met gemiddeld 60 euro per maand per huishouden zijn verhoogd, onder meer door de koppeling met de gasprijzen, komt er gemor over deze verplichte winkelnering. Wie alsnog naar een warmtepomp wil overstappen hikt tegen een investering van gemiddeld 12.000 euro aan, en mag ook nog eens 2.980 euro aftikken bij het Warmtebedrijf voor de afkoppeling van het warmtenet. Dus blijven veel mensen maar gewoon zitten; als je net een huis hebt gekocht en ingericht is er niet veel geld over, en de warmtelevering is wel stabiel, hoewel er bij uitbreiding van het warmtenet af en toe uitval is.

Over de service van het Warmtebedrijf bij storingen zijn bewoners redelijk te spreken, maar de communicatie kan beter. Bewoners geven aan dat de recente tariefsverhoging en het verbruik voor hen onvoldoende transparant zijn. “Tegenwoordig zit ik met een beetje warmte voor douchen en de vloerverwarming beneden al op 200 euro in de maand. En dan moet er nog elektra bij,” zegt een Enkabewoner. Dat merken we ook op het kazerneterrein. In de wijk Simon Stevin vertelt iemand: “We maken nu veel bewuster gebruik van warm water. Als de kinderen gaan tandenpoetsen, staat de mengkraan half open en dan hoor je beneden alweer dat ding geluid maken omdat er een warmtevraag is. Wat we precies verbruiken is te ondoorzichtig.”

In Ede-Zuid, de wijk rond de biomassacentrale aan de Geerweg, is de gebrekkige transparantie over verbruik en tarieven ook een terugkerend thema. Maar hier speelt ook de overlast van de installatie zelf. “Ik hoor ’s nachts continu het gedreun van die centrale,” zegt een inwoner. “Hoewel het nu beter is dan dat het voorheen was, vind ik het niet normaal dat dit kan tussen al die woningen.” Een ander: “Ik ben bang voor de gezondheid van mijn kind over 20 jaar.” Weer een ander noemt de geuroverlast en de mistige rook die soms uit de installatie komt. Ze hebben niet de indruk dat het Warmtebedrijf deze problemen onderkent. Wel zijn de klanten overwegend tevreden over het basisproduct, de warmtelevering.

Deze wijkgesprekken waren voor Bureau Spotlight aanleiding om een uitgebreider online klanttevredenheidsonderzoek te houden. Het Warmtebedrijf heeft dit de afgelopen jaren zelf laten liggen en ook geen onafhankelijke partij ingeschakeld om een onderzoek te doen. Opmerkelijk is wel dat een dag na de aankondiging van het Spotlight-onderzoek het bedrijf met een eigen onderzoek kwam met vergelijkbare vragen. Met dit verschil dat het Warmtebedrijf ook vraagt naar de ervaringen met de storingsmonteur, maar de heikele vraag uit het Spotlight-onderzoek over de transparantie van het bedrijf heeft weggelaten.

Resultaten klanttevredenheidsonderzoek

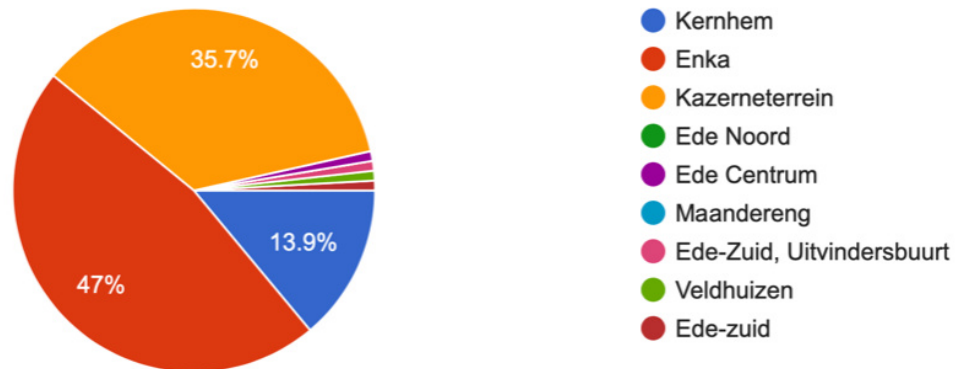
Bureau Spotlight koppelt de resultaten van het onderzoek 100% transparant terug. Dat wil zeggen: we vatten de resultaten niet alleen samen, maar stellen alle data ook beschikbaar, zodat iedereen de specifieke feedback die klanten hebben gegeven zelf kan lezen en controleren. Hiermee zetten we meteen een duidelijke standaard voor het Warmtebedrijf zelf. Immers als de slager zijn eigen vlees keurt is het risico aanwezig dat de resultaten gefilterd naar buiten worden gebracht. Dat wil zeggen: de positieve aspecten worden benadrukt en de negatieve afgezwakt of weggelaten. Mocht het Warmtebedrijf de

resultaten van het eigen onderzoek in haar nieuwsbrief of een advertorial terugkoppelen, dan kunnen klanten deze in ieder geval naast de uitkomst van het onafhankelijke onderzoek van Bureau Spotlight leggen.

De vragenlijst is door 115 van de pakweg 9.000 huishoudens die op het Edese warmtenet zijn aangesloten ingevuld, met name in de wijken Enka, Kazerneterrein en Kernhem. Onze insteek was in de eerste plaats een kwalitatief onderzoek, geen kwantitatief. We wilden vooral het sentiment polsen van inwoners over het Warmtebedrijf en inzicht krijgen in de voornaamste kwesties die spelen. Gezien de verhouding tussen respondenten en het totale aantal huishoudens, houden we rekening met een statistische foutmarge van 9%. De resultaten zijn dus niet gegarandeerd representatief, maar wel in redelijke mate indicatief.

1. In welke wijk van Ede woont u?

115 responses



Wat vinden klanten goed aan het Warmtebedrijf, waar zijn zij met name tevreden over?

Dit was een open vraag, we hebben de diverse antwoorden daarom gecategoriseerd. Klanten zijn met name tevreden over de stabiele warmtelevering (49%). In mindere mate worden de communicatie, service en het nieuwe verbruikskostenoverzicht (17%) genoemd, en het concept van een warmtenet als duurzaam alternatief voor gas (12%). Het valt op dat 14% van de klanten bij deze vraag naar positieve punten uitsluitend kritische feedback geeft, dat zegt iets over het sentiment.

Wat vinden klanten *niet* goed aan het Warmtebedrijf, wat moet er volgens hen echt verbeterd worden?

Ook hier hebben we de antwoorden gecategoriseerd. Klanten zijn met name ontevreden over de hoge prijs van de biowarmte (38%). Dit komt met name door de wettelijke koppeling van de warmtenettarieven aan de aardgasprijzen, waar klanten weinig begrip voor hebben. Het Warmtebedrijf hoeft haar tarieven niet mee te laten stijgen, maar doet dat wel. Een kleine kanttekening is hier wel op z'n plaats: ook de prijs van

biomassa/houtsnippers is gestegen, hoewel lang niet zo sterk als de gasprij. “Waar we in ons huurhuis in Kernhem zo’n 50 euro per maand aan gas betaalden, betalen we nu 130 euro aan het Warmtebedrijf Ede. Vooral vervelend dat ze een monopoliepositie hebben en je geen kant op kan,” schrijft een respondent.

Deze monopoliepositie zit 14% van de klanten dwars. 21% vindt dat de communicatie, service, het verbruikskostenoverzicht en de algehele transparantie van het bedrijf beter moeten. 12% is niet tevreden over de warmtelevering, waarbij met name de uitval door werkzaamheden wordt genoemd. Van de klanten is 11% kritisch op biomassaverbranding en vindt het Warmtebedrijf hierdoor niet echt duurzaam.

Wat opvalt als we het volume van de positieve en de kritische reacties vergelijken is dat er aanzienlijk meer is wat klanten dwars zit dan waar ze tevreden over zijn. Dit is een bekend gegeven in klantenonderzoek: de opmerkingen van ontevreden klanten zijn gemiddeld 2,5x langer dan die van tevreden klanten omdat ze meer woorden nodig hebben om aan te geven wat hen dwars zit. Een bedrijf kan hier z’n voordeel mee doen, want juist van ontevreden klanten leer je het meest, althans als je daar voor openstaat. Er wordt nogal eens gedacht dat ontevreden klanten eerder feedback geven dan tevreden klanten, maar uit onderzoek blijkt juist precies het tegenovergestelde: tevreden klanten geven ruim 50% vaker feedback dan ontevreden klanten, wat betekent dat je in de evaluatie van een klantonderzoek de kritische feedback wat zwaarder moet laten meewegen omdat veel ontevreden klanten hun mond niet open doen.

We hebben de klanten van het Warmtebedrijf ook vijf specifieke vragen voorgelegd waarbij op een vijfpuntsschaal kon worden gescoord. Om het iets inzichtelijker te maken zijn de resultaten gecomprimeerd en de percentages afgerond (zonder cijfers achter de komma).

“Hoe beoordeelt u de warmtelevering in uw woning?”

15% heel slecht of slecht
21% gemiddeld
64% goed of heel goed

“Hoe beoordeelt u het tarief dat u betaalt voor warmte?”

85% veel te duur of duur
11% gemiddeld
3% goed of lekker voordelig

“Hoe beoordeelt u de communicatie en service van het Warmtebedrijf?”

33% heel slecht of slecht
33% gemiddeld
34% goed of heel goed

“Is het bedrijf voor u als klant voldoende transparant?”

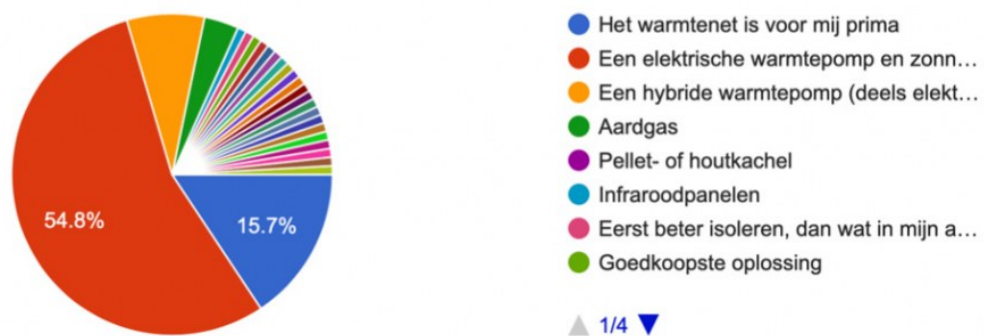
73% geheel niet of onvoldoende transparant
19% gemiddeld
8% voldoende of volledig transparant

Bij de vraag of klanten overlast ervaren van de biomassacentrales zeggen de scores niet zoveel, omdat 97% van de respondenten in wijken woont waar geen installatie staat. Het is logisch dat inwoners van deze wijken er nauwelijks hinder van ondervinden, terwijl dat rond de Knuttelweg en Geerweg juist wel een ding is.

Interessanter is de respons op deze vraag: **“U bent nu min of meer verplicht aangesloten op het Edese warmtenet. Als u zelf de vrije keuze zou hebben, wat zou dan uw voorkeur hebben?”** Hier blijkt slechts 16% van de aangesloten klanten tevreden te zijn met het warmtenet en 84% had liever zelf de keuze voor een alternatief gemaakt. Als klanten vrij kunnen kiezen, kiest 55% voor een elektrische warmtepomp met zonnepanelen, 8% voor een hybride warmtepomp (deels elektrisch, deels hr-ketel), 3% voor aardgas en 18% voor andere opties zoals een pelletkachel, infraroodpanelen of warmte- en koude-opslag.

9. U bent nu min of meer verplicht aangesloten op het Edese warmtenet. Als u zelf de vrije keuze zou hebben, wat zou dan uw voorkeur hebben?

115 responses



Gevraagd naar andere zorg- en aandachtspunten merken meerdere klanten op dat het hen verbaast dat ze in een beter geïsoleerde nieuwbouwwoning toch meer voor warmte betalen dan in hun vorige op gas gestookte woning. Deze reactie van een respondent vat het samen: “Bij de aankoop van onze woning werd het Warmtebedrijf gepresenteerd als een duurzame en goedkope manier voor het leveren van warmte. Niets is minder waar. We gingen, ondanks zonnepanelen, gelijk al fors meer betalen dan onze vorige woning. Als het duurzaam zou zijn, zou het nog goed voelen. Maar over de duurzaamheid valt ook veel te zeggen. Voel me hierin voorgelogen. Er is nu geen mogelijkheid om te vertrekken, of alleen met een ingrijpend ander systeem en tegen erg hoge kosten.”

Op de vraag waarom projectontwikkelaars een deal sluiten met het Warmtebedrijf en bewoners zelf geen keus hebben komen we na de zomervakantie terug.

In het kader van dit onderzoek naar klantervaringen zijn ook de recensies bij de bedrijfsvermelding van het Warmtebedrijf op Google gecontroleerd. Deze bleken te zijn beïnvloed door medewerkers van het bedrijf. [De bevindingen kun je hier lezen.](#)

Enkele uren na het verschijnen van de verkorte versie van dit artikel in Ede Stad stuurde het Warmtebedrijf haar klanten een e-mail met de eigen vragenlijst.

Deze publicatie is tot stand gekomen met steun van het Fonds Bijzondere Journalistieke Projecten (www.fondsbjp.nl). Bureau Spotlight voert zelfstandig en voor mediapartners in de Foodvalley onderzoeksjournalistiek uit en blijft de energietransitie volgen. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de kennis en het netwerk van inwoners zelf. Heb je tips, laat het ons weten. Stuur een mail naar marc@bureauspotlight.nl en we nemen contact met je op.

FONDS B i j z o n d e r e JOURNALISTIEKE PROJECTEN

BIJLAGE: De volledige resultaten van het klanttevredenheidsonderzoek



Klantonderzoek Warmtebedrijf Juni 2022

Het Excel-bestand van het onderzoek:



Klanttevredenheidsonderzoek Warmtebedrijf Ede Publiek



Marc van der Woude

Onderzoeksjournalist

Aandachtsgebieden: Edese politiek, Wageningen University, innovatie, energietransitie, woningmarkt, religie en spiritualiteit, natuur en ...

[Profiel-pagina](#)