



Flitspeiling burgers: prijsplafond energie

Rapportage

Maaïke van Son
Bram van der Lelij
M221165
13 januari 2023



Ministerie van Economische Zaken
en Klimaat

motivaction
insights and strategy

Inhoudsopgave

Achtergrond	3
Onderzoeksverantwoording	4
Managementsamenvatting	5
Resultaten	7



Achtergrond

In opdracht van het ministerie van EZK heeft Motivaction International B.V. een flitspeiling uitgevoerd naar de bekendheid en informatiebehoefte bij burgers ten aanzien van het prijsplafond op energie.

Achtergrond

Vanaf 1 januari 2023 geldt een prijsplafond op energie voor huishoudens en andere kleinverbruikers. Voor gas wordt het maximale tarief €1,45 per kuub tot een verbruik van 1.200 kuub. Voor elektriciteit wordt het maximale tarief €0,40 per kWh tot een verbruik van 2.900 kWh. Voor het energieverbruik boven het plafond betalen huishoudens het tarief zoals opgenomen in het energiecontract.

Doelstelling

Het ministerie van EZK wil burgers goed informeren over het prijsplafond voor energie en de communicatie aan laten sluiten bij hun behoefte. Het doel van dit onderzoek is daarom het krijgen van inzicht in de kennis van burgers over het prijsplafond en hun informatiebehoefte.

Onderzoeksvragen

De volgende vragen staan centraal in deze flitspeiling:

- Hebben burgers die een zelfstandige huishouding voeren, gehoord of gelezen over het prijsplafond op energie? Zo ja, waar?
- Wisten zij dat zijzelf niets hoeven te doen?
- Wat vinden zij van de communicatie van de overheid en van hun energieleverancier over het prijsplafond?
- Over welke aspecten willen zij meer informatie ontvangen? En op welke manier?

Onderzoeksverantwoording

Methode, doelgroep en steekproef

Het onderzoek is online uitgevoerd onder een steekproef uit de Nederlandse bevolking van 18 t/m 80 jaar met een zelfstandig huishouden. Inwonenden en bewoners van studentenhuizen en woongroepen zijn uitgesloten van deelname. De steekproef bestaat uit 1.025 Nederlanders uit het Stempunt-panel van Motivaction en is - na weging - representatief voor leeftijd, opleiding, geslacht, regio, waardeoriëntatie en Digitality*.

* Digitality is een segmentatiemodel van Motivaction dat Nederlanders indeelt op basis van hun houding tegenover informatietechnologie, de wijze waarop zij hun digitale leven hebben ingericht en de drijfveren die hieraan ten grondslag liggen. Meer informatie over het model staat in de bijlage.

Veldwerk

Het veldwerk is uitgevoerd tussen 2 en 6 december 2022.

Leeswijzer

De resultaten in dit rapport worden gerapporteerd op totaalniveau. In de managementsamenvatting bespreken we daarnaast relevante verschillen op basis van leeftijd en Digitality.

We onderscheiden de volgende leeftijdsgroepen:

- 18-24 jaar (n=28)
- 25 t/m 34 jaar (n=150)
- 35 t/m 44 jaar (n=188)
- 45 t/m 54 jaar (n=229)
- 55 t/m 64 jaar (n=202)
- 65 t/m 80 (n=228)

We onderscheiden de volgende Digitality-segmenten:

- Digital conservatives (n=180). Deze mensen zijn meer introvert en traditioneel. Ze hebben een sterk wantrouwen ten aanzien van digitaliteit en privacy. Ze zijn alleen online als dat noodzakelijk is en het echt niet anders kan. Ze hebben weinig affiniteit met en kennis van technologie.

- Mainstream digitals (n=402). Deze mensen zijn nuchter en terughoudend digitaal. Ze zijn relatief onzeker over technologische ontwikkelingen. Ze gaan mee met de digitale massa, zonder een uitgesproken mening over het digitale leven.
- Digital interactors (n=180). Deze mensen zijn extravert en gevoelig voor sociale druk. Het gebrek aan technologische kennis is geen obstakel voor hen om sociale interactie met alles en iedereen te hebben.
- Digital functionalists (n=106). Deze mensen kenmerken zich als pragmatisch en verstandig. Ze hebben sterke affiniteit met technologie en zien de digitale wereld als een verrijking, maar niet op sociaal vlak. Ze kijken kritisch naar digitale ontwikkelingen.
- Full digitals (n=157). Nieuwsgierige en ambitieuze mensen. Zij zien geen onderscheid in online en offline leven. Nieuwe technologie maakt nieuwe ervaringen mogelijk vinden zij. Verder hebben zij geen problemen om persoonlijke informatie te delen online.

Managementsamenvatting

Bijna iedereen is op de hoogte van prijsplafond op energie

- 92% van de Nederlanders met een zelfstandig huishouden heeft gehoord of gelezen over het prijsplafond op energie.
- Dit vernamen zij vooral via het nieuws op televisie, de radio of in de krant (77%).
- 82% weet dat de verrekening automatisch gaat en men zelf niets hoeft te doen.

Ongeveer de helft vindt dat overheid en eigen energieleverancier voldoende communiceren over het prijsplafond

- Een kwart vindt dat de overheid te weinig communiceert; 27% dat de communicatie van de overheid duidelijk is.
- Ongeveer een kwart vindt dat de eigen energieleverancier te weinig communiceert; de inhoud van de communicatie wordt wisselend beoordeeld.

Vooral behoefte aan informatie over wat het prijsplafond betekent voor eigen energierekening en termijnbedrag

- Daarnaast geeft 36% aan te willen weten tot wanneer het prijsplafond geldt, 28% hoe het prijsplafond werkt als je in de loop van het jaar een jaarnota krijgt, 22% hoe het prijsplafond werkt als je zonnepanelen hebt en 20% wat het prijsplafond precies inhoudt.
- Circa een kwart hoeft geen verdere informatie over het prijsplafond.
- Het voorkeurskanaal voor nadere informatie over het prijsplafond is een e-mail of brief van de energieleverancier. Dit geldt voor alle uitgevraagde aspecten.

Verschillen naar leeftijd

- De leeftijdsgroepen zijn op de hoogte van het prijsplafond en de meesten weten ook dat ze zelf geen actie hoeven te ondernemen. Ook hun beoordeling van de communicatie van de overheid en energieleveranciers is vergelijkbaar, net als de aspecten waarover zij meer informatie willen ontvangen.
- 18-24 jarigen hebben wel iets minder vaak gehoord van het prijsplafond en weten minder vaak dat ze niets hoeven te doen. Zij zijn ook vaker benieuwd naar wat het prijsplafond betekent als je een warmtepomp hebt.
- 25-34 jarigen hebben wat vaker behoefte aan nadere informatie over het prijsplafond, met name vaker over hoe het werkt als je bent aangesloten op stadsverwarming/een warmtenet.
- 65-plussers lijken wat minder gericht op nieuws op internet en sociale media als bron van informatie over het prijsplafond. Zij hebben wat vaker een voorkeur voor de optie hun energieleverancier een vraag te stellen via telefoon (of e-mail) als het gaat om hoe het prijsplafond werkt als je zonnepanelen hebt en hoe het werkt als je in de loop van het jaar een jaarnota krijgt. Een brief of e-mail van de energieleverancier is echter het voorkeurskanaal voor alle onderwerpen.

Verschillen naar Digitality-segment

- De verschillen tussen de Digitality-segmenten zijn over het algemeen vrij klein.
- Wel zien we dat Digital conservatives wat minder gericht zijn op nieuws op internet, sociale media en zoekmachines als informatiekanal voor het prijsplafond. In dit segment zitten relatief veel vrouwen van 55 jaar of ouder met een lage opleiding en laag inkomen. Een brief (of e-mail) van de energie-leverancier is ook voor dit segment het voorkeurskanaal om hen te informeren.

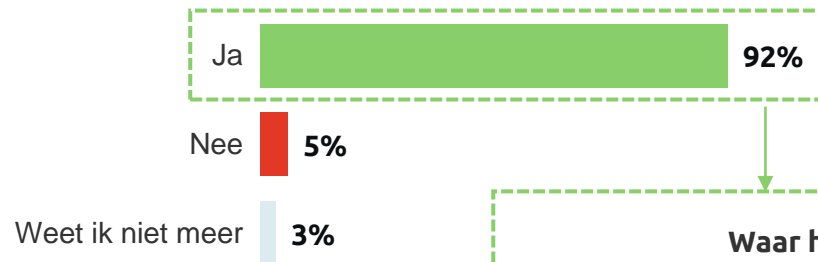
Resultaten



Bekendheid prijsplafond: bijna iedereen heeft iets vernomen van het prijsplafond op energie; meestal via het nieuws op tv, op radio of in krant

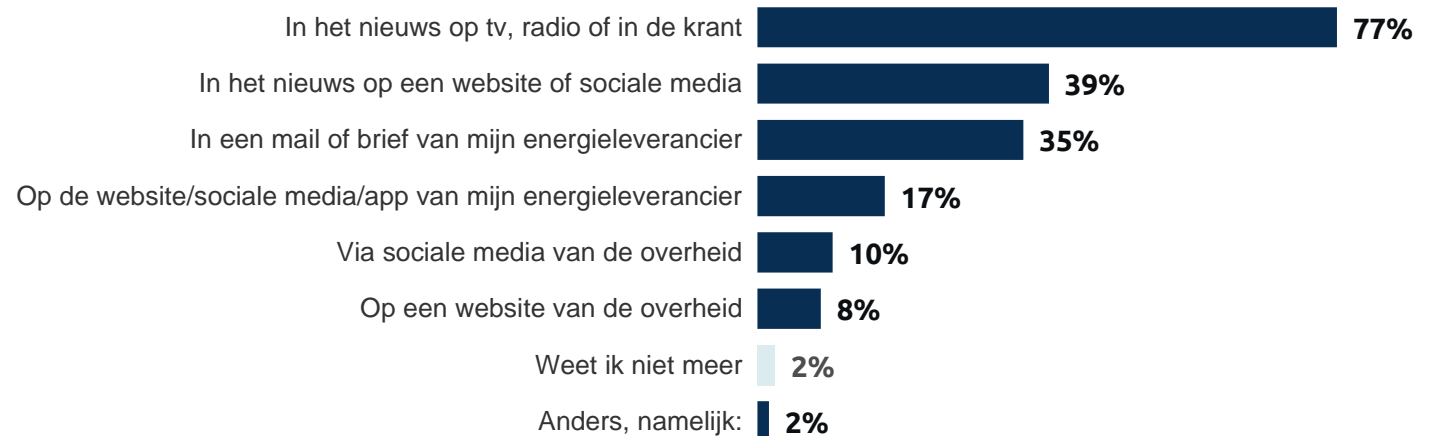
Heb je al eerder iets gehoord of gelezen over het prijsplafond op energie?*

(Basis - allen, n=1.025)



Waar heb je iets gehoord of gelezen over het prijsplafond op energie?

(Basis - Heeft gehoord/gelezen over het prijsplafond op energie, n=939)

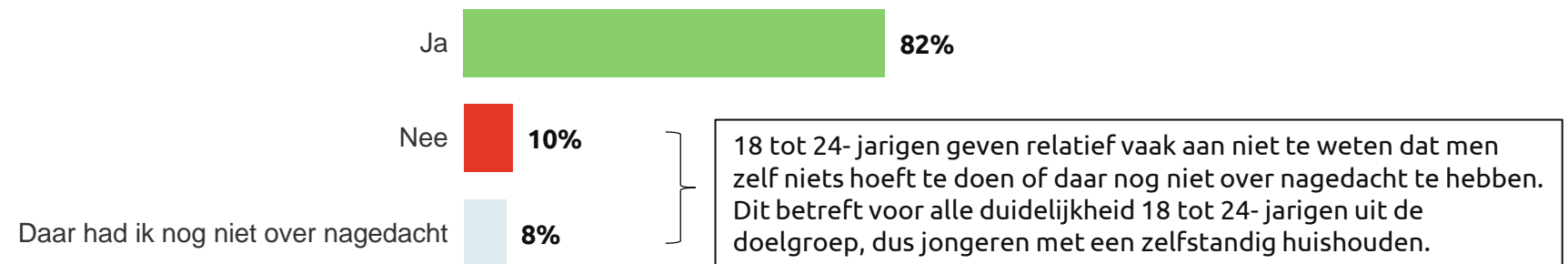


* Ter introductie gaven we respondenten de volgende toelichting: "In 2023 geldt een prijsplafond op energie voor huishoudens en andere kleinverbruikers. Voor gas betaal je maximaal €1,45 per m3 tot een verbruik van 1.200 m3. Voor stroom betaal je maximaal €0,40 per kWh tot een verbruik van 2.900 kWh. Voor het energieverbruik boven het plafond betaal je het tarief uit jouw energiecontract. De tarieven zijn inclusief energiebelasting en btw."

Bekendheid automatische toepassing prijsplafond: ruime meerderheid weet dat men zelf geen actie hoeft te ondernemen

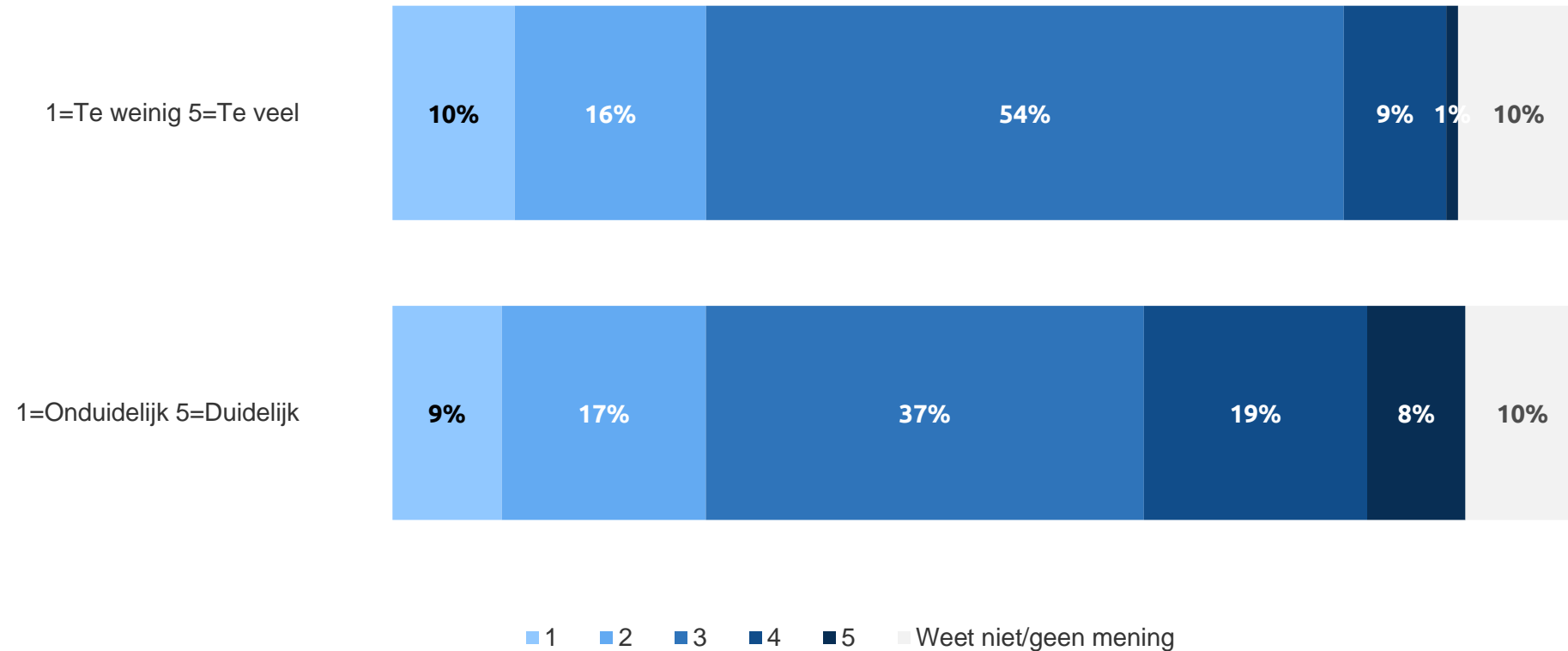
Het prijsplafond op energie wordt automatisch toegepast door de energieleveranciers. Je hoeft zelf niets te doen. Wist je dat je zelf niets hoeft te doen?

(Basis - allen, n=1.025)



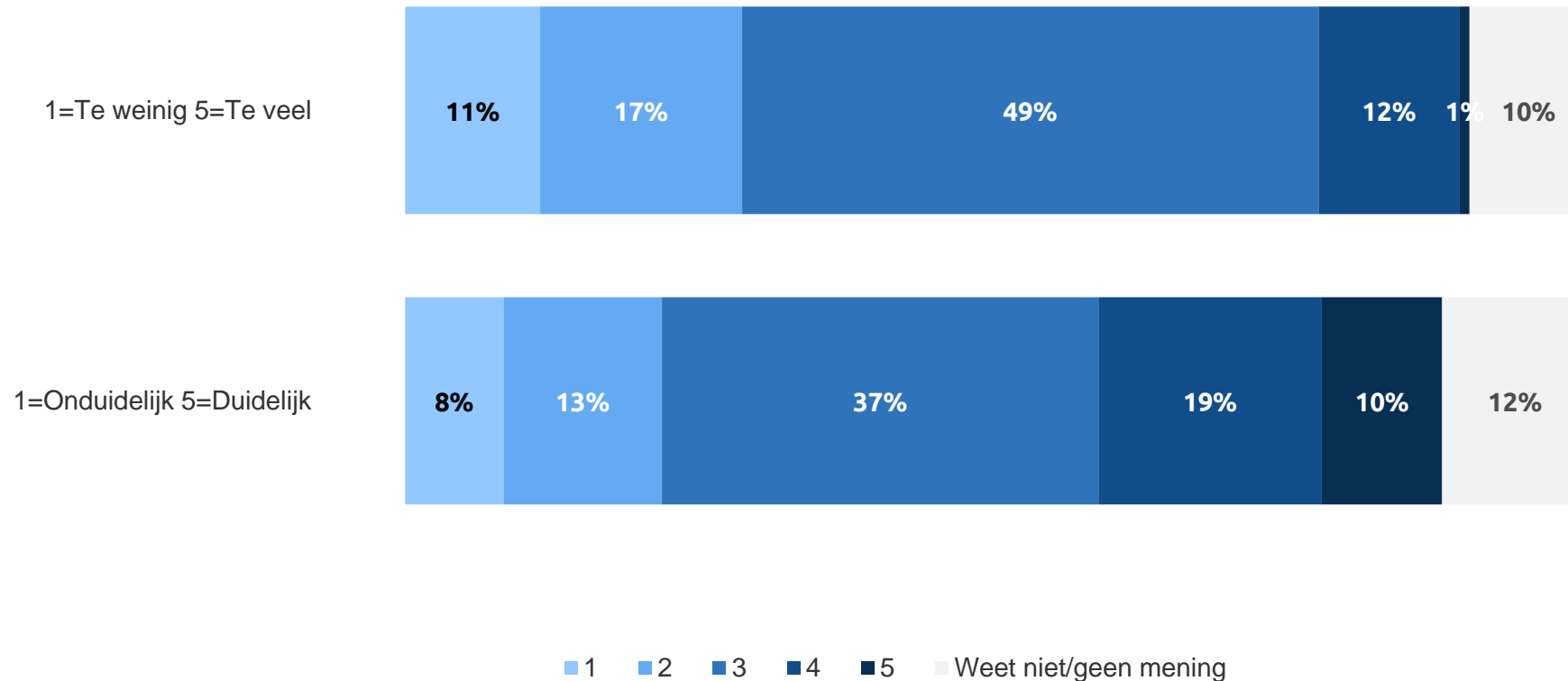
Communicatie overheid: kwart vindt dat overheid te weinig en onduidelijk communiceert over prijsplafond

Wat vind je van de communicatie van de overheid over het prijsplafond tot nu toe? (Basis – allen, n=1.025)



Communicatie energieleverancier: ongeveer een kwart vindt dat energieleverancier te weinig communiceert over prijsplafond; inhoud van de communicatie wordt wisselend beoordeeld

Wat vind je van de communicatie van jouw energieleverancier over het prijsplafond tot nu toe? (Basis – allen, n=1.025)



Informatiebehoefte: meeste behoefte aan inzicht in wat prijsplafond voor eigen energierekening en termijnbedrag betekent

Het voorkeurskanaal voor nadere informatie over tot wanneer het prijsplafond geldt, is een mail/brief via de energieleverancier. Dit voorkeurskanaal geldt voor alle uitgevraagde aspecten (zie bijlage).*

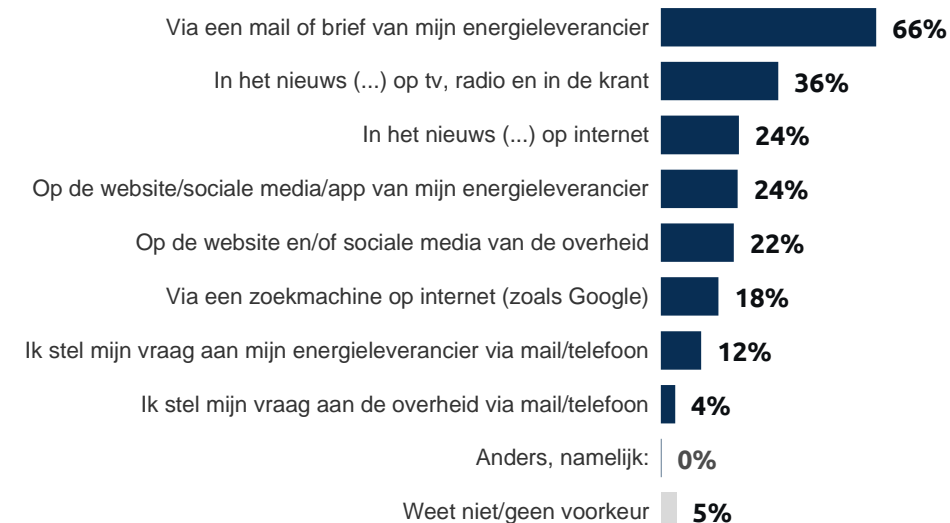
Over welk onderwerp zou je meer informatie willen ontvangen?

(Basis - allen, n=1.025)



Op welke manier wil je meer informatie ontvangen over [Tot wanneer het prijsplafond geldt]?

(Basis - Wil hier meer info over, n=349)



* Voor het aspect 'Wat het prijsplafond betekent voor mijn energierekening en termijnbedrag' is het voorkeurskanaal niet uitgevraagd, omdat deze informatie alleen door de leverancier zelf kan worden geleverd.



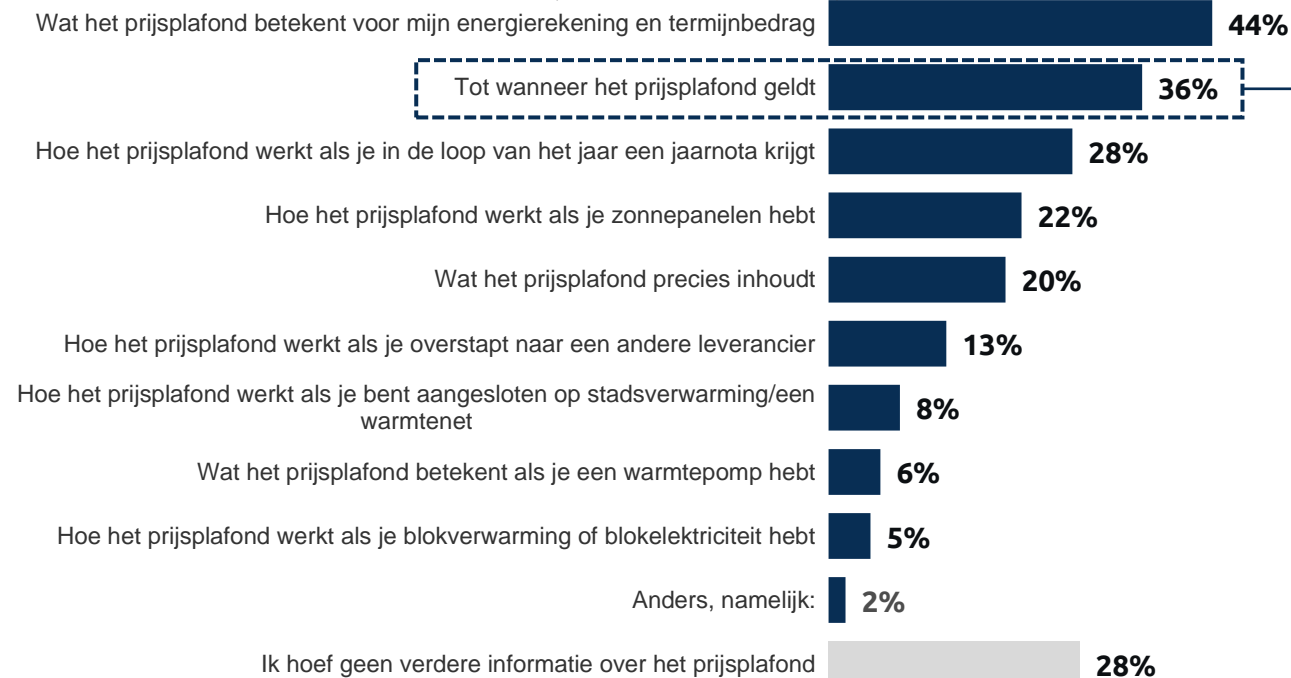
Bijlagen



Informatiekanaal duur regeling: over tot wanneer het prijsplafond geldt, ontvangt merendeel liefst mail/brief via energieleverancier

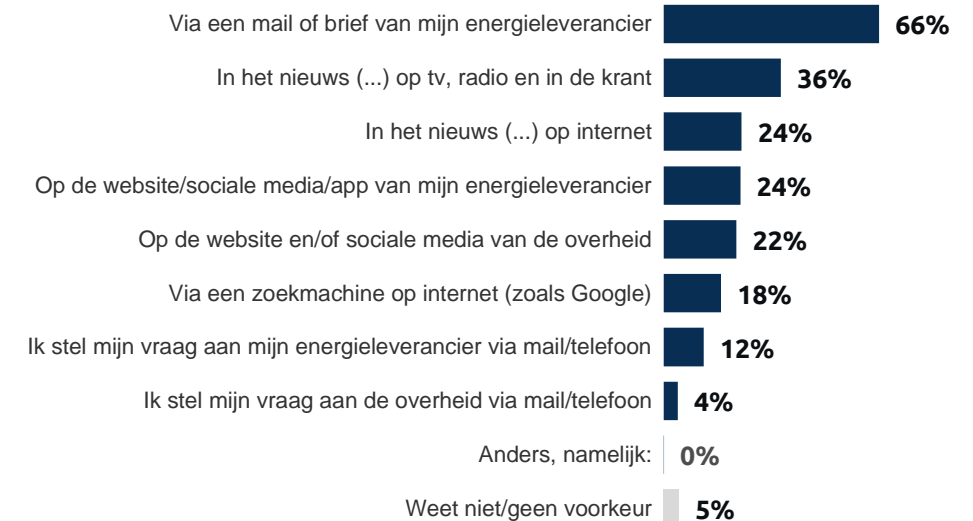
Over welk onderwerp zou je meer informatie willen ontvangen?

(Basis - allen, n=1.025)



Op welke manier wil je meer informatie ontvangen over [Tot wanneer het prijsplafond geldt]?

(Basis - Wil hier meer info over, n=349)



Informatiekanaal jaarnota: over hoe prijsplafond werkt bij jaarnota ontvangt merendeel liefst mail/brief energieleverancier

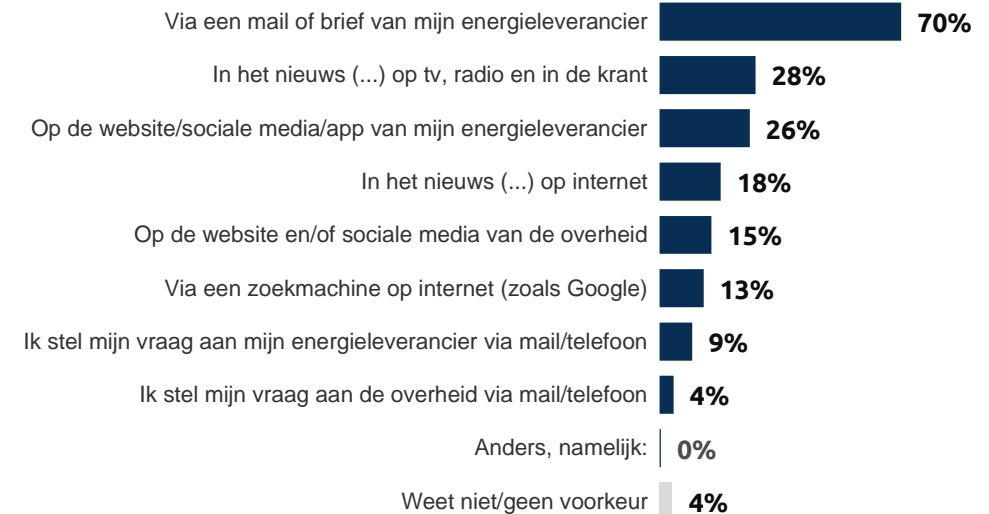
Over welk onderwerp zou je meer informatie willen ontvangen?

(Basis - allen, n=1.025)



Op welke manier wil je meer informatie ontvangen over [Hoe het prijsplafond werkt als je (...) een jaarnota krijgt]?

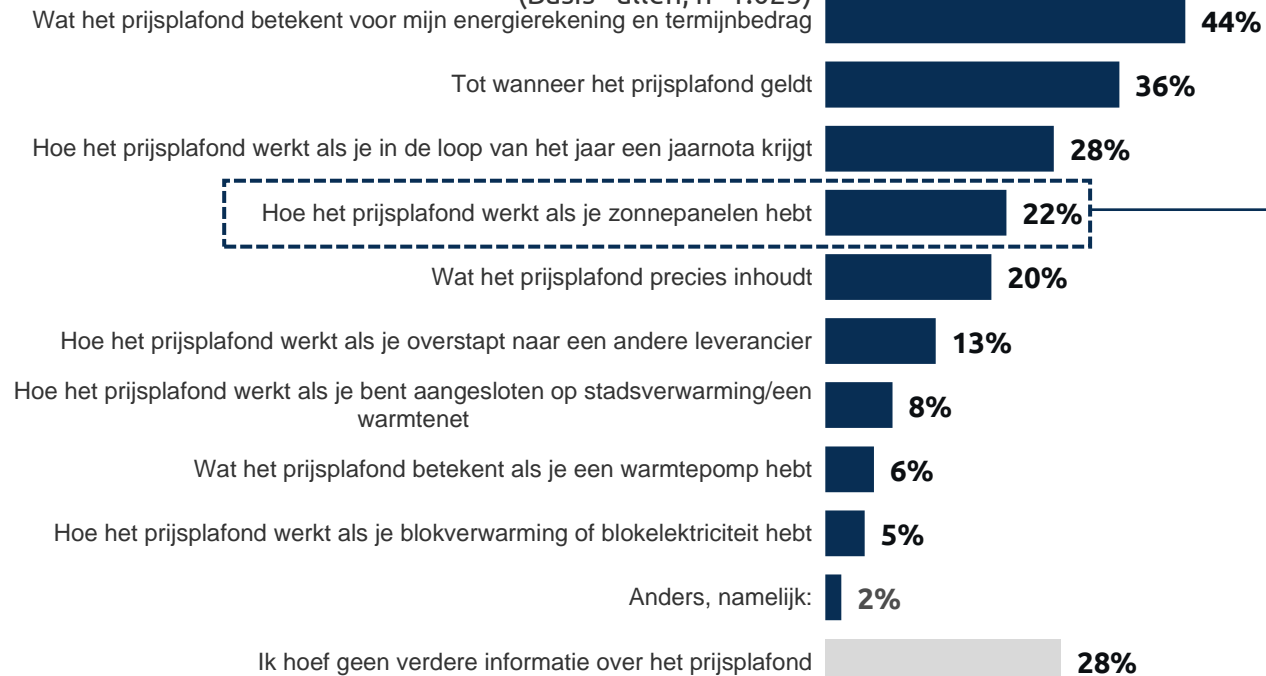
(Basis - Wil hier meer info over, n=261)



Informatiekanaal zonnepanelen: over hoe prijsplafond werkt bij zonnepanelen ontvangt merendeel liefst mail/brief van energieleverancier

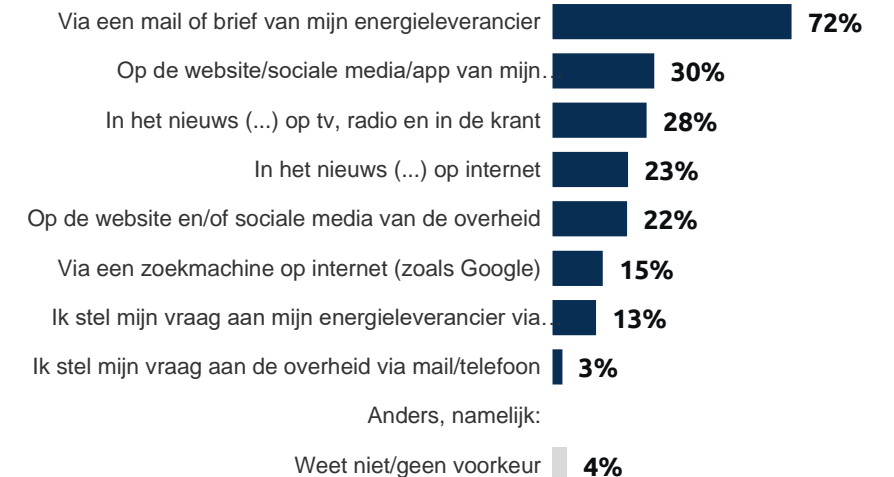
Over welk onderwerp zou je meer informatie willen ontvangen?

(Basis - allen, n=1.025)



Op welke manier wil je meer informatie ontvangen over [Hoe het prijsplafond werkt als je zonnepanelen hebt]?

(Basis - Wil hier meer info over, n=213)



Informatiekanaal precieze inhoud: over wat prijsplafond precies inhoudt, ontvangt merendeel liefst mail/brief van energieleverancier

Over welk onderwerp zou je meer informatie willen ontvangen?

(Basis - allen, n=1.025)



Op welke manier wil je meer informatie ontvangen over [Wat het prijsplafond precies inhoudt]?

(Basis - Wil hier meer info over, n=182)



Informatiekanaal overstap: over hoe prijsplafond werkt bij overstap naar andere leverancier ontvangt merendeel liefst mail/brief van energieleverancier

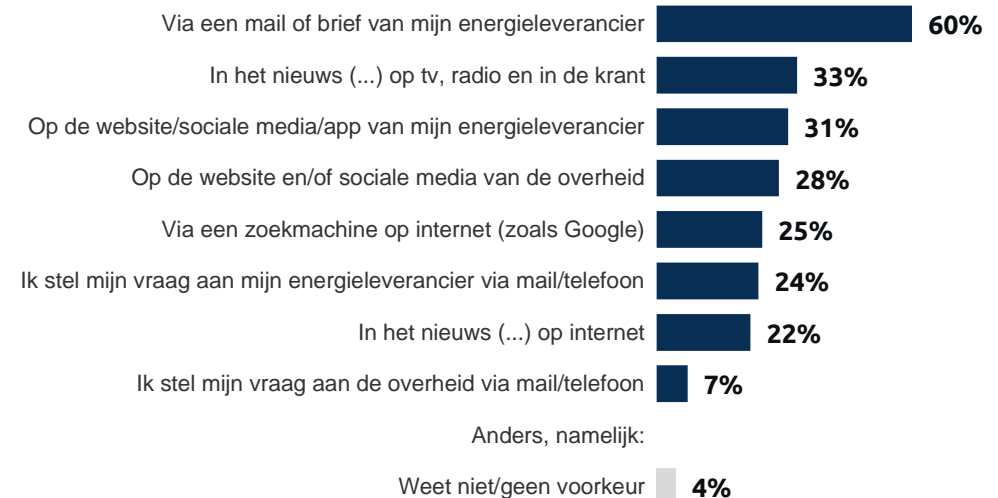
Over welk onderwerp zou je meer informatie willen ontvangen?

(Basis - allen, n=1.025)



Op welke manier wil je meer informatie ontvangen over [Hoe het prijsplafond werkt als je overstapt naar een andere leverancier]?

(Basis - Wil hier meer info over, n=120)



Informatiekanaal stadsverwarming: over hoe prijsplafond werkt bij stadsverwarming/warmtenet ontvangt merendeel liefst mail/brief van energieleverancier

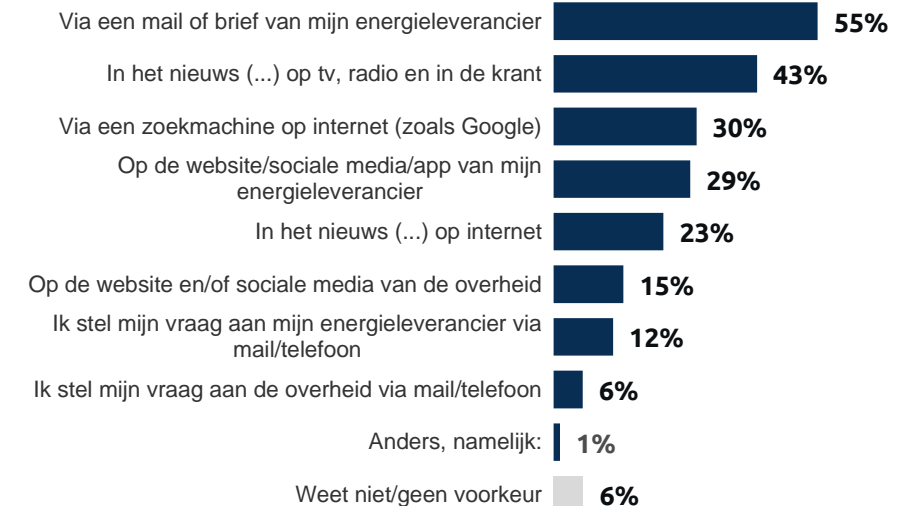
Over welk onderwerp zou je meer informatie willen ontvangen?

(Basis - allen, n=1.025)



Op welke manier wil je meer informatie ontvangen over [Hoe het prijsplafond werkt als je bent aangesloten op stadsverwarming/een warmtenet]?

(Basis - Wil hier meer info over, n=74)



Informatiekanaal warmtepomp: over betekenis prijsplafond bij warmtepomp ontvangt merendeel liefst mail/brief van energieleverancier

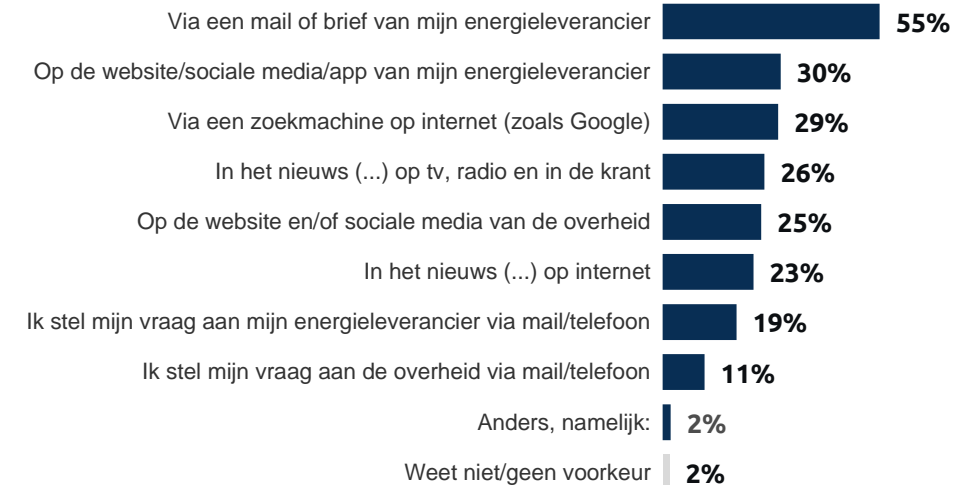
Over welk onderwerp zou je meer informatie willen ontvangen?

(Basis - allen, n=1.025)



Op welke manier wil je meer informatie ontvangen over [Wat het prijsplafond betekent als je een warmtepomp hebt]?

(Basis - Wil hier meer info over, n=51)



Informatiekanaal blokverwarming: over hoe prijsplafond werkt bij blokverwarming/-elektriciteit ontvangt merendeel liefst mail/brief energieleverancier

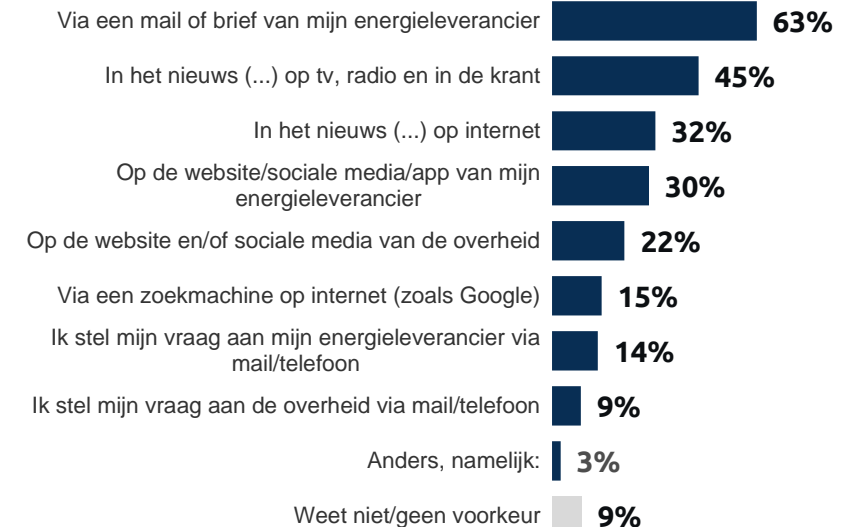
Over welk onderwerp zou je meer informatie willen ontvangen?

(Basis - allen, n=1.025)



Op welke manier wil je meer informatie ontvangen over [Hoe het prijsplafond werkt als je blokverwarming/-elektriciteit hebt]?

(Basis - Wil hier meer info over, n=47)

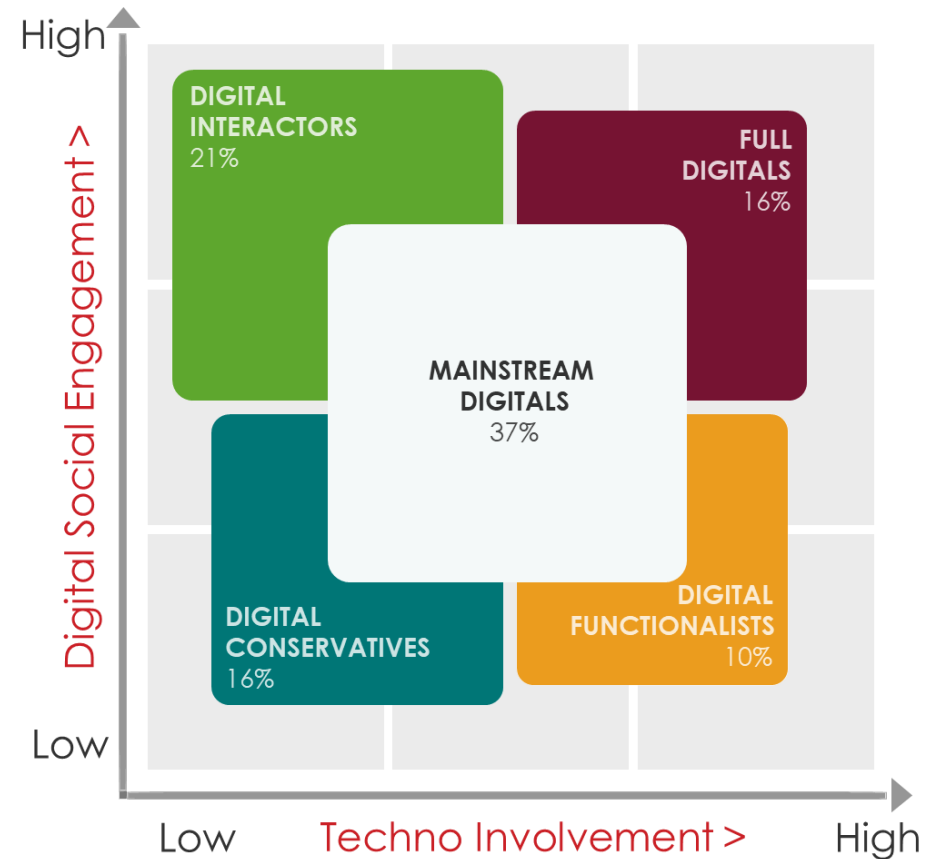


Digitality-model

Digitality is een segmentatiemodel van Motivaction dat Nederlanders indeelt op basis van hun houding tegenover informatietechnologie, de wijze waarop zij hun digitale leven hebben ingericht en de drijfveren die hieraan ten grondslag liggen. We hebben het model ontwikkeld op basis van schriftelijk onderzoek onder een representatieve steekproef Nederlanders van 15 tot 80 jaar.

We onderscheiden vijf typen digitale burgers (zie afbeelding hiernaast) die verschillend scoren op 6 onderliggende dimensies:

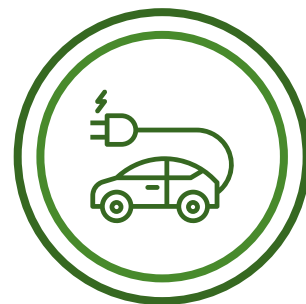
- Social: de mate waarin het sociale leven zich online afspeelt.
- Tech-savvy: de mate waarin het gebruik van (online) technologie comfortabel is.
- Escapisme: de mate waarin het digitale domein een plek is om te ontsnappen aan het dagelijks leven.
- Wantrouwen en privacy: de mate waarin privacy binnen het digitale domein wordt gewantrouwd.
- Interactie: de mate waarin functionele interacties in het digitale domein plaatsvinden.
- Online transacties: de mate waarin men bereid is om digitaal aankopen te doen.



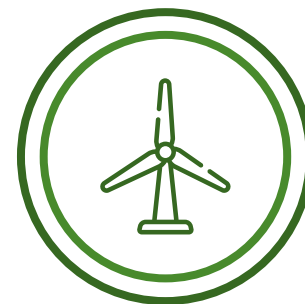
Wij verminderen onze footprint



Motivaction
is ISO 14001-
gecertificeerd



Motivaction
gebruikt
energiezuinige
auto's



Motivaction
gebruikt groene
stroom



Motivaction
gebruikt uitsluitend
papier met een FSC-
label

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage - anders dan integrale publicatie - is echter schriftelijke toestemming vereist van Motivaction International B.V.

Beeldmateriaal

Motivaction heeft datgene gedaan wat redelijkerwijs van ons verwacht kan worden om de rechthebbenden op beeldmateriaal te achterhalen. Mocht u desondanks menen recht te kunnen doen gelden op gebruikt beeldmateriaal, neem dan contact op met Motivaction.

Pers- en publicatiebeleid

Het vermelden van de naam van Motivaction in persberichten en/of andere publicaties over door Motivaction uitgevoerd onderzoek is gebonden aan een aantal voorwaarden, zoals vastgelegd in ons [Pers- en publicatiebeleid](#).

Motivaction International B.V.

Marnixkade 109F
1015ZL Amsterdam

Postbus 15262
1001MG Amsterdam

020 589 83 83

info@motivaction.nl

www.motivaction.nl

Weet wat mensen drijft.

motivaction
insights and strategy