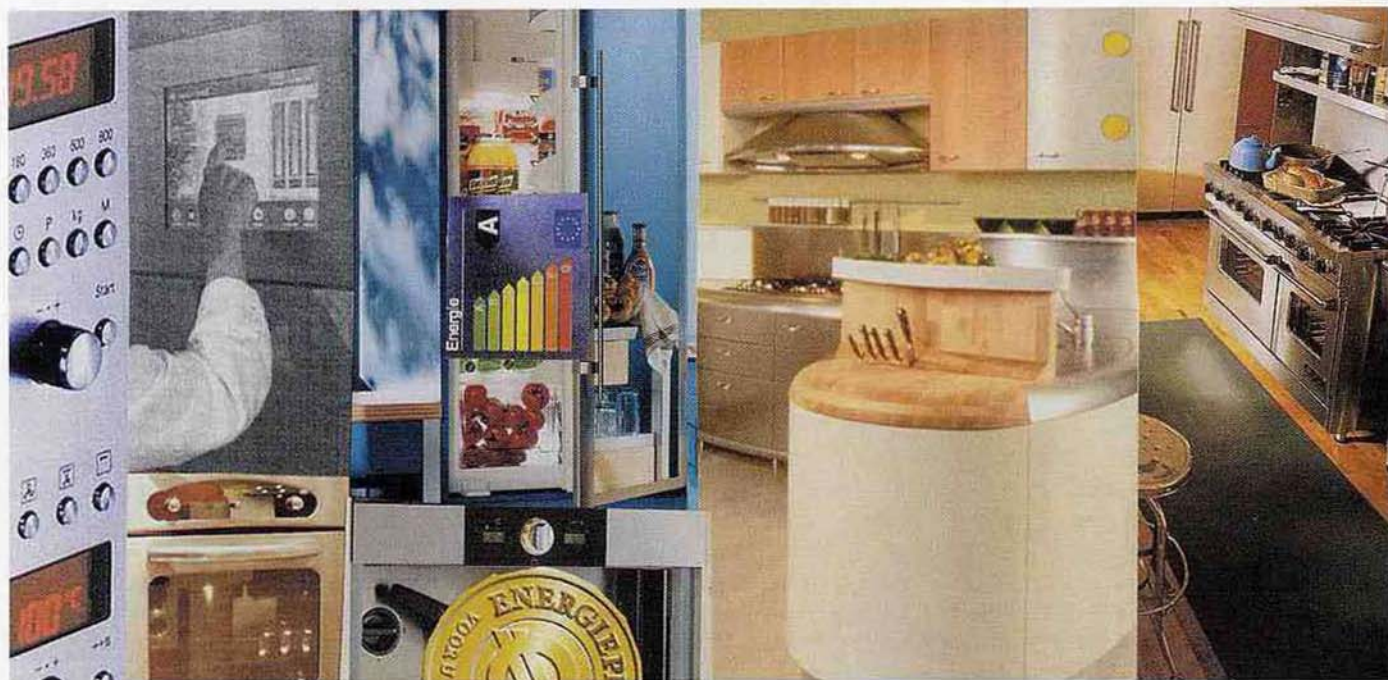


# Keuken kan veel meer bijdragen aan energiebesparing

*Uitgekiende concepten voor eigenaar-bewoner*



Energiebesparing en milieumaatregelen maken in meer of mindere mate deel uit van de gangbare praktijk bij corporaties. Het corporatiebezit is echter maar een deel van het totale woningbestand. In Nederland zijn er een miljoen meer koop- dan sociale huurwoningen (totaal koopwoningen 3,4 miljoen). Juist bij eigenaar-bewoners hebben energiebesparing en milieumaatregelen wat minder prioriteit. De overheid is naarstig op zoek naar wegen om deze doelgroep beter te bereiken. Zo is het Energie Prestatie Advies EPA met name voor deze doelgroep geïntroduceerd. Maar er zijn meer mogelijkheden.

JELLE PERSOON

Een van de strategieën om de markt van eigenaar-bewoners te veroveren voor energiebesparing en milieumaatregelen is een koppeling te leggen tussen (verbetering van de) keukenuitrusting en energie/milieu. In feite is de keuken de machinekamer van de woning.

Niet alleen staat daar de keukenuitrusting in de vorm van keukenblok, kasten en huishoudelijke apparatuur, maar hier vindt ook tweederde van de mechanische ventilatie plaats. Een belangrijk deel van het (warm)tapwaterverbruik en het elektraverbruik wordt hier gerealiseerd. Maatregelen in de keuken kunnen dus een grote impact hebben op energiegebruik en binnenmilieu.

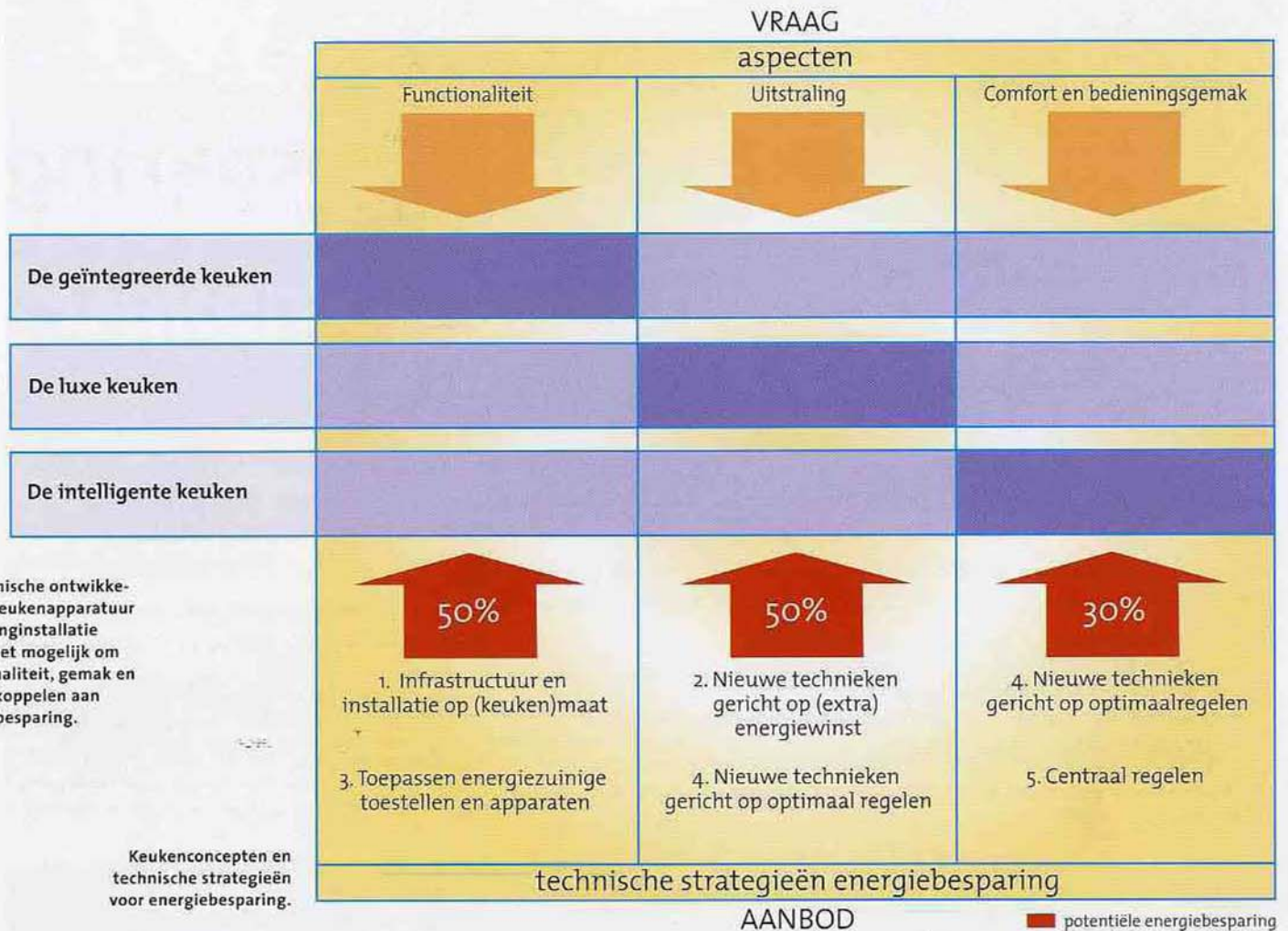
**POTENTIËLE BESPARING** ► De potentiële energiebesparing vanuit de keuken bedraagt volgens het onderzoek Ecokeuken Gelderland<sup>1</sup> dan ook circa

50 procent van het woninggebruik. De keuken (samen met de douche) is bovendien het visitekaartje van de woning. Het afwerkings- en uitrustingsniveau zijn hier belangrijk en investeringen en ambities hoog.

**LEVENSDUUR TWAALF JAAR** ► In de particuliere markt (eigenaar-bewoners) worden jaarlijks circa 250.000 keukens afgezet. Dit betekent dat de levensduur van de keuken zo'n twaalf jaar bedraagt. Ruim 15 procent van deze markt wordt gevormd door keukens die goedkoper zijn dan 15.000 gulden. Bijna 50 procent van de keukens kost tussen de 15.000 en 20.000 gulden en ruim 35 procent is duurder. De bovenkant van de markt ligt rond de 100.000 gulden.

Natuurlijk is energiebesparing geen verkoopitem voor keukens aan particulieren. Gemak (comfort), luxe of uitstraling zijn dit wel. De technische ontwikkeling in keukenapparatuur en woninginstallatie maakt het mogelijk om functionaliteit, gemak en luxe te koppelen aan vergaande energiebesparing. Uitgekiende keukenconcepten maken dit mogelijk. Uiteraard is de vraag: wie benut nu die kansen? De





De technische ontwikkeling in keukenapparatuur en woninginstallatie maakt het mogelijk om functionaliteit, gemak en luxe te koppelen aan energiebesparing.

Keukenconcepten en technische strategieën voor energiebesparing.

overheid moet natuurlijk haar rol spelen door stringenter regelgeving. Maar ook corporaties kunnen mogelijk een rol spelen door de ervaring en kennis die ze al hebben opgedaan.

**TENDENSEN** ► Er wordt steeds meer apparatuur ingebouwd in de keuken. Niet alleen apparaten, maar ook woninginstallaties afgestemd op de keuken zoals afzuiging en warmtapwater. Het functioneren van de apparatuur wordt steeds verbeterd. Regel- en instelmogelijkheden nemen toe. Zo worden koelkasten voorzien van een betere indeling, *frost free* gemaakt en zelfs aangesloten op internet. Kooktoestellen worden efficiënter (gesloten gastoestellen) en uitgerust met sensoren waardoor de temperatuur wordt geregeld. Daarnaast worden keukenapparaten zelfstandige meubels. Denk maar aan koelkasten, kooktoestellen en afzuigkappen. Met betrekking tot keukens kunnen vijf strategieën worden onderscheiden waarmee energie kan worden bespaard<sup>1</sup>. Deze strategieën richten zich op de volgende aspecten:

1. Infrastructuur en installatie op keukenmaat. (Be-

perking leidinglengte warmtapwater; warmwatertoestel specifiek voor keukens; extra tappunten voor hotfill; uitgekende plaats koelkast en verlichting).

2. Nieuwe technieken gericht op (extra) energiewinst. (Afzuigkap met warmteterugwinning; warmwatertoestel met warmte uit afzuigkap; zonneboiler omringd met warmtebuffer in keukens).

3. Toepassen energiezuinige toestellen en apparaten. A-label apparaten; HR waskap; afzuigkap met gelijkstroom motor; afzuigkap met sensoren; gesloten gaskookstel (gas onder glas).

4. Nieuwe technieken gericht op optimaal regelen. (Sensoren op kooktoestellen, verlichting e.d.; regeling van temperatuur en luchtcirculatie in koelkasten (*frost free*)).

5. Centraal regelen. (Huisnetwerk (toegepast in Gelderland keukens). Het is duidelijk dat de laatste strategie nog

het meest in de experimenteerfase verkeert.

**KEUKENCONCEPTEN** ► Door de drie belangrijkste aspecten voor de consument (functionaliteit, uitstraling (luxe) en comfort) te koppelen aan die drie strategieën voor energiebesparing kunnen drie keukenconcepten worden onderscheiden, waarin de vraagaspecten een verschillend accent hebben. De technische strategie voor energiebesparing is hierop aangepast.

Met deze herkenbare concepten kan beter met de markt worden gecommuniceerd.

We onderscheiden:

- De geïntegreerde keuken. Functionaliteit staat hier voorop. Apparaten, maar eventueel ook toestellen voor woninginstallaties zijn over het algemeen weggewerkt en ingebouwd. Aandacht is besteed aan de plaats van



## Marktstrategieën

Kijkend naar de spelers in de markt stellen we de volgende marktstrategieën ter discussie, waarbij keukenconcepten met energiebesparing een substantieel marktdeel kunnen veroveren.

### *Een zo gunstig mogelijke prijs-kwaliteitverhouding.*

In deze strategie wordt energiebesparing ingezet als prijsdrukker.

Het meest geschikte keukenconcept is de geïntegreerde keuken.

Het is duidelijk dat alle doelgroepen hier wel in geïnteresseerd zullen zijn.

Het accent ligt echter op consumenten met weinig geld.

Via subsidie wordt de prijs gedrukt. De huidige energiepremie kan als uitgangspunt dienen. EPA (voor installaties) en apparatenlabel dienen nu al als middel. Aan de wijze waarop subsidie wordt gegeven zou kunnen worden gesleuteld (gecombineerd A-label, ook A-label voor kookapparaten en afzuigkappen etc, premie door de verkoper uit laten keren).

Deze keukens zullen voornamelijk worden verkocht door keukenketens.

Een stimulans kan uitgaan van consumentenorganisaties.

De low budget keuken zou een variant op dit concept kunnen zijn. Een eenvoudige keuken met beperkte apparatuur, maar wel energiezuinig en sterk concurrerend met wat op deze markt gangbaar is.

### *Op maat, met het accent op high tech uitstraling.*

Energiebesparing wordt hier verkocht als 'nieuwste technisch ontwikkeling' en 'exclusief'.

De doelgroep heeft veel geld. Het keukenconcept is de luxe keuken.

De doelgroep waarvoor dit interessant is, richt zich op de keukenbouwers, gestimuleerd door glossy (woon)bladen.

Met name hier zullen ook gunstige financieringsvoorwaarden van belang kunnen zijn. Groene financiering is wellicht mogelijk.

Leveranciers hebben de taak om aan de keukenbouwers te laten zien dat de 'nieuwste technische ontwikkelingen' er ook zijn. De overheid zou een rol kunnen spelen om te zorgen dat de ontwikkelingen er ook komen.

### *Op maat, met het accent op bedieningsgemak.*

Energiebesparing wordt hier gekoppeld aan bediening. De doelgroep is rijk, maar vooral ook senior. Het keukenconcept is de intelligente keuken.

Hier komt de corporatie als nieuwe partij om de hoek kijken. In de huursector spelen zij meer en meer in op de dienstverlening naar senioren. Door hun diensten rendabel te maken, zou een uitbreiding naar eigenaar-bewoners een mogelijke stap zijn. Het gaat dan vooral om voorlichting en bemiddeling.

De overheid zou een belangrijke stimulerende rol kunnen spelen door voorlichting en door stimulering van technische ontwikkeling op dit vlak.

apparaten, leidingen etc.

- De luxe keuken. Hier staat uitstraling voorop. Nieuwste snuffjes in techniek kunnen, mits ook aandacht is besteed aan het uiterlijk, prima worden ingepast.

- De intelligente keuken. Deze is volgestopt met elektronica, waardoor een hoge mate van comfort en bedieningsgemak wordt gerealiseerd. Energiebesparing en optimale regeling van apparaten en toestellen hangen nauw met elkaar samen.

**MARKTPARTIJEN** ► Traditioneel zijn bij de keukens de marktpartijen naar de volgende diensten in te delen: leveren, verkopen en aanbrengen. Voor de keuken is het karakteristiek

dat er een groot aantal leveranciers bij betrokken (kunnen) zijn: leveranciers van keuken(kasten), apparaten en toestellen.

Bij het verkopen vormen de bouwmarkten, doe-het-zelf bedrijven en woonwarenhuizen tezamen een kleine minderheid: circa. 10 procent. De overige keukens worden verkocht door inkooporganisaties en keukenketens. De grote stijger is de keukenbouwer.

Dit zijn veelal kleine bedrijven, die zelf keukens samenstellen.

De laatste categorie zal waarschijnlijk tot zo'n 30 procent van de markt (gaan) bedienen. Het belangrijkste motief voor de koper is hier de keuken op maat.

Bij de keukenketens zit binnen één ke-

**JAARLIJKS WORDEN IN DE PARTICULIERE  
MARKT 250.000 KEUKENS AFGEZET.  
ER KOMEN STEEDS MEER NIEUWE SPELERS  
IN HET VELD DIE DAAROP INSPLEN**

ten een divers aanbod: van discount tot luxe. Het belangrijkste motief hier is de gunstige prijs-kwaliteitverhouding.

Bij alle verkopers bestaan keukens uit keukenkasten, -apparatuur en afzuigkappen.

**NIEUWE DIENSTEN** ► Met betrekking tot keukens worden ook nieuwe diensten belangrijker. Met het toenemend eigen woningbezit wordt belangenbehartiging van consumenten en eigenaar-bewoners belangrijker (Vereniging Eigen Huis, Consumentenbond).

In het verlengde van de belangenbehartiging ligt hier ook een voorlichtende taak. Met name op het vlak van energie neemt de landelijke en lokale overheid deze op zich. Omdat het om grote en steeds grotere bedragen gaat, is financiering een belangrijke en belangrijker wordende dienst, en vanuit energie ook subsidiëring.

**NIEUWE SPELERS** ► In de tijd van liberalisering en privatisering zijn diverse partijen ook op zoek naar nieuwe terreinen (en spelers). De corporaties vormen zo'n partij. Zij breiden hun dienstverlening voor hun oorspronkelijke doelgroep sterk uit. Zij bieden hun huurders steeds meer keuzemogelijkheden en luxe in keuken en badkamer. Steeds meer corporaties hebben uitgebreide showrooms en nemen bijna de verkoopfunctie van de keukenleverancier over. In het verlengde hiervan wil men ook wel de eigenaar-bewoner bedienen. «

1. ECOKEUKEN GELDRAND: LCA-ANALYSE, ONDERZOEK NAAR DE MILIEUBELASTING VAN DE KEUKEN EN DE POTENTIËLE MILIEUWINST VAN DE ECOKEUKEN, PRE, JUNI 1998.

DIT ARTIKEL IS GESCHREVEN NAAR AANLEIDING VAN EEN ORIËTEREND ONDERZOEK VAN NOVEM 'KEUKENVERBETERING ALS AANKNOPINGSPUNT VOOR MARKTSTRATEGIEËN VOOR ENERGIEBESPARING'.

IR. JELLE PERSOON IS SENIOR ADVISEUR VAN BOUWHULP GROEP TE EINDHOVEN