

Energiedashboard 2026

Inhoudsopgave

- >
- >
- >
- >
- >
- >
- >
- >
- >



Energiedashboard 2026

Hoe houdt de consument stand in een grillige energiemarkt?

Een oorlog in het Midden-Oosten, waardoor de brandstofprijzen de pan uit stijgen. Een overbelast elektriciteitsnet in Utrecht, waardoor er een stop komt op nieuwe stroomaansluitingen. En een aangekondigde verhoging van de nettarieven tijdens drukke momenten op de dag. Eén ding is duidelijk in het voorjaar van 2026: de energiemarkt is grilliger dan ooit.

Die grilligheid brengt onzekerheden met zich mee: kan ik mijn energierekening nog wel betalen? Krijg ik nog stroom in mijn nieuwe huis? Heeft het nog zin om zonnepanelen te kopen? Maar die grilligheid biedt ook kansen voor de energietransitie en de energierekening: wie nu investeert in bijvoorbeeld isolatie of flexibiliteit, plukt daar al snel de vruchten van.

Grip en invloed op energiekosten en transitie

ANWB vindt het belangrijk dat consumenten kansen kunnen grijpen en benutten. Daarvoor is het in de eerste plaats nodig dat zij de juiste kennis hebben om te weten wat zij kunnen doen. Die kennis geeft hen **grip** op hun energierekening en op de mogelijkheden die de energietransitie biedt. Vervolgens hebben zij de middelen nodig om de mogelijke acties ook daadwerkelijk uit te voeren. Zo kunnen zij **invloed** uitoefenen op zowel hun eigen kosten als op de overgang naar duurzame energie.

De vraag is nu wat consumenten kan helpen om hun grip en invloed op de energierekening te vergroten. Daarvoor is het zinvol om te weten hoe het er nu voor staat. Hoeveel kennis hebben consumenten van de energietransitie en hun eigen mogelijkheden? Wat beweegt hen om al dan niet in de transitie mee te gaan en te investeren in energiemaatregelen? En wat verwachten ze daarbij van beleidsmakers en de politiek?

Over die vragen hebben wij een onderzoek laten doen onder ruim 2000 consumenten. In dit dashboard leest u de antwoorden. Die antwoorden geven inzicht in wat consumenten nu al doen én wat zij nodig hebben om volgende stappen te zetten. Daarmee biedt dit dashboard de ingrediënten voor een gericht en passend beleid om de energietransitie te versnellen en energiearmoede te voorkomen.

Representatief onderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd tussen 19 en 30 maart 2026. Er deden 2013 respondenten aan mee van 18 jaar en ouder. Kijk voor de samenstelling van de respondentengroep in de verantwoording achterin dit dashboard.

Management-samenvatting

Het jaar 2026 kenmerkt zich tot nu toe door een uiterst grillige energiemarkt. Dat leidt tot onzekerheid bij consumenten, maar biedt ook kansen voor de energietransitie en degenen die daarin meegaan. Wie gaat er wel mee en wie niet? Dat is een kwestie van kennis, houding en gedrag.

Kennisniveau verschilt, en daarmee de investeringsbereidheid

Dit Energiedashboard laat zien dat de meerderheid van de consumenten (enige) kennis heeft van energie. Die kennis is het grootst bij consumenten met een hogere opleiding en een hoger inkomen. Bij groepen met een lagere opleiding en een lager inkomen blijft de kennis achter. Meer kennis leidt tot een grotere bereidheid om te investeren in energiemaatregelen. Een lager kennisniveau resulteert vaker in afwachtend gedrag. Daarom is kennis een bepalende factor.

Belang energietransitie breed erkend, maar onzekerheid over kosten

Kijken we naar de houding van consumenten, dan zien we dat de meerderheid belang hecht aan de energietransitie. Daarbij vallen vooral de middeninkomens op: zij vinden de energietransitie het belangrijkste. Ook erkennen de meeste mensen de

noodzaak om in actie te komen. Tegelijkertijd wordt de ervaren invloed begrensd door zorgen over de kosten en door de overtuiging dat de energieprijzen niet te veranderen zijn. De verwachtingen van de overheid zijn over het algemeen lager dan in 2025. Toch vindt men nog steeds dat financiële steun en duidelijke regels voor consumenten belangrijke taken van de overheid zijn.

Gedrag richt zich vooral op besparen, investeren is minder populair

Qua gedrag zien we dat consumenten in 2026 iets meer meegaan in de energietransitie dan in 2025. Daarbij kiest men vooral voor energie besparen en deels ook voor het verleggen van het energiegebruik naar andere tijden op de dag. Investeren in energiemaatregelen, zoals isolatie of zonnepanelen, lijkt vooral weggelegd voor consumenten met een hoger inkomen en/of een eigen woning. Consumenten met een lager inkomen, een sociale huurwoning en een laag kennisniveau blijven achter en profiteren daardoor mogelijk minder van de voordelen op de lange termijn.

Bij middeninkomens ligt de grootste potentie voor investeringen

Zoomen we wat dieper in, dan blijkt dat inkomen een doorslaggevende factor is voor kennis, houding en gedrag in de energietransitie. Bij lagere inkomens zien we minder kennis, meer financiële zorgen en daardoor vooral besparingsgedrag, terwijl investeringen achterblijven. Consumenten met hogere inkomens hebben juist al vaker geïnvesteerd in energiemaatregelen; zij tonen actief gedrag. De grootste potentiële beweging zit bij de middeninkomens: deze mensen combineren een relatief hoge motivatie en betrokkenheid met een sterke intentie om te investeren.



Wat is er nodig om de energietransitie te versnellen?

Om de energietransitie verder te versnellen, zal het beleid moeten inzetten op het vergroten van de invloed van mensen. Veel consumenten weten dat het investeren in energiezuinig en flexibele apparaten hen meer grip en invloed geven en willen dat ook graag doen. Maar het ontbreekt hen nog vaak aan de mogelijkheden, middelen en het vertrouwen om dat ook werkelijk te doen.

Dat geldt het meest voor de middeninkomens: zij hebben maar een klein zetje nodig om actie te ondernemen. Gerichtte maatregelen om de investeringsdrempel te verlagen zouden hen helpen om die stap te wagen.

En hoe zorgen we ervoor dat niemand achterblijft?

Daarnaast is er een groep die wel de urgentie voelt, maar ongewild achterblijft.

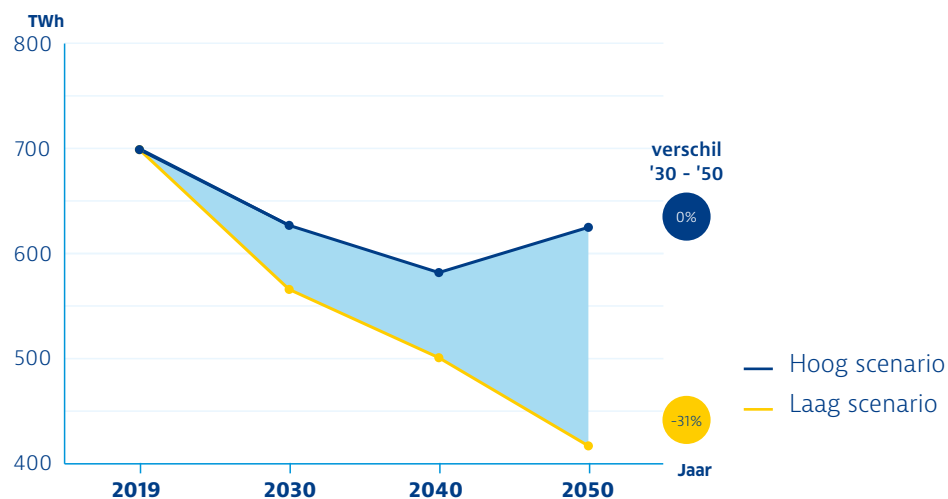
Dat zijn vaak consumenten met minder financiële middelen, een lager kennisniveau en/of een sociale huurwoning. Deze groep heeft collectieve oplossingen nodig om te voorkomen dat zij buiten de transitie vallen. Daarbij valt te denken aan afspraken met woningscoöperaties over blijvende verduurzaming

De staat van de energietransitie

De belangrijkste trends en ontwikkelingen in 2026

Hoe staat het er in 2026 voor met de energietransitie in Nederland? In dit hoofdstuk de trends en ontwikkelingen, gebaseerd op feiten en cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO), de Autoriteit Consument & Markt (ACM) en het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL).

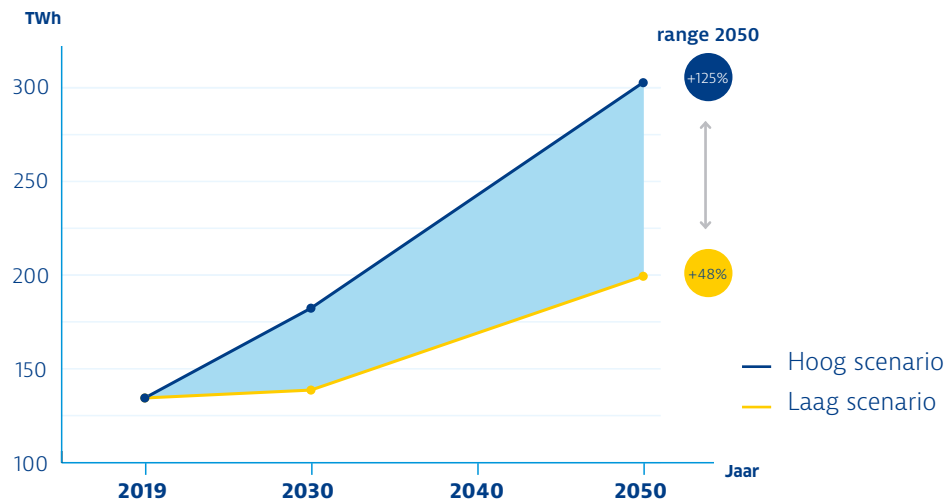
Verwachting totale energievraag in Nederland per jaar (TWh)



Focus op elektriciteit in de energievoorziening zet door

De komende decennia zullen we fors minder energie gaan gebruiken. Die trend, ingezet in 2010, zet door. Daarbij worden we gedreven door de ambitie om klimaatverandering tegen te gaan. Maar minstens even belangrijk is het streven naar efficiëntie en naar een minder sterke afhankelijkheid van (fossiele) brandstof uit andere landen.

Verwachting totale elektriciteitsvraag in Nederland per jaar (TWh)

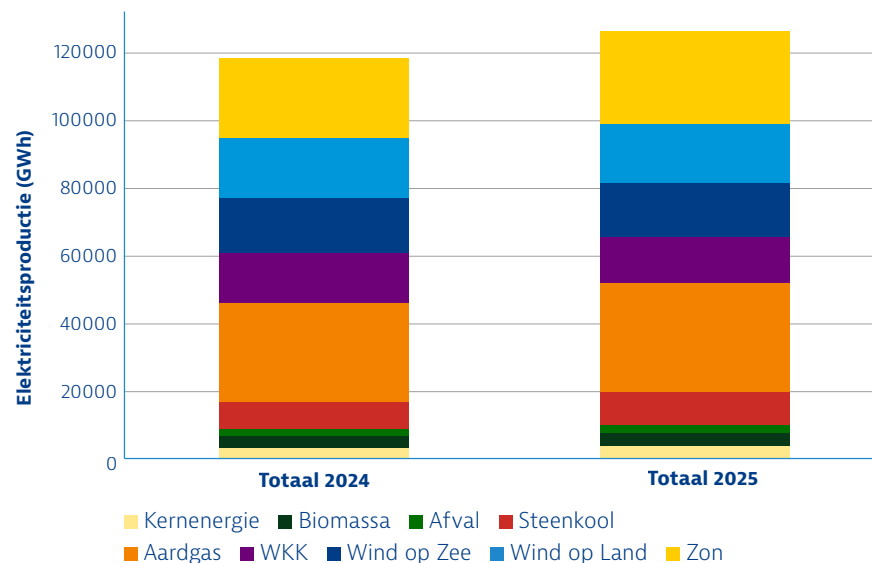


Daarmee verandert de manier waarop we energie opwekken en gebruiken. Waar de totale energievraag daalt, neemt de vraag naar elektriciteit de komende decennia verder toe. De energiemarkt wordt, met name voor huishoudens, steeds meer een elektriciteitsmarkt.

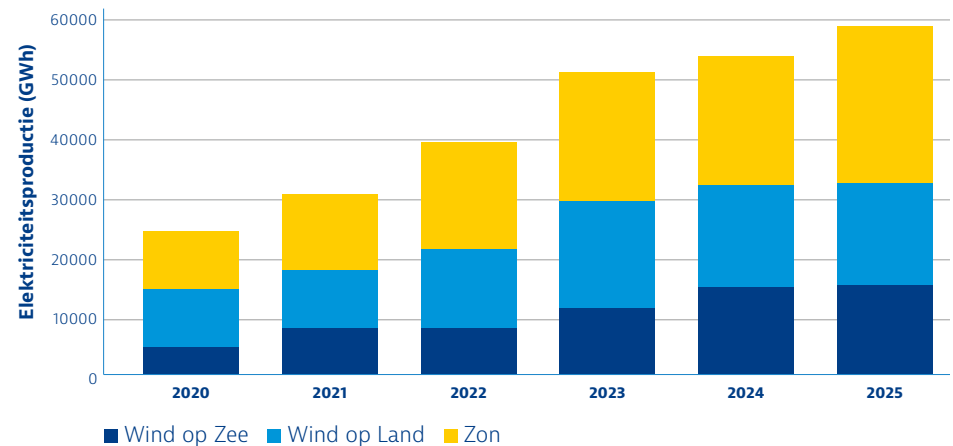
Elektriciteitsmarkt verandert van vraaggestuurd naar aanbodgestuurd

Ondertussen is juist deze elektriciteitsmarkt volledig aan het veranderen. Steeds meer nemen wind en zon de plaats in van kolen en gas als primaire energiebronnen. Als gevolg daarvan verandert de markt van vraaggestuurd naar aanbodgestuurd: energie uit kolen en gas kunnen we opwekken wanneer we willen, maar zonne- en windenergie hebben we alleen als het weer daaraan meewerkt. Dat betekent dat we ons moeten aanpassen aan het aanbod dat er is.

Elektriciteitsproductie (GWh) 2024 en 2025



Opwek zon- en windenergie (GWh) 2020 t/m 2025

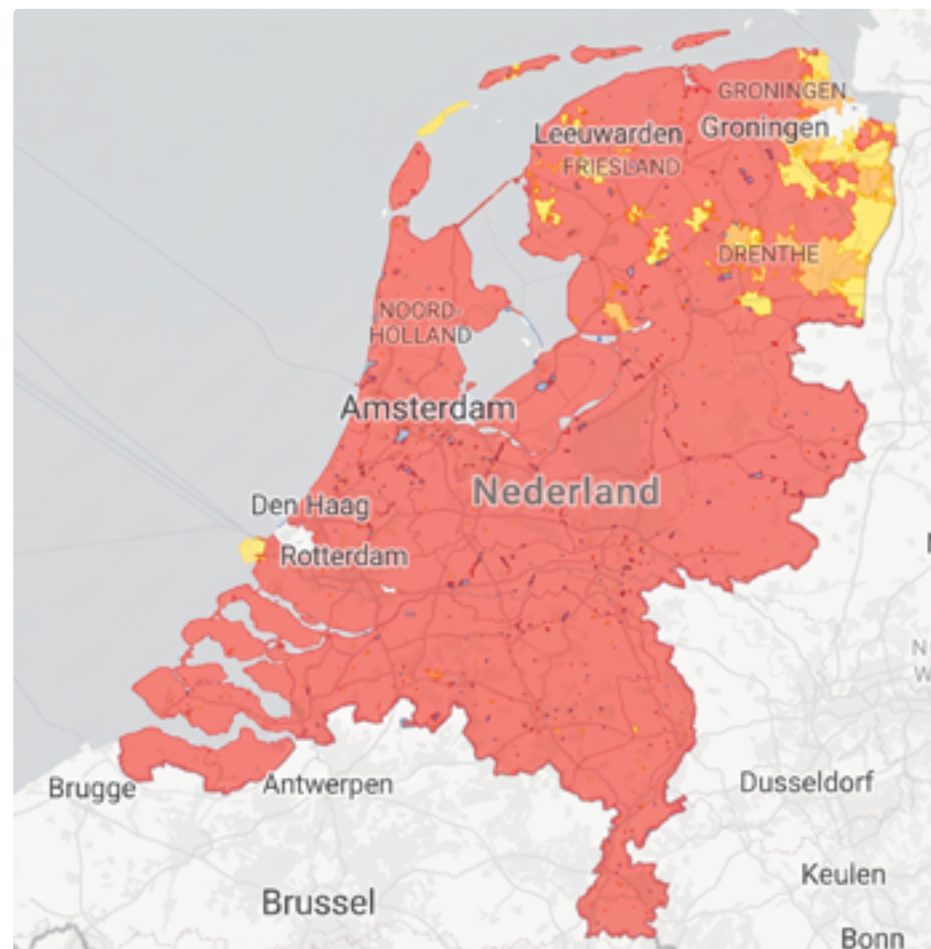


Aanbodgestuurde markt vereist flexibiliteit van huishoudens

De verandering van een vraaggestuurde naar een aanbodgestuurde markt heeft grote impact op de manier waarop huishoudens om zouden moeten gaan met stroom. Zo is het verstandig om vooral elektriciteit te gebruiken als de zon schijnt of het hard waait. Dan is de stroom immers (spot)goedkoop. Maar waait het niet of is het bewolkt, dan moeten de fossiele centrales aan het werk en is elektriciteit schaars en duur. Op die momenten is het verstandig om even wat minder stroom te gebruiken. Flexibel omgaan met elektriciteit is steeds vaker de sleutel tot grip en invloed op de energierekening.

Tegelijkertijd versnelling en op de rem: dat leidt tot spanning

De energietransitie is volop gaande, maar wel met horten en stoten. Sommige onderdelen gaan razendsnel, zoals de groei van het aandeel opgewekte elektriciteit door zon en wind. Tegelijkertijd blijft de benodigde capaciteit om deze stroom (tijdelijk) op te slaan achter. Ook zijn de wet- en regelgeving nog niet passend en zitten veel consumenten nog vast in oude patronen.



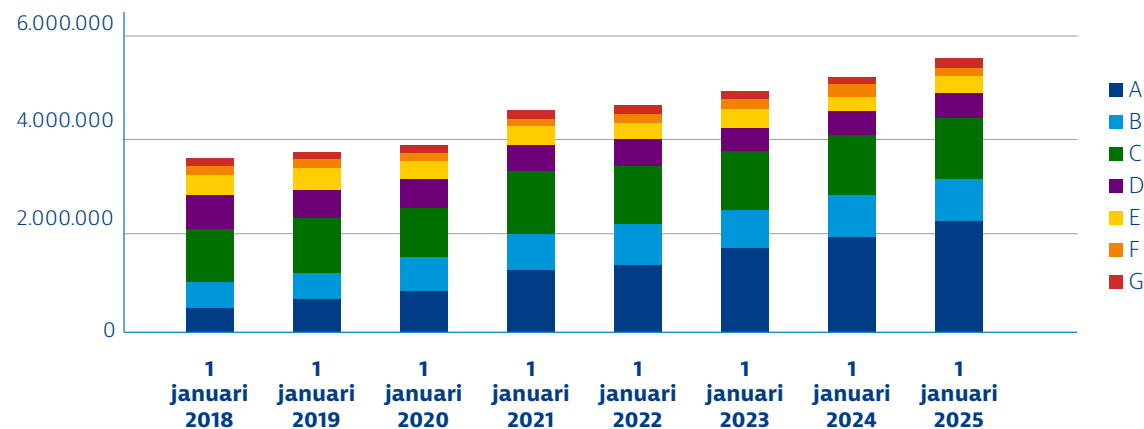
Hierdoor ontstaat een groot risico op vertraging van de energietransitie. Netcongestie is hier misschien wel het duidelijkste voorbeeld van. Huishoudens en bedrijven kunnen moeilijk elektrificeren door een gebrek aan transportcapaciteit (netcongestie). In bijna heel Nederland kleurt de netcongestiekaart inmiddels rood. Daardoor moeten bedrijven (en binnenkort ook huishoudens) wachten op de stroomaansluiting die ze nodig hebben.

Huishoudens zetten desondanks nieuwe stappen

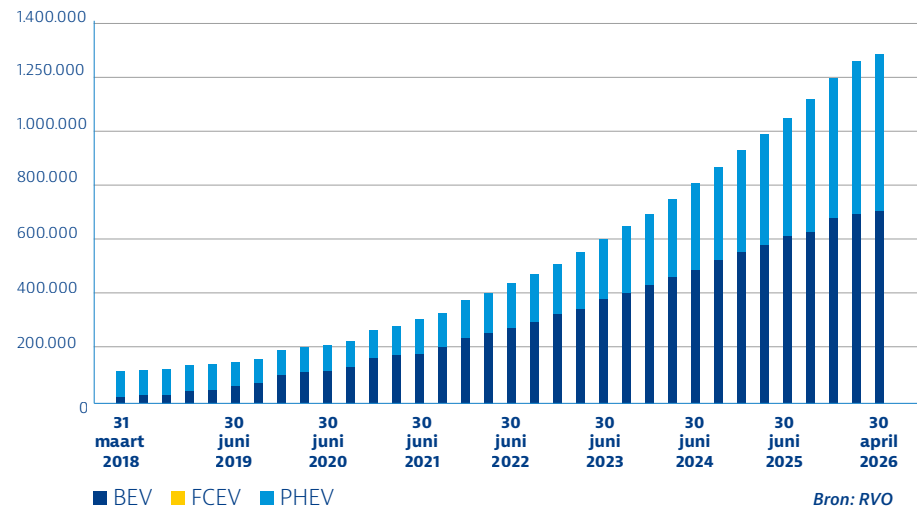
Ondanks deze haperende energiemarkt gaan bepaalde onderdelen van de energietransitie onverminderd door:

- Steeds meer mensen verlagen hun energiegebruik.
- Meer huizen zijn geïsoleerd en hebben een hoger energielabel.
- Het aantal elektrische auto's en warmtepompen is flink toegenomen
- De verkoop en installatie van thuisbatterijen neemt sinds het begin van het jaar een grote vlucht.
- Steeds meer energiecontracten bewegen mee met de productiedynamiek, door bijvoorbeeld het aanbod van daltarieven.

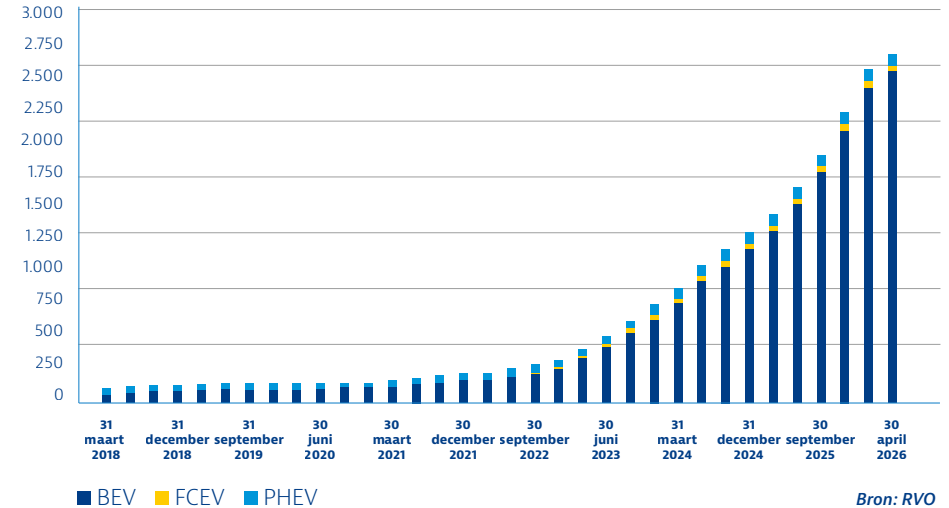
Geldige energielabels woningbouw



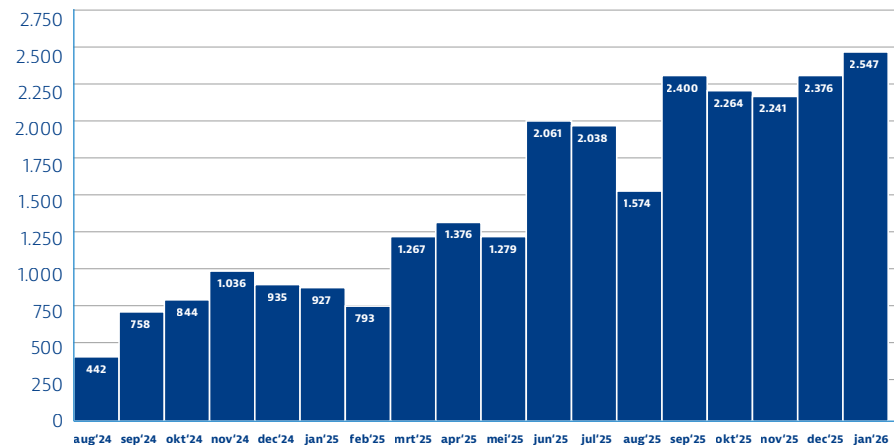
Aantal Elektrische (BEV), Plug In Hybride (PHEV) en waterstof (FCEV) personenauto's in Nederland



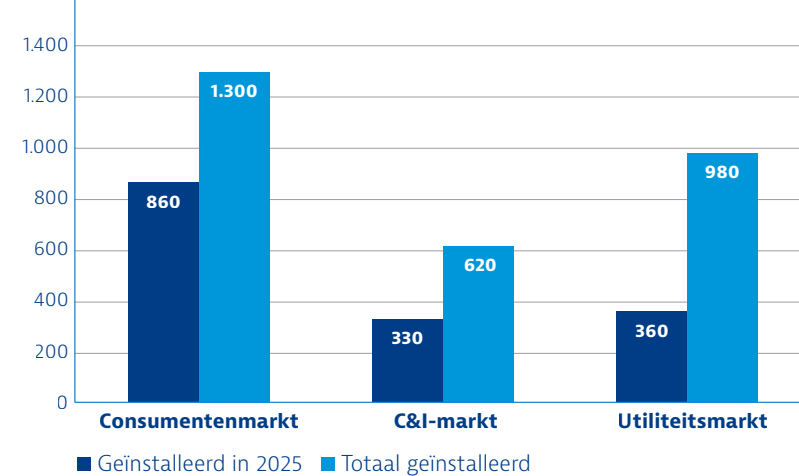
Aantal Elektrische (BEV), Plug In Hybride (PHEV) en waterstof (FCEV) zware voertuigen in Nederland



Totaal aantal nieuw geregistreerde batterijen in Nederland



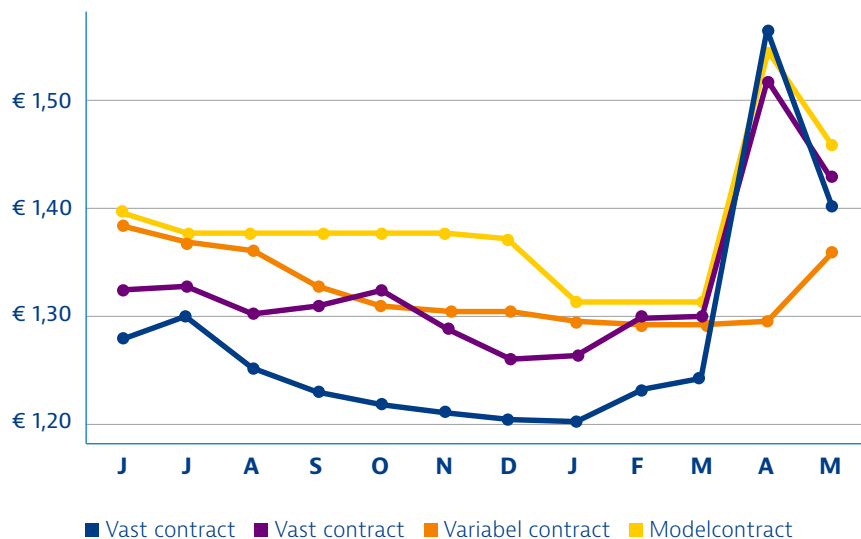
Opslagcapaciteit batterijen in Nederland



Geopolitieke gebeurtenissen maken urgentie energietransitie opnieuw duidelijk

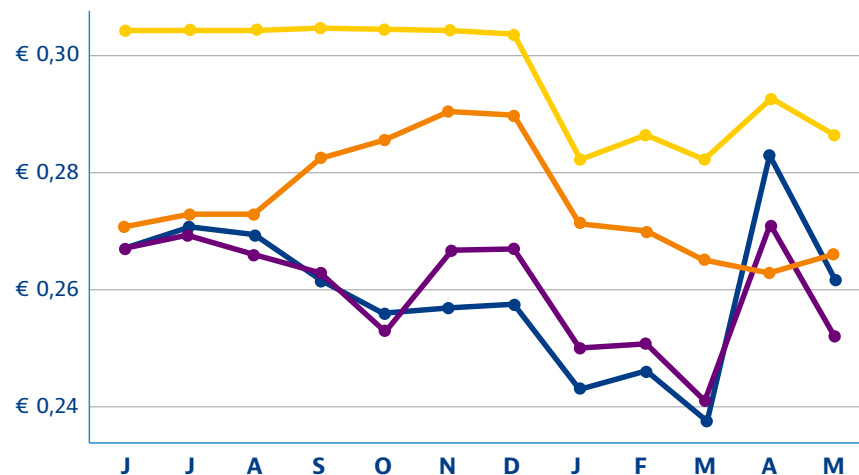
Waar richting het einde van 2025 de energiemarkt – in elk geval in de optiek van de consument – weer een ‘beetje normaal’ werd, liet het begin van 2026 zien dat de instabiliteit van de energiemarkt allerminst ten einde is. Door de oorlog in het Midden-Oosten stegen de energieprijzen zodanig dat het sentiment onder de bevolking kantelde. Eens te meer werd duidelijk dat de energietransitie noodzakelijk is.

Mediaan gas €/m3



In deze figuur zijn de gemiddelde gas- en elektriciteitsprijzen te zien van juni 2025 tot mei 2026. De prijzen bij een vast contract (blauwe en paarse lijn) schieten in maart 2026 omhoog. De prijsstijging bij variabele contracten (oranje lijn) gaat langzamer. De gele lijn staat voor het modelcontract.

Mediaan elektriciteit €/kWh



De positie van de consument

Hoeveel grip en invloed hebben consumenten op hun energierekening?

Hoe ga je als consument om met de grillige energiemarkt? Volgens ANWB zijn grip en invloed daarbij de sleutelwoorden. Heb je grip op je energierekening, dan weet je waar de pijnpunten zitten en wat je daaraan kunt doen. Heb je de mogelijkheid en middelen om die maatregelen ook daadwerkelijk uit te voeren? Dan heb je niet alleen invloed op de kosten, maar draag je ook actief bij aan de energietransitie.

Dit hoofdstuk brengt in kaart in hoeverre consumenten grip en invloed ervaren op hun energiekosten en op de energietransitie. Dat wordt bepaald door kennis, houding en gedrag. We presenteren hierin de uitkomsten uitgevoerd door extern onderzoeksbureau BLAUW onder ruim 2000 consumenten. Daarbij tekenen zich belangrijke verschillen af tussen diverse groepen mensen uit de samenleving.

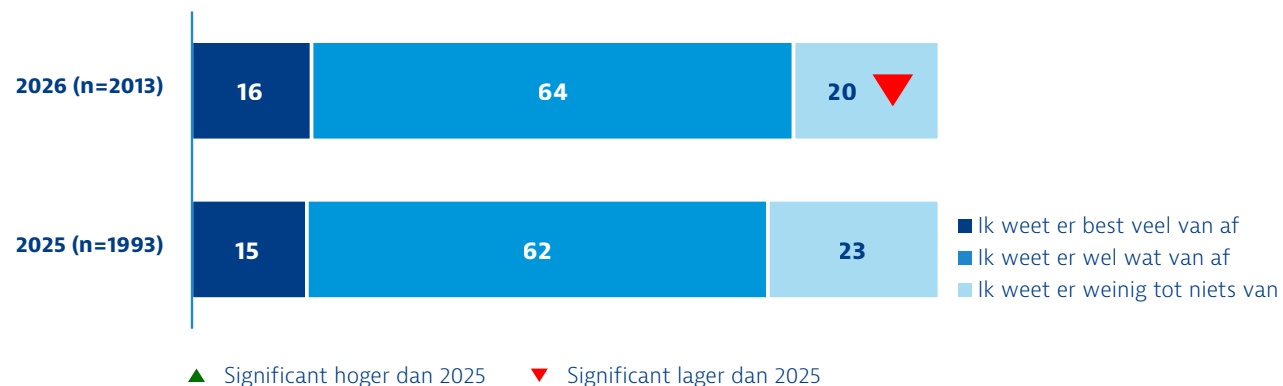


Kennis:

kennisniveau stijgt licht, maar verschillen tussen groepen groot

Om grip te krijgen op je energierekening is kennis een belangrijke factor. Uit het onderzoek blijkt dat het daar redelijk goed mee gesteld is: de meerderheid van de consumenten geeft aan (enige) kennis van energie te hebben. Ongeveer 1 op de 6 zegt er best veel vanaf te weten. Het aandeel consumenten dat zegt niets te weten over energie, is afgenomen ten opzichte van 2025. Dat wijst op een voorlopig voorzichtige stijging in kennis over energie.

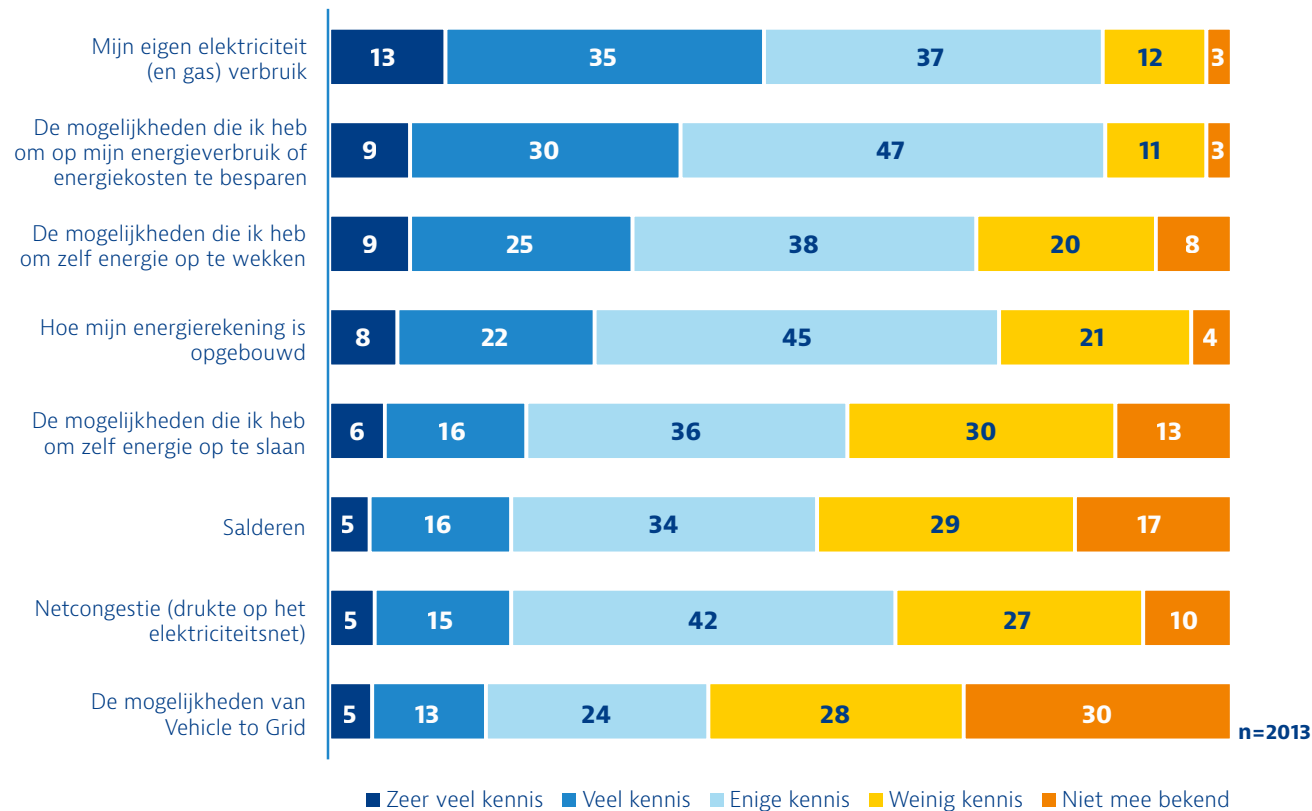
Hoe schat jij jouw eigen kennis over energie in? (in %)



Hoe abstracter het begrip, hoe minder kennis

Gekeken naar de onderwerpen die rond dit thema spelen, zien we dat consumenten de meeste kennis hebben over het eigen energieverbruik en de besparingsmogelijkheden. De minste kennis hebben zij over Vehicle to Grid, netcongestie en salderen. Hoe abstracter het begrip, of hoe verder het van de eigen situatie afstaat, hoe minder mensen van het onderwerp afweten.

Hoe schat jij jouw kennis in over de volgende onderwerpen? (in %)



Kenmerken naar kennisniveau van consument

Kenmerken doelgroep		Weet er best veel van 16% (n=307)	Weet er wel wat van 64% (n=1310)	Weet er weinig tot niet van 20% (n=396)	Gemiddelde 100% (n=2013)
Leeftijd	18-34 jr	40%	25%	26%	27%
	35-50 jr	29%	22%	26%	24%
	51-64 jr	21%	25%	22%	24%
	65+ jr	10%	28%	26%	25%
Opleidingsniveau	Laag	15%	22%	45%	25%
	Midden	37%	45%	36%	42%
	Hoog	47%	33%	19%	33%
Inkomen	Beneden modaal	28%	33%	47%	35%
	Modaal	18%	19%	14%	18%
	Boven modaal	49%	38%	21%	36%
	Weet niet/ zegt niet	4%	10%	19%	11%
Type woning	Koopwoning	57%	61%	42%	57%
	Sociale huurwoning	24%	29%	46%	31%
	Particuliere huurwoning	19%	11%	13%	12%
Type energiecontract	Vast	64%	68%	59%	66%
	Variabel	25%	23%	22%	23%
	Dynamisch	10%	7%	4%	7%
	Anders/weet niet	1%	2%	15%	5%
Hoe belangrijk vindt de consument de energietransitie?	Gemiddeld rapportcijfer (1=niet belangrijk, 10=heel belangrijk)	7,7	7,3	6,7	7,2
In hoeverre gaat de consument mee in energietransitie?	Gemiddeld rapportcijfer (1=doet niets, 10=doet wat kan en geeft er geld aan uit)	7,2	6,2	5,2	6,2
Uitgevoerde acties om energierekening te beïnvloeden	Gemiddeld aantal:	1,9	1,9	1,3	1,8
	Voornaamste acties:	Minder verbruiken, zelf opwekken, op andere momenten verbruiken	Minder verbruiken	Minder verbruiken	Minder verbruiken
	Doet niets:	3%	6%	19%	8%

Groen: Significant hoger dan gemiddeld **Rood:** Significant lager dan gemiddeld

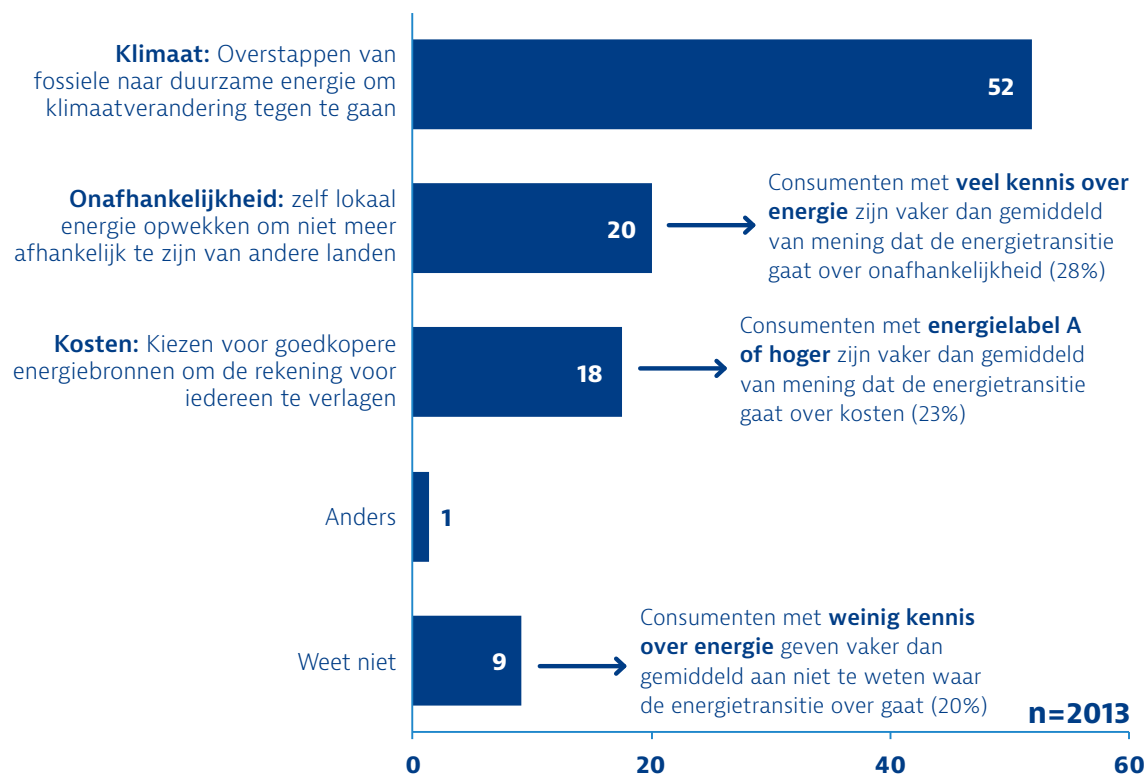
Verschillen in kennis tussen groepen groot

Het kennisniveau over energie verschilt duidelijk tussen groepen consumenten. Vooral jongeren (18–34 jaar), hoger opgeleiden en huishoudens met een hoger inkomen beschikken over relatief veel kennis. Die kennis blijft achter bij groepen met een lagere opleiding en een lager inkomen. Deze verschillen zijn belangrijk, omdat de hoeveelheid kennis sterk samenhangt met hoe consumenten naar de energietransitie kijken en hoe zij daarnaar handelen.

Hoe meer kennis, hoe meer motivatie om bij te dragen aan de energietransitie

Zo blijkt dat een hoger kennisniveau hand in hand gaat met een positievere houding en een grotere motivatie om bij te dragen aan de energietransitie. Consumenten met meer kennis vinden de energietransitie belangrijker en gaan ook meer in deze ontwikkeling mee. Daarnaast hebben zij vaker een actiever profiel: zij ondernemen meer acties om hun energierekening te beïnvloeden en maken vaker gebruik van dynamische energiecontracten. Dat wijst op een grotere mate van betrokkenheid en handelingsperspectief.

Waar gaat de energietransitie volgens jou vooral over? (in %)



Kennisniveau beïnvloedt beeld van de energietransitie

Het kennisniveau blijkt ook bepalend voor hoe consumenten de energietransitie interpreteren en welke rol zij voor zichzelf en de overheid zien. Consumenten met weinig kennis hebben vaker geen duidelijk beeld van de energietransitie. De middengroep associeert de transitie vooral met klimaatverandering, terwijl de transitie voor consumenten met veel kennis vaker gaat over energieonafhankelijkheid.

Kennisniveau naar productbezit van consument

Kennisniveau energietransitie	Bezit isolatie 49% (n=1009)	Bezit zonnepanelen 38% (n=767)	Bezit Elektrische auto 11% (n=213)	Bezit thuisbatterij 8% (n=148)	Bezit geen van deze producten 38% (n=749)	Gemiddelde 100% (n=2013)
Weet er best veel van	15%	17%	27%	28%	16%	16%
Weet er wel wat van	70%	69%	61%	59%	57%	64%
Weet weinig tot niets	15%	14%	12%	12%	27%	20%

Kennisniveau naar investeringsintentie van consument

Kennisniveau energietransitie	Heeft intentie om te investeren in isolatie 29% (n=561)	Heeft intentie om te investeren in zonnepanelen 30% (n=592)	Heeft intentie om te investeren in Elektrische auto 45% (n=898)	Heeft intentie om te investeren in Thuisbatterij 51% (n=1024)	Heeft geen intentie om te investeren in een van deze producten 31% (n=629)	Gemiddelde 100% (n=2013)
Weet er best veel van	24%	22%	21%	21%	8%	16%
Weet er wel wat van	60%	62%	67%	65%	61%	64%
Weet weinig tot niets	16%	16%	12%	13%	30%	20%



Meer kennis resulteert in een grotere bereidheid om te investeren

Het onderzoek laat ook zien dat consumenten met een laag kennisniveau significant minder vaak energiebesparende of verduurzamende maatregelen nemen. Ook hebben ze een lagere intentie om in de toekomst in deze maatregelen te investeren. Als zij wel actief zijn, blijft dit veelal beperkt tot het verminderen van hun energieverbruik, terwijl meer structurele maatregelen zoals isoleren achterblijven.

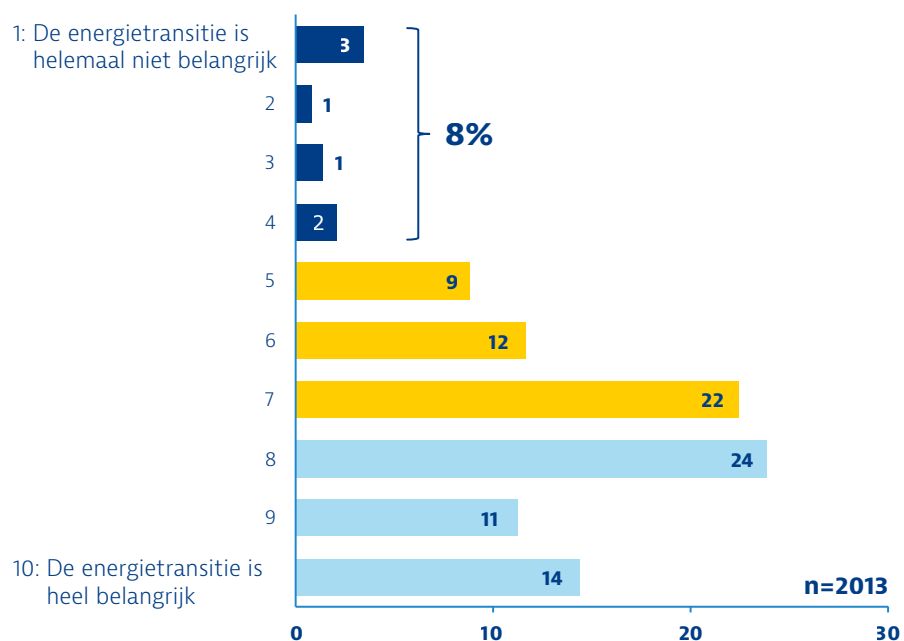
Daarmee fungeert kennis als een belangrijke sleutel voor de energietransitie: kennis vergroot het begrip en het draagvlak voor de transitie en laat dit ook zien in concreet gedrag en investeringsbereidheid. Mensen met minder kennis lijken het risico te lopen om achter te blijven. Het kan betekenen dat zij minder goed in staat zijn om kansen te benutten die binnen hun bereik liggen.

Houding:

gematigd positief met gemiddeld rapportcijfer 7,2

De houding van Nederlanders ten opzichte van de energietransitie laat een gemengd, maar overwegend gematigd positief beeld zien. De meeste consumenten erkennen het belang van de energietransitie, met een gemiddeld rapportcijfer van 7,2. Wel is de spreiding groot: een kleine groep (circa 1 op de 10) vindt de energietransitie niet belangrijk, terwijl bijna de helft van de Nederlanders de energietransitie als heel belangrijk beschouwt (met een rapportcijfer 8 of hoger). De energietransitie staat dus op het netvlies, maar de mate van betrokkenheid en urgentie verschilt.

Hoe belangrijk vind jij de energietransitie? (in %)



Midden inkomens en hoge energielabels vinden energietransitie het belangrijkste

Hoe belangrijk vind jij de energietransitie? Gemiddelde score:

Totaal	7,2
Energielabel: A of hoger	7,4 ▲
Energielabel: B / C	7,2
Energielabel: D / E / F / G	7,3
Energielabel: weet niet	6,9 ▼
Inkomen: boven modaal	7,3
Inkomen: modaal	7,6 ▲
Inkomen: beneden modaal	7,1

Groen: Significant hoger dan gemiddeld **Rood:** Significant lager dan gemiddeld

Uitleg energietransitie zoals getoond in vragenlijst:

De energietransitie is de overstap van fossiele brandstoffen zoals aardgas, olie en steenkolen naar hernieuwbare energie van bijvoorbeeld zon en wind. Ook minder energie gebruiken en zelf lokaal energie opwekken horen bij de energietransitie.

Houding hangt samen met kennis, inkomen en investeringsbereidheid

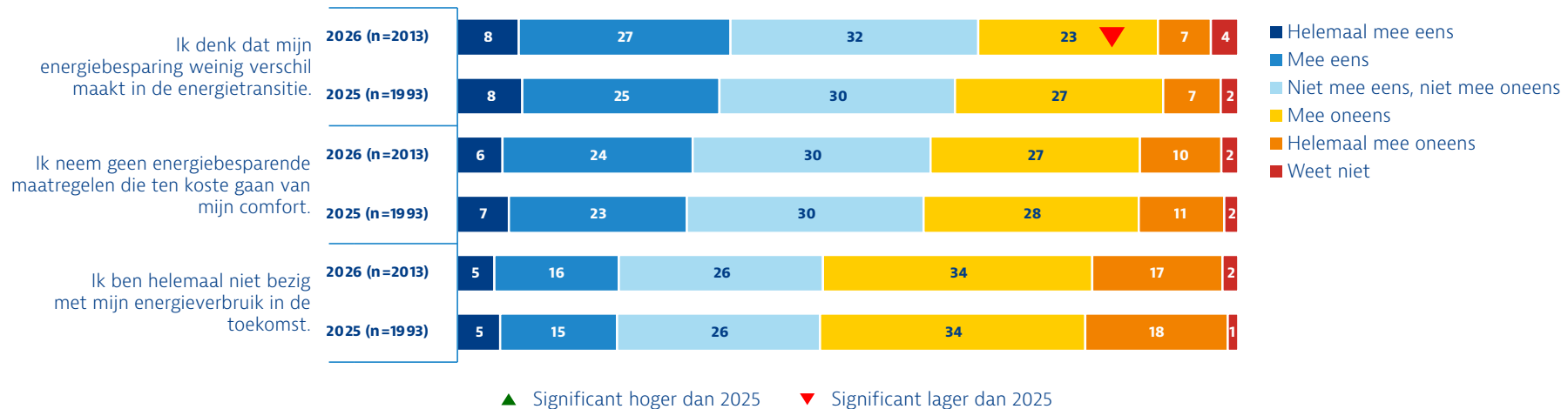
Consumenten die veel belang hechten aan de energietransitie kenmerken zich relatief vaak door een hoger kennisniveau en een modaal of hoger inkomen. Ook hebben zij vaker een woning met energielabel A of hoger. Deze consumenten hebben vaak al energiemaatregelen genomen. Ze hebben bijvoorbeeld geïnvesteerd in zonnepanelen, isolatie, een elektrische auto of een thuisbatterij. Of ze hebben de intentie om dat binnen enkele jaren te doen.

Het gemiddelde rapportcijfer dat consumenten geven aan het belang van de energietransitie, wanneer ze een product bezitten of geen enkel product bezitten

	Bezit isolatie 49% (n=1009)	Bezit zonnepanelen 38% (n=767)	Bezit Elektrische auto 11% (n=213)	Bezit thuisbatterij 8% (n=148)	Bezit geen van deze producten 38% (n=749)	Gemiddelde 100% (n=2013)
Erkent het belang van de energietransitie met een gemiddeld rapportcijfer van: (1=niet belangrijk, 10=heel belangrijk)	7,5	7,5	7,8	7,7	6,9	7,2

Aan de andere kant staat een groep die weinig belang hecht aan de energietransitie. Deze consumenten investeren ook minder vaak in energiemaatregelen en hebben minder vaak de intentie om dat te gaan doen.

Stellingen: ben jij het eens of oneens met de volgende uitspraken? (in %)

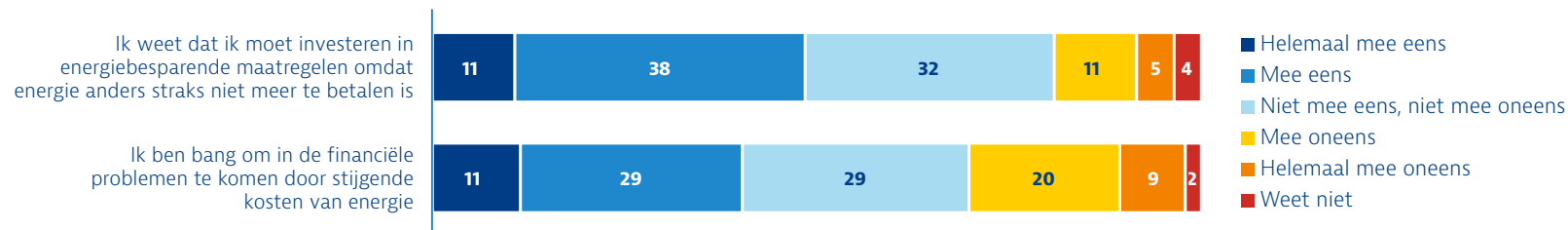


Houding laat consistent beeld zien ten opzichte van 2025

De houding van consumenten tegenover de energietransitie is redelijk constant in vergelijking met 2025.

Iets meer mensen denken dat ze met hun energiebesparing verschil maken in de energietransitie. Dat wijst op een voorzichtig positieve trend over de invloed die zij ervaren.

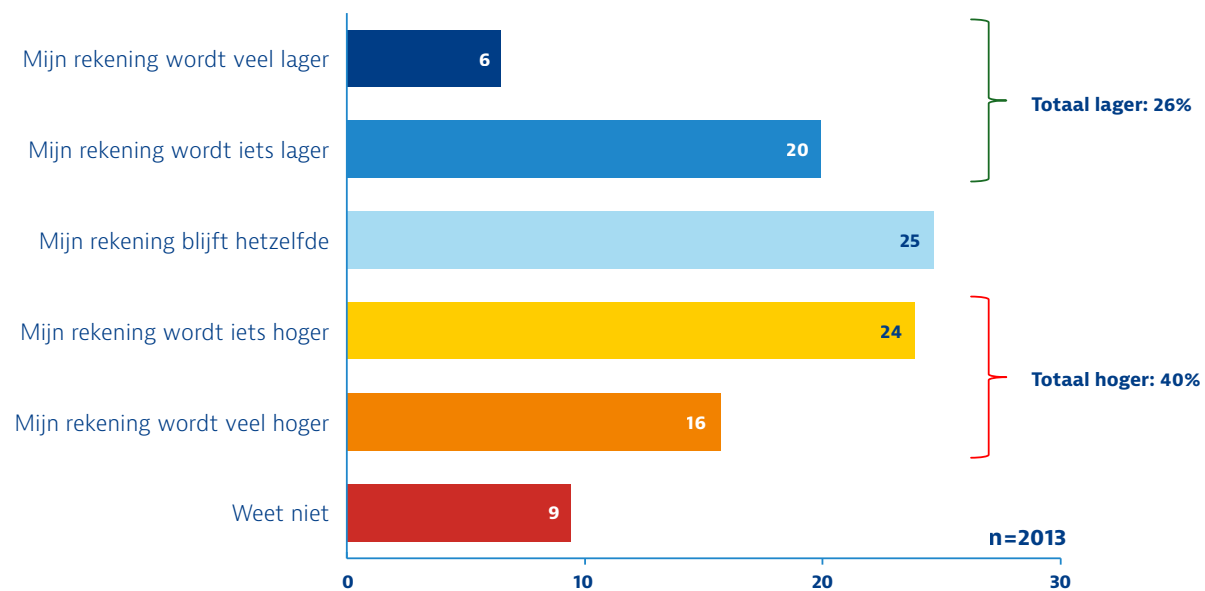
Energie besparen: Ben jij het eens of oneens met de volgende uitspraken? (in %)



Veel zorgen om stijgende kosten van energie

Een groot deel van de consumenten maakt zich zorgen over stijgende energiekosten. 40% is bang om hierdoor in de financiële problemen te komen. Bij de helft van de consumenten versterkt dit de motivatie om energie te besparen.

Als je kijkt naar de komende 5 jaar, wat denk je dat de energietransitie doet met jouw energiekosten? (in %)



Consumenten uit de volgende subgroepen denken relatief vaak dat hun energierekening gaat dalen:

- Energielabel A of hoger: 34%
- Hoog kennisniveau: 44%
- Modale inkomens: 35%
- Particuliere huurwoning: 34%

Consumenten uit de volgende subgroepen denken relatief vaak dat hun energierekening gaat stijgen:

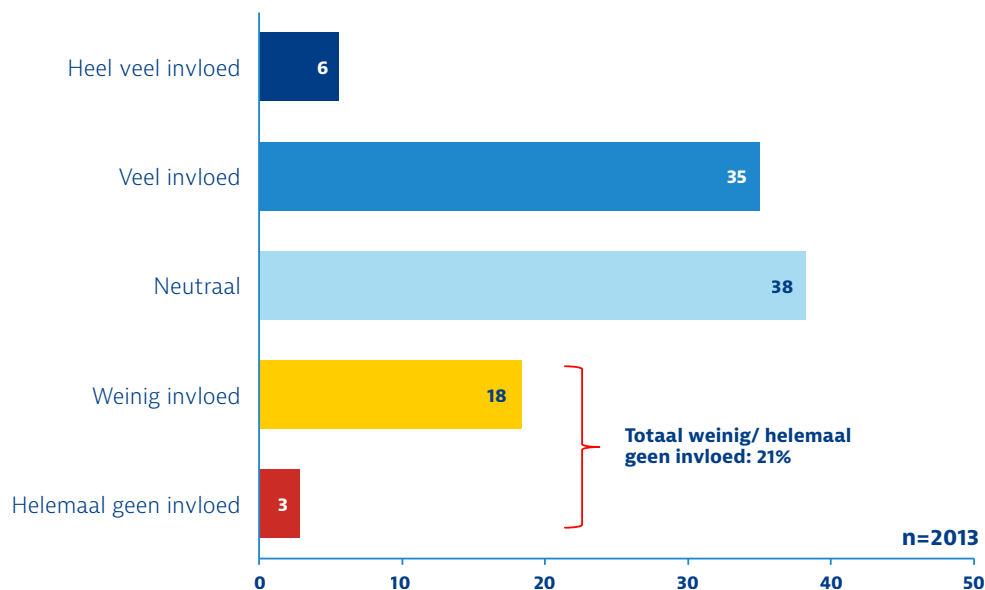
- Energielabel D of lager: 56%
- Koopwoning: 43%

Helpt consumenten verwacht dat energierekening gaat stijgen

Dat consumenten de toekomst niet rooskleurig tegemoet zien, blijkt ook uit het feit dat bijna de helft van hen verwacht dat de energierekening de komende 5 jaar in meer of mindere mate zal stijgen. Dit geldt in het bijzonder voor mensen met een woning met een laag energielabel (D of lager) en mensen met een koopwoning. Deze verwachting kan invloed hebben op hoe mensen naar de energietransitie kijken: stijgende kosten versterken het gevoel dat de transitie meer nadelen dan voordelen oplevert.

Tegelijkertijd denkt een kwart van de consumenten dat hun energierekening door de energietransitie zal dalen. Dit zijn met name mensen met een modaal inkomen, een hoog kennisniveau, een particuliere huurwoning en een woning met energielabel A of hoger. Het lijkt erop dat zij meer invloed ervaren op de energiekosten.

Hoeveel invloed heb jij zelf op de hoogte van je energiekosten voor je gevoel? (in %)



De mate waarin men verwacht zelf geen invloed te hebben op energiekosten hangt samen met het energielabel:

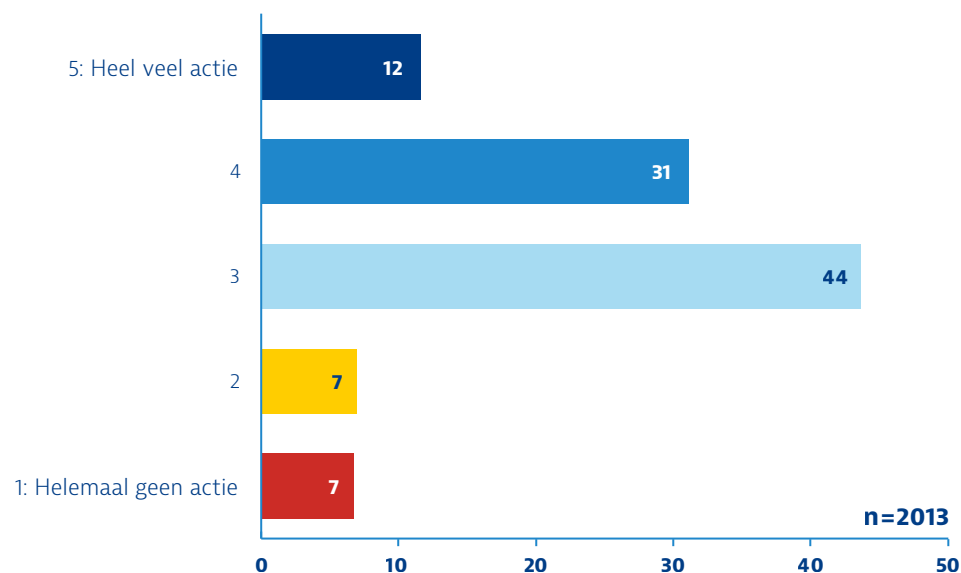
- Energielabel A of hoger: 15%
- Energielabel B / C: 21%
- Energielabel D of lager: 38%

1 op de 5 consumenten denkt nauwelijks invloed te hebben op de energierekening

Een vijfde van de consumenten denkt weinig of geen invloed te hebben op de eigen energiekosten. Daarbij gaat het in het bijzonder om mensen met een woning met een laag energielabel (D of lager). Op dit moment heeft 24% van de Nederlanders een woning met een geregistreerd energielabel van D of lager. Juist in die woningen valt nog veel winst te behalen door energiebesparende maatregelen. Toch lijken niet alle bewoners te ervaren dat ze dat zelf in de hand hebben.

Tegelijkertijd zien we ook dat ruim 40% van de consumenten ervaart dat zij (heel) veel invloed hebben op de energiekosten. De verschillen zijn dus groot.

Om jouw energierekening onder controle te houden, hoeveel actie moet je daarvoor zelf ondernemen denk je? (in %)



Q: Kun je je antwoord toelichten?

Cijfer 4-5: Er is (heel) veel actie nodig omdat...

- je rekening afhankelijk is van je verbruik. Je moet zelf zorgen dat je verbruik laag is door:
 - minder te verbruiken (verwarming lager, korter douchen, lichten uit)
 - duurzame maatregelen te nemen (isolatie, zonnepanelen)
 - andere vormen van energie te gebruiken (elektrisch koken en verwarmen)
 - op andere momenten energie te gebruiken, wanneer de tarieven lager zijn

Cijfer 3: Er is wat actie nodig omdat...

- men denkt dat het verbruik naar beneden moet. Daarvoor moet je een beetje opletten met wat je doet.
- men het gevoel heeft weinig invloed te hebben. Je kan wel besparen maar aan de prijzen zelf doe je niets.

Cijfer 1-2: Er is geen / weinig actie nodig omdat...

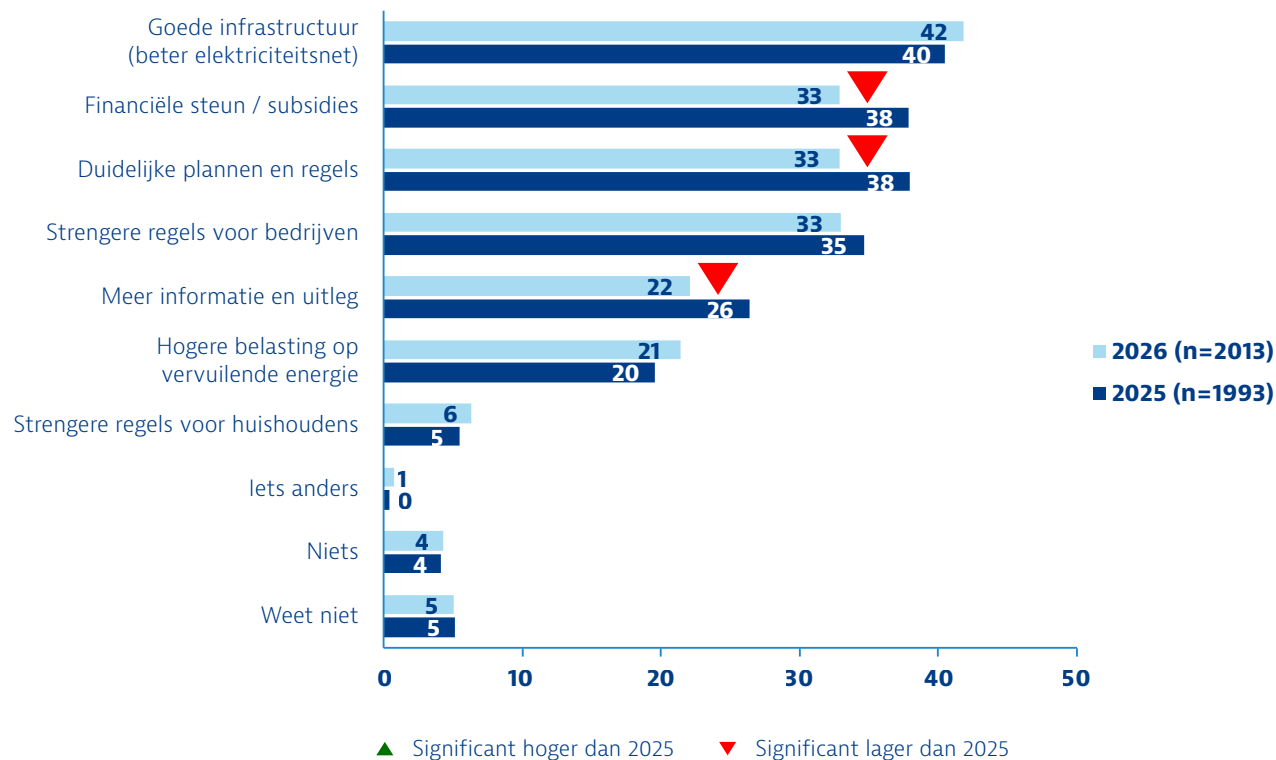
- het verbruik al erg laag / zo laag mogelijk is.
- men al veel besparingsmaatregelen getroffen heeft.
- men het gevoel heeft geen invloed te hebben. Het wordt door de overheid geregeld.

Merendeel denkt dat er veel actie nodig is voor een lagere energierekening

De invloed die consumenten denken te hebben op hun energierekening gaat redelijk gelijk op met de inschatting van de benodigde eigen actie. Bijna de helft van de consumenten denkt dat er (heel) veel actie nodig is om hun energierekening onder controle te houden. Daarbij denken ze vooral aan het verminderen van hun energiegebruik en het investeren in duurzame maatregelen. Tegelijkertijd geeft meer dan de helft van de consumenten aan dat zij hun invloed beperkt achten, omdat zij niets aan de prijs kunnen doen. Volgens hen is het de taak van de overheid om die prijs naar beneden te krijgen.

Wat zijn de belangrijkste dingen die je van de overheid verwacht als het gaat om de energietransitie?

Maximaal 3 antwoorden. (in %)



Minder verwachtingen van overheid in 2026 ten opzichte van 2025

Ten opzichte van 2026 verwachten consumenten minder vaak financiële steun en subsidies van de overheid. Ook hebben zij minder verwachtingen van de overheid als het gaat om duidelijke plannen en regels, en informatie en uitleg. Toch blijven financiële steun en subsidies, duidelijke plannen en regels, en strengere regels voor bedrijven samen op de tweede plaats staan in de verwachtingenlijst. Op nummer 1 staat een goede energie-infrastructuur: dat is volgens de consumenten de belangrijkste taak van de overheid op dit gebied.

Betrokkenheid en onzekerheid gaan hand in hand

Samengevat laat het onderzoek zien dat de houding van consumenten wordt gekenmerkt door een combinatie van betrokkenheid en onzekerheid. Enerzijds is er brede erkenning van het belang van de energietransitie en de noodzaak om in actie te komen. Anderzijds wordt de ervaren invloed begrensd door zorgen over kosten en de overtuiging dat er aan de energieprijzen en het overheidsbeleid weinig te doen is. Juist deze balans tussen motivatie en ervaren beperkingen bepaalt in belangrijke mate hoe consumenten zich uiteindelijk gedragen binnen de energietransitie.



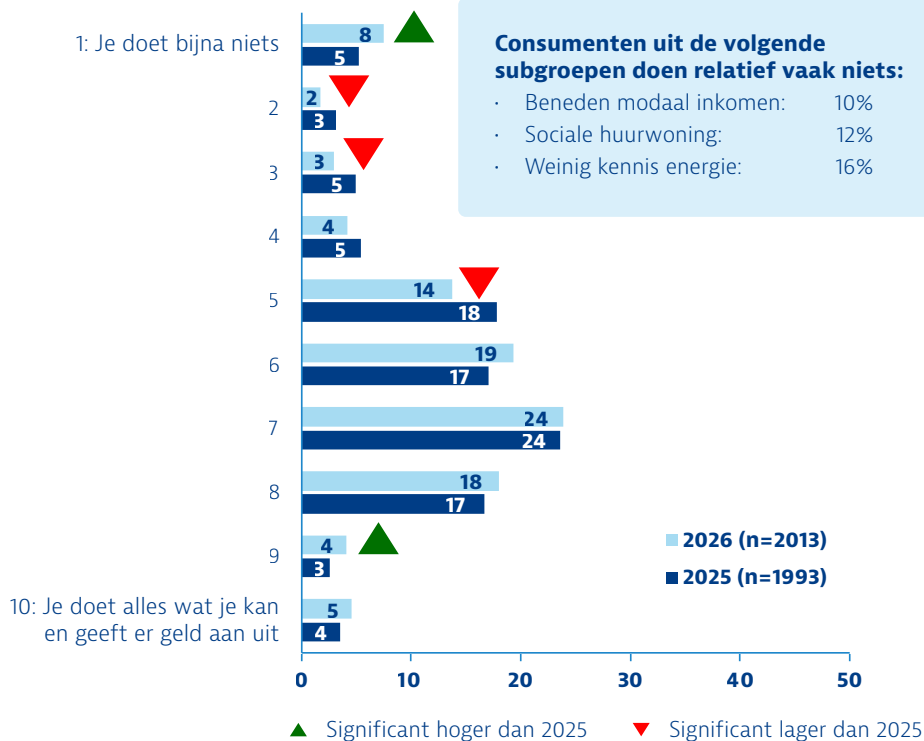
Gedrag:

meer mensen actief, maar sommige groepen blijven achter

Consumenten gaan in 2026 iets meer mee in de energietransitie dan in 2025. De gemiddelde score is 6,2, tegenover 6,0 in 2025. Ruim de helft van de consumenten geeft een score van 7 of meer. Dat betekent dat ze meer dan gemiddeld acties ondernemen om mee te gaan met de transitie.

Tegelijkertijd is ook de groep die niets doet, significant gegroeid naar 8%. In deze laatste groep zitten vooral consumenten met een benedenmodaal inkomen, een sociale huurwoning en weinig kennis van energie. Deze cijfers duiden erop dat er gemiddeld in Nederland positiever wordt gedacht over de energietransitie, maar dat de kloof tussen degenen die wel en niet meedoen, toeneemt.

Hoe ver ga jij mee in de energietransitie? (in %)



Gemiddelde mate waarin mensen meegaan in de energietransitie

(gemiddeld cijfer)



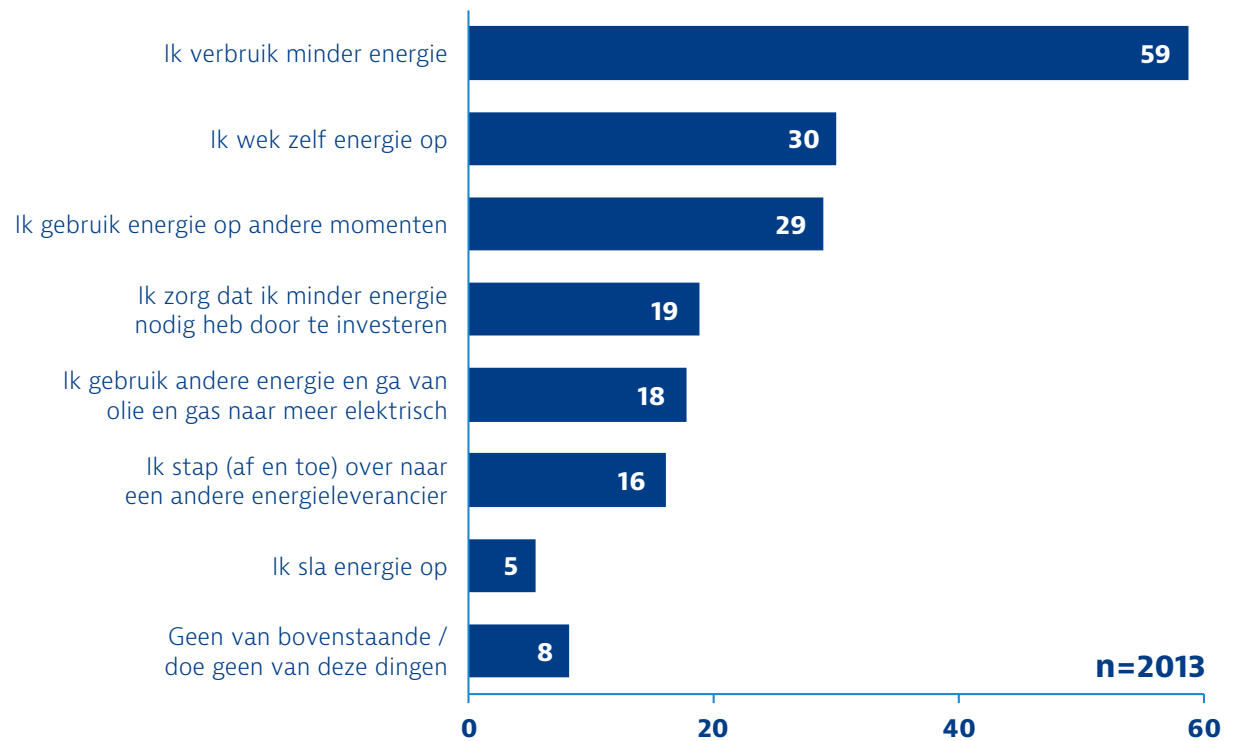
Energie besparen, energiegebruik in tijd verleggen of investeren in opwek en opslag

Als we kijken naar de acties die consumenten concreet ondernemen, zien we 3 soorten acties:

- energie besparen door bijvoorbeeld het thermostaat lager te zetten of minder lampen aan te doen
- het energiegebruik in tijd verleggen, door bijvoorbeeld energie te gebruiken in daluren of uren met veel eigen stroomopwek door zonnepanelen
- investeren in energiemaatregelen, zoals isolatie, zonnepanelen, een elektrische auto of een thuisbatterij.

Daarnaast is er een groep die helemaal niets doet. Daarbij gaat het om 1 op de 10 Nederlanders.

Welke van de onderstaande dingen doe jij op dit moment om jouw energiekosten te beïnvloeden? Meer antwoorden mogelijk. (in %)



Besparen meest voorkomende strategie

Een ruime meerderheid van de consumenten kiest voor energie besparen als belangrijkste actie om de rekening te verlagen. Dat komt waarschijnlijk doordat dit een laagdrempelige en direct toepasbare maatregel is, waarvoor geen grote investeringen of structurele veranderingen nodig zijn. Wel zit hier een grens aan: je kunt niet eindeloos minder energie gebruiken.

Verleggen van energieverbruik naar andere tijden ook populair

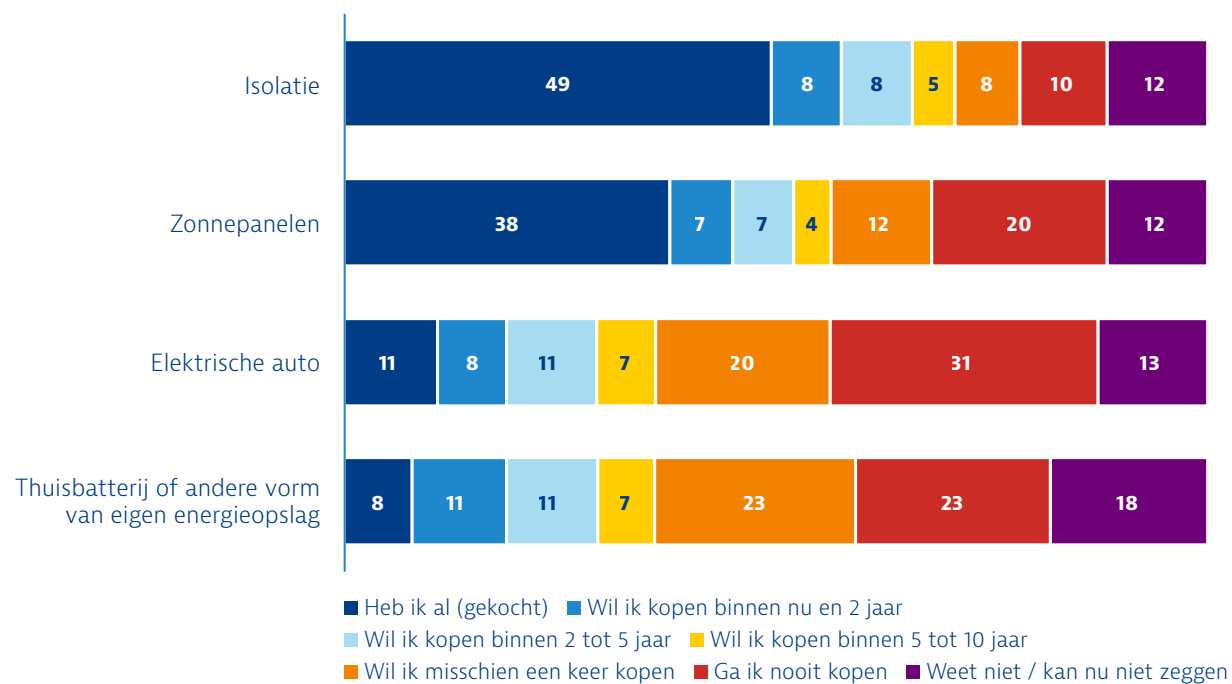
Daarnaast is er een groep die inzet op het verleggen van het energieverbruik naar andere tijden. Zij gebruiken minder energie op de piekmomenten en kiezen ervoor om op de goedkope momenten meer energie te gebruiken. Dit gedrag komt minder vaak voor, maar wijst op een grotere betrokkenheid en een actievere manier van omgaan met energiekosten. Vooral mensen met een dynamisch energiecontract kiezen er verhoudingsgewijs vaak voor om hun energiegebruik te verplaatsen naar goedkopere momenten.

Consumenten met hogere inkomens investeren vaker in energemaatregelen

Tot slot hebben we onderzocht in welke energiemaatregelen consumenten al hebben geïnvesteerd of in de toekomst willen investeren. We hebben gevraagd naar de volgende maatregelen: isolatie, zonnepanelen, elektrische auto of thuisbatterij. We zien dat 62% van de consumenten heeft geïnvesteerd in minimaal 1 van deze maatregelen.



Geef per maatregel aan wat voor jou geldt. (in %)



Investeringsintentie in isolatie, zonnepanelen, elektrische auto, thuisbatterij



Hier zien we duidelijke verschillen tussen groepen consumenten. Zo zijn woningeigenaren en mensen met een hoger inkomen de grootste investeerders. Jongere mensen (18–35 jaar) investeren relatief vaak in nieuwere technologieën: elektrische auto's en thuisbatterijen. Oudere groepen (65+) kiezen vaker voor meer 'traditionele' maatregelen: isolatie en zonnepanelen.

Ook consumenten met een dynamisch energiecontract blijken actiever in investeringen dan gemiddeld. Zij investeren met name in technologieën die inspelen op flexibiliteit en het gebruik van zelf opgewekte energie. In het hoofdstuk 'Investeren in energiemaatregelen' gaan we dieper in op de potentie van deze maatregelen.

Kenmerken van doelgroepen met productbezit per producttype

Kenmerken doelgroep		Bezit Isolatie 49% (n=1009)	Bezit Zonnepanelen 38% (n=767)	Bezit een Elektrische auto 11% (n=213)	Bezit een Thuisbatterij 8% (n=148)	Bezit geen van deze producten 38% (n=749)	Gemiddelde 100% (n=2013)
Leeftijd	18-34 jr	19%	21%	37%	51%	35%	27%
	35-50 jr	24%	24%	29%	23%	24%	24%
	51-64 jr	27%	26%	20%	12%	21%	24%
	65+ jr	30%	29%	14%	14%	20%	25%
Opleidingsniveau	Laag	23%	23%	17%	28%	29%	25%
	Midden	39%	39%	35%	38%	44%	42%
	Hoog	38%	38%	48%	34%	27%	33%
Inkomen	Beneden modaal	27%	24%	15%	31%	48%	35%
	Modaal	17%	19%	19%	17%	17%	18%
	Boven modaal	44%	45%	58%	47%	25%	36%
	Weet niet/ zegt niet	12%	12%	8%	5%	10%	11%
Type woning	Koopwoning	72%	70%	75%	56%	38%	57%
	Sociale huurwoning	21%	23%	17%	30%	43%	31%
	Particuliere huurwoning	7%	7%	8%	15%	19%	12%
Energie label	A of hoger	51%	53%	64%	66%	41%	47%
	B / C	22%	22%	21%	17%	17%	21%
	D / E / F / G	5%	4%	3%	4%	10%	7%
	Weet niet	23%	21%	12%	13%	32%	26%
Type energiecontract	Vast	70%	65%	59%	52%	63%	66%
	Variabel	19%	22%	22%	25%	26%	23%
	Dynamisch	8%	10%	15%	17%	5%	7%
	Anders / weet niet	3%	3%	4%	6%	7%	5%
Kennisniveau over de energietransitie	Weet er best veel van	15%	17%	27%	28%	16%	16%
	Weet er wel wat van	70%	69%	61%	59%	57%	64%
	Weet weinig tot niets	15%	14%	12%	12%	27%	20%
Hoe belangrijk vindt de consument de energietransitie?	Gemiddeld rapportcijfer (1=niet belangrijk, 10=heel belangrijk)	7,5	7,5	7,8	7,7	6,9	7,2

Groen: Significant hoger dan gemiddeld **Rood:** Significant lager dan gemiddeld

Aanzienlijke groep bespaart wel, maar blijft achter in investeringen

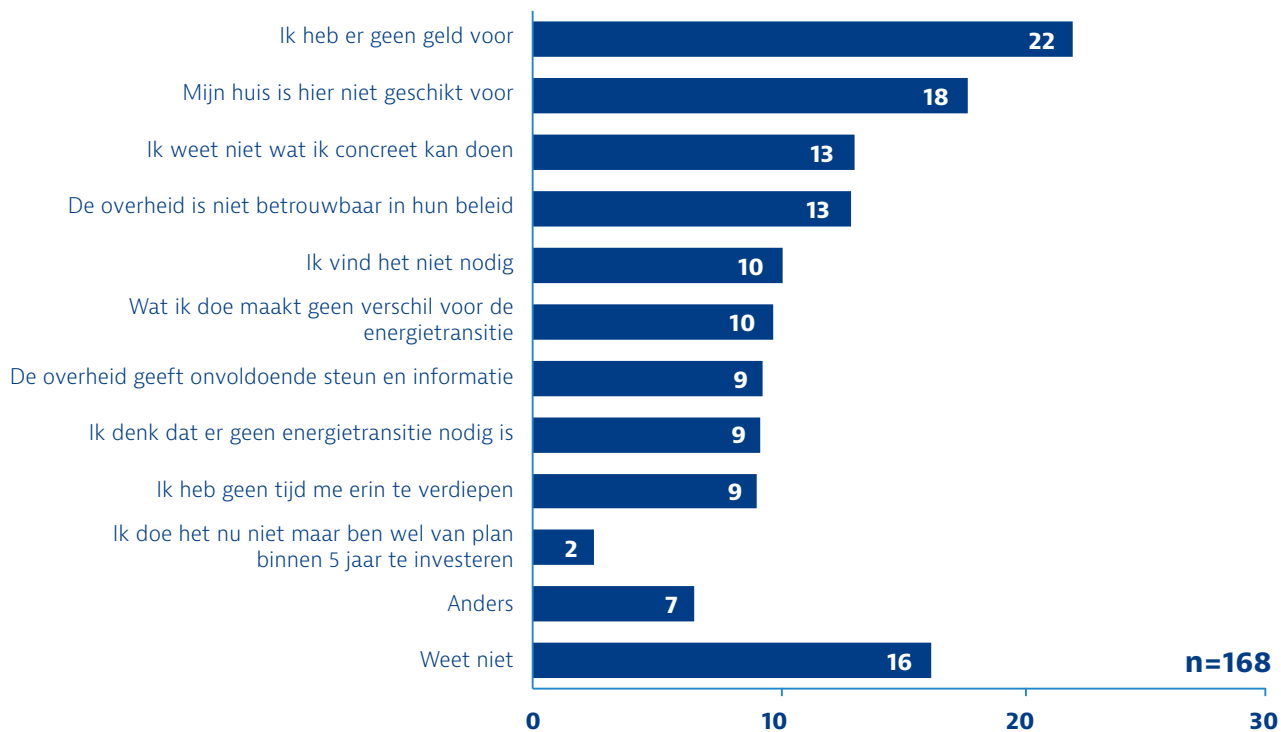
Een aanzienlijke groep blijft achter als het gaat om investeren in energiemaatregelen. Daarbij gaat het vooral om consumenten met lage inkomens, sociale huurders en consumenten met een laag kennisniveau. Zij geven aan dat ze nog niet geïnvesteerd hebben en ook niet van plan zijn om dat te gaan doen. Dit betekent niet dat deze groep niets doet: juist zij zijn relatief actief in het verminderen van hun energieverbruik. Dit suggereert dat besparen voor hen de belangrijkste (en soms enige) handelingsoptie is.

Financiën belangrijkste reden om geen acties te ondernemen

Tot slot is er een relatief kleine, maar wel groeiende groep die helemaal niets doet om de energierekening te verlagen. Bij deze groep (ongeveer 8% van de consumenten) spelen financiële beperkingen de grootste rol. Daarnaast noemen zij diverse andere redenen, zoals de geschiktheid van de woning, gebrek aan concrete handelingsperspectieven ("ik weet niet wat ik kan doen") en onzekerheid over overheidsbeleid. Hieruit blijkt dat zowel motivatie als praktische en structurele belemmeringen bepalend zijn voor gedrag.

Waarom doe je niks om je energiekosten te beïnvloeden?

Meer antwoorden mogelijk. (in %)



Investeren heeft de grootste groeipotentie

Samengevat ontstaat een gelaagd beeld: het merendeel van de consumenten onderneemt acties om de energierekening te verlagen, maar kiest daarbij vooral voor energie besparen. Dat is een veilige en toegankelijke optie, maar wel met een grens: op een gegeven moment valt daar geen winst meer mee te behalen. De volgende stap is om te investeren in energiemaatregelen. Een deel van de consumenten heeft die stap gezet.

Daarmee levert het huidige gedrag belangrijke inzichten op als het gaat om de mogelijkheden om de energietransitie te versnellen. Die mogelijkheden lijken vooral te liggen in het vergroten van het aantal consumenten dat de stap naar investeren durft te zetten. Financiën zijn daarvoor de grootste hobbel.

Daarom kijken we in de volgende 2 hoofdstukken naar de volgende vraagstukken:

- Welk effect heeft het inkomen op de houding en mogelijkheden van consumenten om mee te gaan in de energietransitie?
- Als we kijken naar investeringsbereidheid: welke groep consumenten heeft dan de meeste potentie om de volgende stap naar investeren te zetten?



Inkomen als factor in de energietransitie

Welke invloed heeft het inkomen op kennis, houding en gedrag?

De kennis, de houding en het gedrag van consumenten in de energietransitie worden door allerlei factoren bepaald. Inkomen speelt daarin een grote rol. Met een hoog inkomen ben je in staat om zelf grip en invloed op je energierekening te organiseren. Bij een laag inkomen ben je in grotere mate afhankelijk van anderen. In dit hoofdstuk duiken we dieper in de verschillen tussen inkomensgroepen.

Welke inkomensgroepen onderscheiden we in het onderzoek?

De groep met een **benedenmodaal inkomen** (huishoudens met bruto jaarinkomen van € 44.000 of minder) vormt grofweg 35% van het totale aantal respondenten.

Deze groep kenmerkt zich door:

- een gemiddeld hogere leeftijd (65+)
- verhoudingsgewijs meer laagopgeleiden en minder hoogopgeleiden
- vaker woonachtig in een sociale huurwoning (53% van het totaal met benedenmodaal inkomen)
- minder vaak in het bezit van een eigen koopwoning (32%)

De groep met een **modaal inkomen** (huishoudens met een bruto jaarinkomen van € 44.000 – € 52.000) bestaat uit 18% van het totale aantal respondenten. Deze groep bevat:

- meer jongeren van 18-34 jaar dan de andere inkomensgroepen
- een aanzienlijk aantal mensen met een koopwoning (53%)

De groep met een **bovenmodaal inkomen** (huishoudens met een bruto jaarinkomen van € 52.500 of meer) vormt 36% van het totale aantal respondenten. In deze groep zitten:

- verhoudingsgewijs veel 35- tot 50-jarigen
- aanzienlijk meer hoogopgeleiden en minder laagopgeleiden
- veel mensen met een eigen koopwoning (8 op de 10)
- relatief veel mensen met een dynamisch energiecontract (10%)

Kenmerken van de verschillende inkomensgroepen

Kenmerken doelgroep		Beneden modaal 35% (n=710)	Modaal 18% (n=360)	Boven modaal 36% (n=726)	Gemiddelde 100% (n=2013)
Leeftijd	18-34 jr	26%	34%	28%	27%
	35-50 jr	20%	23%	29%	24%
	51-64 jr	24%	22%	25%	24%
	65+ jr	29%	21%	18%	25%
Opleidingsniveau	Laag	38%	23%	11%	25%
	Midden	45%	50%	36%	42%
	Hoog	17%	27%	53%	33%
Type woning	Koopwoning	32%	53%	81%	57%
	Sociale huurwoning	53%	31%	10%	31%
	Particuliere huurwoning	14%	16%	9%	12%
Type energiecontract	Vast	67%	65%	67%	66%
	Variabel	22%	26%	22%	23%
	Dynamisch	5%	7%	10%	7%
	Anders / weet niet	6%	3%	2%	5%
Kennisniveau over de energietransitie	Weet er best veel van	13%	16%	22%	16%
	Weet er wel wat van	61%	69%	67%	64%
	Weet weinig tot niets	26%	15%	11%	20%
Hoe belangrijk vindt de consument de energietransitie?	Gemiddeld rapportcijfer (1=niet belangrijk, 10=heel belangrijk)	7,1	7,6	7,3	7,2
Hoeveel actie onderneemt de consument in de energietransitie?	Gemiddeld rapportcijfer (1=doet niets, 10=doet wat kan en geeft er geld aan uit)	5,9	6,5	6,4	6,2

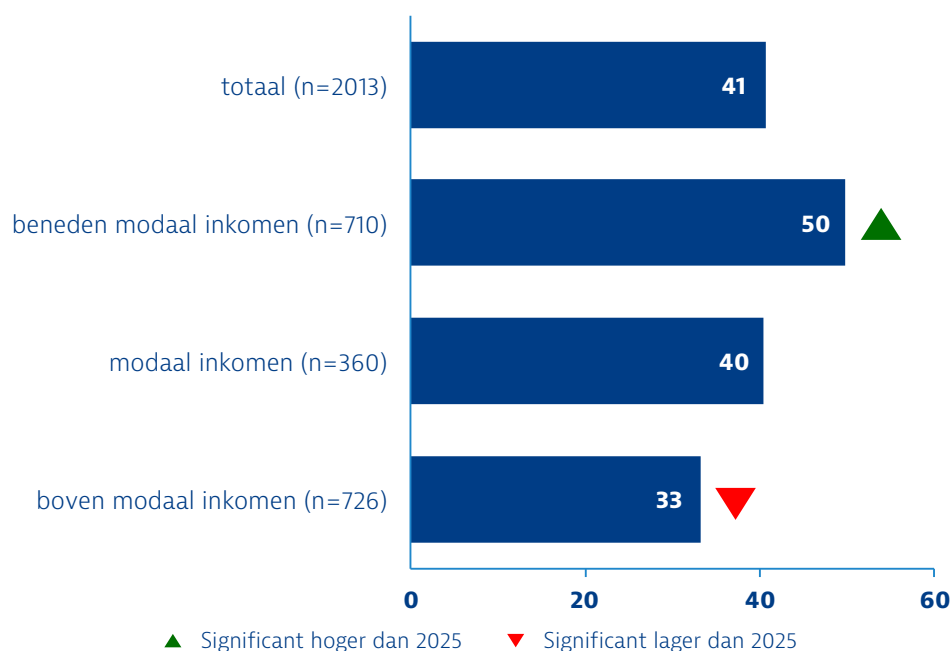
Groen: Significant hoger dan gemiddeld **Rood:** Significant lager dan gemiddeld

Benedenmodale inkomens:

meer zorgen maar minder actie

Consumenten met een benedenmodaal inkomen geven relatief vaak aan minder kennis te hebben van de energietransitie. 20% zegt er “weinig tot niets van te weten”, terwijl slechts 13% zegt er “best veel van te weten”. Daarnaast zien we dat deze consumenten minder actie ondernemen in de energietransitie: ze scoren een 5,9 tegenover een 6,2 gemiddeld. Ondernemen ze wel actie, dan zetten ze vooral in op het verbruiken van minder energie.

Stelling: Ik ben bang om in de financiële problemen te komen door stijgende kosten van energie (in% (helemaal) mee eens)

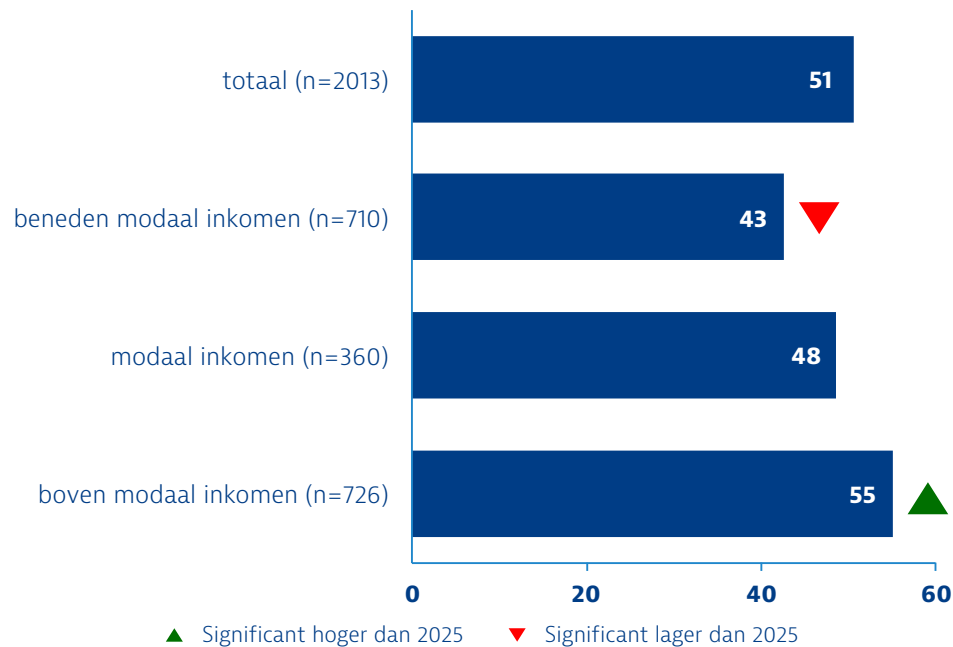


Helft vreest financiële problemen door stijgende energiekosten

De stijgende energiekosten baren de consumenten met een benedenmodaal inkomen veel zorgen. Maar liefst de helft van hen is bang om hierdoor in de financiële problemen te komen. Dat is significant hoger dan het gemiddelde van 41%. Toch is deze groep minder vaak van plan om de komende jaren te investeren in energiebesparende maatregelen. Waarschijnlijk komt dat deels door beperkte financiële mogelijkheden en deels door een gebrek aan kennis.

Stelling: Ik weet dat ik moet investeren in energiebesparende maatregelen omdat energie anders straks niet meer te betalen is.

(in % (helemaal) mee eens)



Investerings in energiemaatregelen blijven achter

We hebben de verschillende inkomensgroepen ook gevraagd om te reageren op de stelling 'Ik weet dat ik moet investeren in energiebesparende maatregelen omdat energie anders straks niet meer te betalen is'. De groep met een benedenmodaal inkomen scoort hierop het laagst: 43% is het met de stelling eens, ten opzichte van een gemiddelde van 50%.

Toch ziet ook deze groep het belang van de energietransitie. Ze waarderen dit belang met een 7,1, terwijl de gemiddelde score een 7,2 is. Zoals eerder aangegeven onderneemt deze groep echter minder actie dan gemiddeld. Dat duidt erop dat de drempel voor consumenten met een benedenmodaal inkomen niet zozeer gestoeld is op een gebrek aan urgentie, maar eerder op een gebrek aan financiële middelen.

Middeninkomens:

grootste motivatie om te investeren



Consumenten met een middeninkomen staan over het algemeen positief in de energietransitie. Zo verwacht 35% van deze groep dat zijn energierekening de komende jaren gaat dalen als gevolg van de energietransitie. Dat percentage is flink hoger dan het gemiddelde van 26%.

Ook valt op dat de modale inkomens een gemiddeld significant hoger belang hechten aan de energietransitie. Zij waarderen dit belang met een 7,6, ten opzichte van het gemiddelde van 7,2. De mate waarin zij actie willen ondernemen in de energietransitie ligt met een 6,5 ook significant hoger dan het gemiddelde van 6,2.

Grote bereidheid om te investeren in alle soorten energiemaatregelen

Bij de vraag in hoeverre consumenten al hebben geïnvesteerd in energiemaatregelen, vallen de modale inkomens minder op. Zij hebben op dit moment niet meer of minder dan gemiddeld geïnvesteerd in isolatie, zonnepanelen, een elektrische auto en/of een thuisbatterij.

Maar kijken we naar de investeringsintentie voor de komende 10 jaar, dan springt deze inkomensgroep er juist uit. Zij scoren significant hoger dan gemiddeld als het gaat om de aankoopintentie van zowel isolatie, als zonnepanelen, elektrische auto's en thuisbatterijen.

Bezit en investeringsintentie van isolatie

Isolatie	Beneden modaal (n=710)	Modaal (n=360)	Boven modaal (n=726)	Weet niet / zegt niet (n=217)	Totaal (n=2013)
Heb ik al gekocht	38%	47%	60%	56%	49%
Wil ik kopen binnen 0-5 jaar	15%	22%	18%	7%	16%
Wil ik kopen binnen 5-10 jaar	5%	8%	4%	3%	5%
Som van investerings- intentie binnen nu en 10 jaar	20%	29%	22%	10%	21%
Wil ik misschien een keer kopen	9%	8%	6%	8%	8%
Ga ik nooit kopen	16%	8%	5%	12%	10%
Weet niet / kan nu niet zeggen	18%	8%	6%	15%	12%

Bezit en investeringsintentie van zonnepanelen

Isolatie	Beneden modaal (n=710)	Modaal (n=360)	Boven modaal (n=726)	Weet niet / zegt niet (n=217)	Totaal (n=2013)
Heb ik al gekocht	26%	40%	47%	41%	38%
Wil ik kopen binnen 0-5 jaar	12%	18%	18%	6%	14%
Wil ik kopen binnen 5-10 jaar	4%	8%	4%	2%	4%
Som van investerings- intentie binnen nu en 10 jaar	16%	25%	21%	8%	19%
Wil ik misschien een keer kopen	12%	12%	11%	10%	12%
Ga ik nooit kopen	29%	15%	13%	26%	20%
Weet niet / kan nu niet zeggen	17%	8%	7%	15%	12%

Bezit en investeringsintentie van elektrische auto

Isolatie	Beneden modaal (n=710)	Modaal (n=360)	Boven modaal (n=726)	Weet niet / zegt niet (n=217)	Totaal (n=2013)
Heb ik al gekocht	5%	11%	17%	8%	11%
Wil ik kopen binnen 0-5 jaar	13%	26%	22%	11%	18%
Wil ik kopen binnen 5-10 jaar	5%	9%	9%	3%	7%
Som van investerings- intentie binnen nu en 10 jaar	18%	35%	31%	13%	25%
Wil ik misschien een keer kopen	19%	19%	24%	15%	20%
Ga ik nooit kopen	43%	24%	20%	41%	31%
Weet niet / kan nu niet zeggen	16%	11%	8%	23%	13%

Elektrische auto en thuisbatterij komende jaren het meest populair

Als het gaat om de aankoopintentie over verschillende tijdvakken is bij de middeninkomens het volgende patroon te zien:

- **Zonnepanelen:** 25% denkt erover te investeren in zonnepanelen (18% binnen 0-5 jaar en 8% binnen 5 - 10 jaar)

Bezit en investeringsintentie van thuisbatterij

Isolatie	Beneden modaal (n=710)	Modaal (n=360)	Boven modaal (n=726)	Weet niet / zegt niet (n=217)	Totaal (n=2013)
Heb ik al gekocht	7%	8%	10%	4%	8%
Wil ik kopen binnen 0-5 jaar	15%	27%	28%	13%	22%
Wil ik kopen binnen 5-10 jaar	6%	8%	8%	4%	7%
Som van investerings- intentie binnen nu en 10 jaar	21%	35%	35%	17%	28%
Wil ik misschien een keer kopen	21%	23%	26%	22%	23%
Ga ik nooit kopen	29%	20%	15%	32%	23%
Weet niet / kan nu niet zeggen	23%	15%	13%	26%	18%

- **Isolatie:** 29% denkt erover om te investeren in isolatie (22% binnen 0-5 jaar en 8% binnen 5-10 jaar)
- **Elektrische auto:** 35% denkt erover om te investeren in een elektrische auto (26% binnen 0-5 jaar en 9 % binnen 5-10 jaar)
- **Thuisbatterij:** 35% denkt erover om een thuisbatterij te kopen (27% binnen 0-5 jaar en 8% binnen 5-10 jaar)

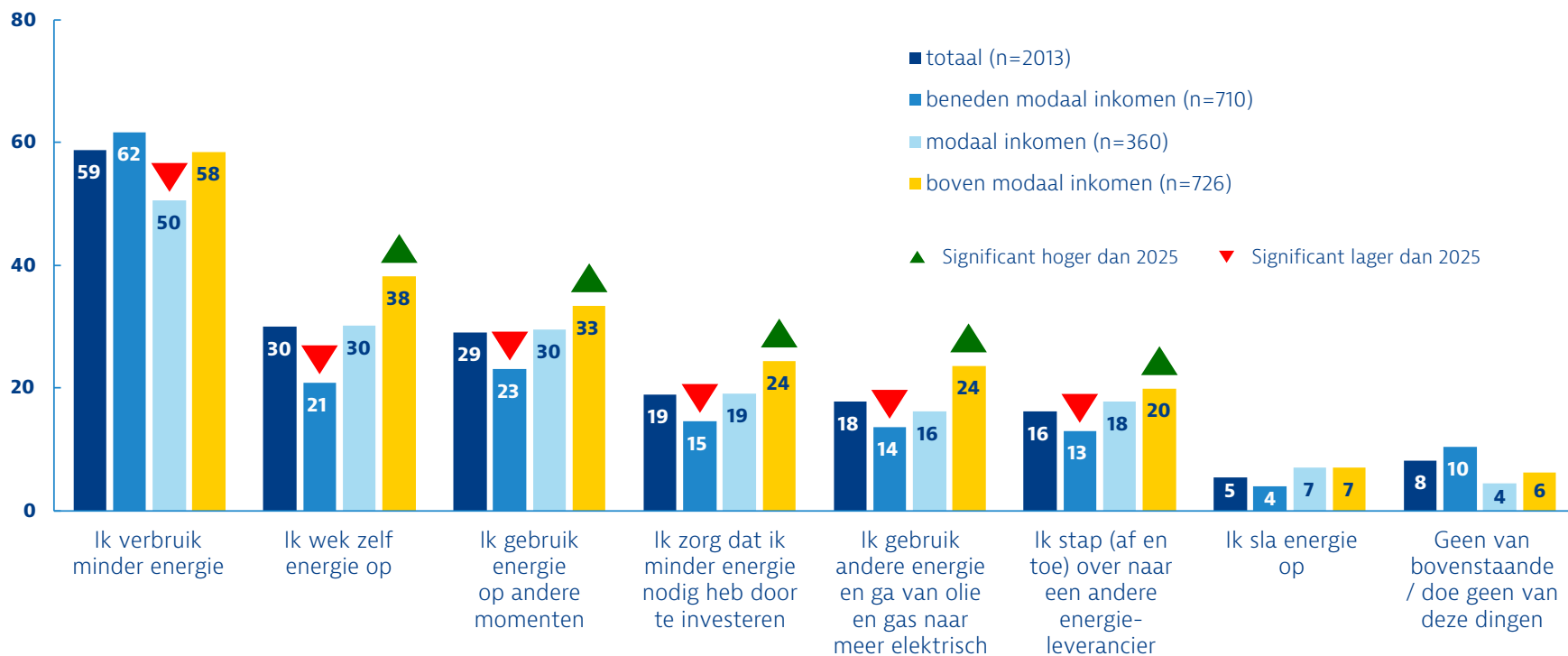
Bovenmodale inkomens:

potentie voor elektrische auto en thuisbatterij

Consumenten met een bovenmodaal inkomen hebben meer kennis van de energietransitie dan gemiddeld. 22% zegt er "best veel van te weten" en 67% "weet er wel wat van". Ook de mate waarin deze groep meegaat in de energietransitie is groter (6,4) dan gemiddeld (6,2), maar niet zo groot als bij de modale inkomens (6,5).

Deze groep is bovendien actief bezig met de energiekosten. Zo wekken ze vaak zelf energie op, gebruiken ze stroom op andere momenten, investeren ze in elektrificatie en switchen ze van energieleverancier.

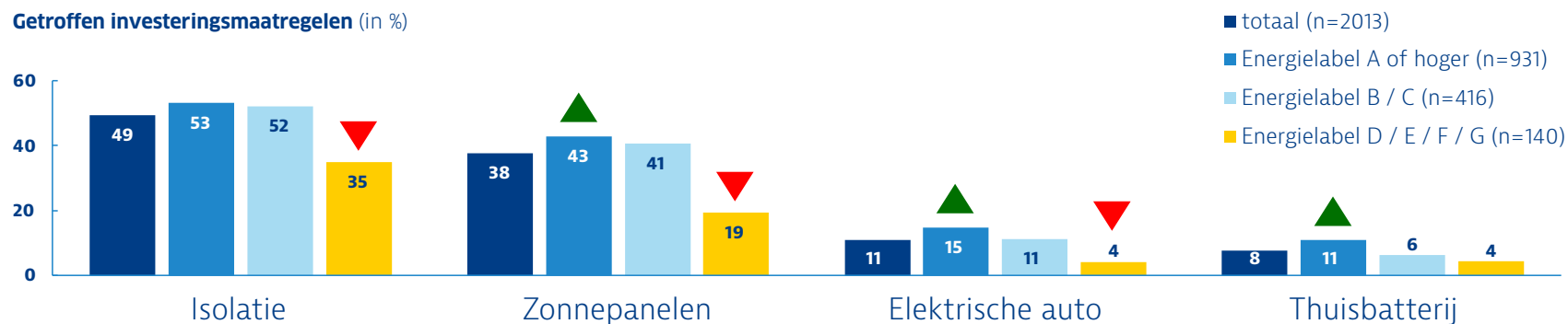
Welke van de onderstaande dingen doe jij op dit moment om jouw energiekosten te beïnvloeden? Meer antwoorden mogelijk. (in %)



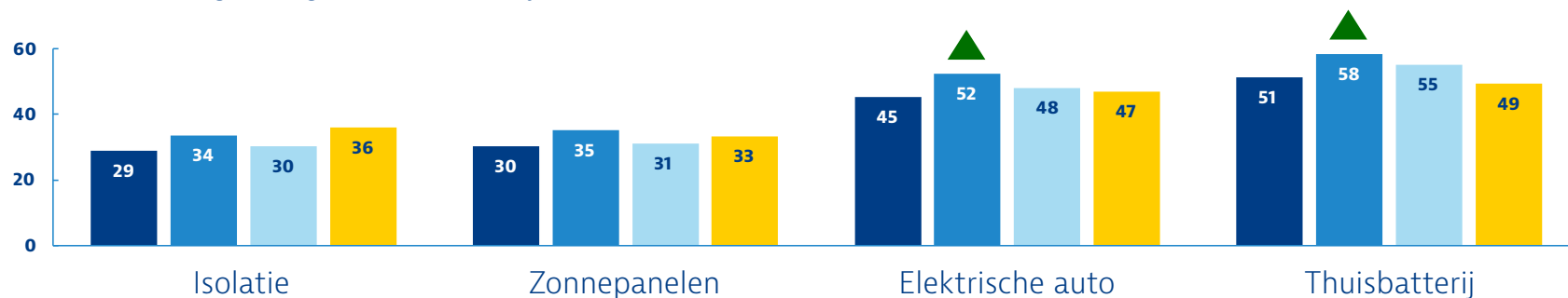
Minder mensen bang voor financiële problemen

Op de vraag hoe belangrijk consumenten de energietransitie vinden, scoren de mensen met een bovenmodaal inkomen niet hoger dan gemiddeld. Dit in tegenstelling tot de middeninkomens die juist hoger scoren dan het gemiddelde. Opvallend is verder dat een derde van de bovenmodale groep bang is om in de financiële problemen te komen door stijgende energiekosten. Maar dit is significant minder dan het gemiddelde van 41%.

Getroffen investeringsmaatregelen (in %)



Gewenste investeringsmaatregelen binnen nu en 10 jaar of misschien een keer (in %)



▲ Significant hoger dan 2025 ▼ Significant lager dan 2025

Veel geïnvesteerd in alle soorten energiemaatregelen

De bovenmodale groep scoort daarnaast hoog op het aantal acties dat ze ondernemen om de energierekening te verlagen. Zo wekken ze vaker zelf energie op (38% tegenover 30% gemiddeld) en stappen ze vaker over naar een andere energieleverancier (20% tegenover 16% gemiddeld).

Ook zien we dat consumenten met een bovenmodaal inkomen meer dan gemiddeld hebben geïnvesteerd in zowel isolatie als zonnepanelen, elektrische auto's en thuisbatterijen. Niet voor niets heeft deze groep relatief vaak een woning met een hoog energielabel.

Energielabel verdeeld over inkomensgroep

Inkomen	A of hoger 47% (n=931)	C / D 21% (n=416)	E / F / G 7% (n=140)	Marktgemiddelde 100% (n=2013)
Beneden modaal	30%	33%	36%	35%
Modaal	22%	18%	20%	18%
Boven modaal	41%	42%	36%	36%
Weet niet/ zegt niet	8%	8%	7%	11%

Groen: Significant hoger dan gemiddeld **Rood:** Significant lager dan gemiddeld

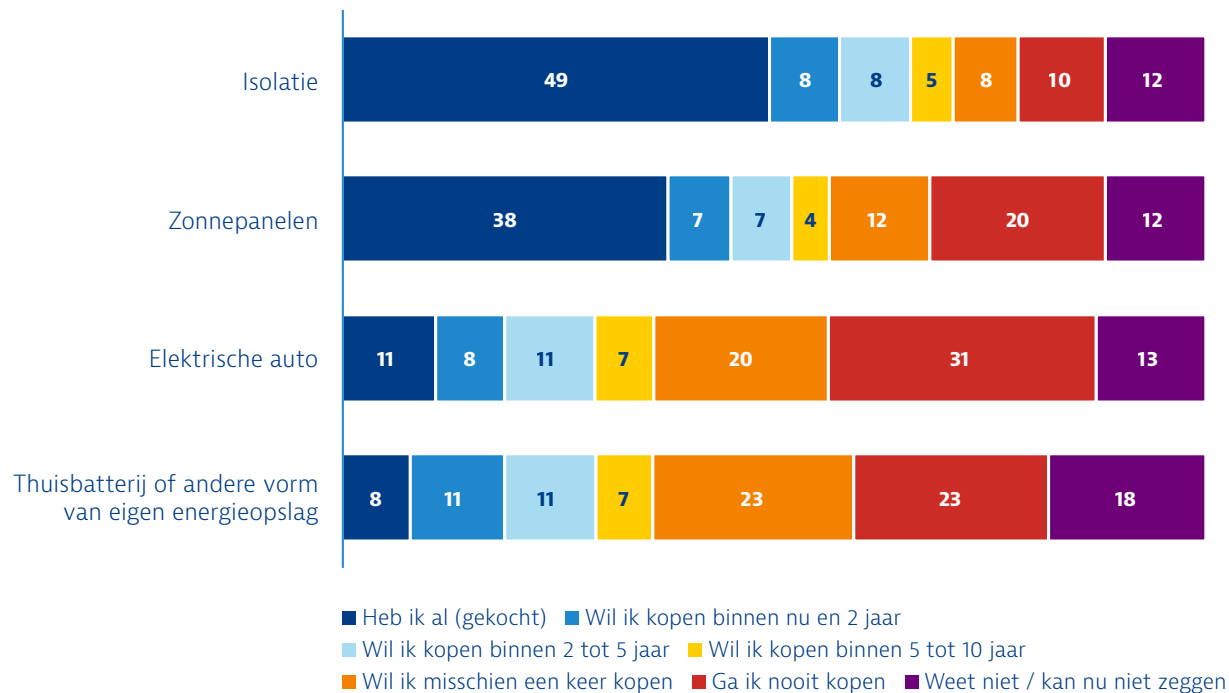
Grote intentie om te investeren in elektrisch vervoer en thuisbatterij

Als we kijken naar de investeringsintentie voor de toekomst, dan richt deze groep zich vooral op elektrisch vervoer en thuisbatterijen. 44% wil in de komende 5 jaar een elektrische auto kopen en 47% wil dat over 5 tot 10 jaar doen. 46% wil in de komende 5 jaar een thuisbatterij aanschaffen.

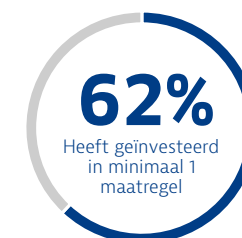
Investeren in energiemaatregelen:

waar ligt de potentie in de komende 2 jaar?

Geef per maatregel aan wat voor jou geldt. (in %)



Investeringsintentie in isolatie, zonnepanelen, elektrische auto, thuisbatterij



Als we de energietransitie willen versnellen, zijn investeringen in energiemaatregelen het meest effectief. Denk aan isolatie, zonnepanelen, elektrische auto's of thuisbatterijen. Het onderzoek laat zien dat het gedrag van consumenten zich stap

voor stap in die richting ontwikkelt. Waar het gedrag zich nu nog grotendeels richt op besparen, verschuift het in de volgende fase naar investeren. En ook in die fase is een duidelijke volgorde te zien.

Van isolatie naar thuisbatterij

Die volgorde begint met isolatie: 49% van de consumenten heeft hier al in geïnvesteerd. Daarna volgen zonnepanelen, waar 38% al toe is overgegaan. Elektrisch vervoer blijft nog achter: slechts 11% van de consumenten heeft een elektrische auto. En als laatste volgen de thuisbatterij en andere vormen van energieopslag: 8% heeft die nu in huis. Tegelijkertijd geeft maar liefst 11% van de consumenten aan in de komende 2 jaar een thuisbatterij te willen aanschaffen. Daarmee is deze investering voor de toekomst het meest populair.

Hoe meer kennis, hoe meer bereidheid om te investeren

Deze volgorde is goed te verklaren door de verschillen in complexiteit en de benodigde financiële middelen en kennis. Relatief eenvoudige en bekende maatregelen zoals isolatie zijn al wijdverbreid, terwijl nieuwe en onbekendere technologieën, zoals de thuisbatterij, nog terrein moeten winnen. Kennis is een belangrijke factor: hoe meer consumenten weten over de mogelijkheden en opbrengsten, hoe groter de kans dat zij een volgende stap zetten.

Grootste potentie ligt bij de middeninkomens

De grootste potentie om de energietransitie te versnellen ligt bij consumenten die wel de motivatie en de kennis hebben, maar bij wie het gedrag nog achterblijft. Uit het onderzoek blijkt dat dit vooral consumenten met een middeninkomen zijn. Zij zijn klaar om de volgende stap te zetten, maar worden nog tegengehouden door onzekerheid over de kosten, de terugverdientijd en het toekomstige overheidsbeleid. Deze groep is daarom gebaat bij subsidies en financiële regelingen, duidelijke langetermijnplannen en een goede netinfrastructuur. Als we kijken naar de verwachtingen die consumenten van de overheid hebben, zijn dit de onderwerpen waarvan het meest van de overheid wordt verwacht.

Groep met benedenmodaal inkomen heeft baat bij collectieve oplossingen

Een andere belangrijke groep bestaat uit de consumenten met een benedenmodaal inkomen. Zij maken zich relatief veel zorgen om hun energierekening, maar lijken hier weinig invloed op te kunnen uitoefenen. Dat komt onder meer door een gebrek aan financiële middelen, een lager kennisniveau en/of minder zeggenschap over hun woning. Deze groep vraagt om een andere, collectieve benadering. Omdat het vaak gaat om mensen met een sociale huurwoning, ligt de bal vooral bij de woningcoöperaties. Zij kunnen de energierekening van hun huurders beïnvloeden door bijvoorbeeld hun woningen beter te isoleren of collectief zonnepanelen of thuisbatterijen aan te schaffen. Ook de overheid heeft daarbij een rol: die kan coöperaties stimuleren en ondersteunen met beleid en financiële maatregelen.

Investeren in de thuisbatterij:

waar ligt de potentie in de komende 0 tot 10 jaar?



Een deel van de huishoudens heeft de mogelijkheden om energie te besparen grotendeels benut. Willen zij hun energierekening verder verlagen, dan zullen zij investeringen moeten doen. De thuisbatterij neemt daarbij een sleutelpositie in: deze technologie wordt steeds relevanter nu de salderingsregeling wordt afgebouwd, de energieprijzen steeds meer fluctueren en netcongestie aan de orde van de dag is. Daarom hebben we in dit onderzoek extra aandacht voor deze vorm van energieopslag.

Bezit en aankoopintentie thuisbatterij

Kenmerken doelgroep		Bezit thuisbatterij 8% (n=148)	Aankoopintentie 0-5 jr 22% (n=420)	Aankoopintentie 5-10 jr 7% (n=132)	Aankoopintentie misschien 23% (n=472)	Aankoop nooit 23% (n=469)	Gemiddelde 100% (n=2013)
Investeringsen reeds gedaan	Isolatie	63%	46%	33%	56%	48%	49%
	Zonnepanelen	63%	42%	28%	42%	28%	38%
	Elektrische auto	31%	16%	11%	8%	4%	11%
Leeftijd	18-34 jr	51%	41%	39%	25%	11%	27%
	35-50 jr	23%	31%	28%	25%	19%	24%
	51-64 jr	12%	19%	23%	28%	26%	24%
	65+ jr	14%	9%	10%	22%	44%	25%
Inkomen	Beneden modaal	31%	25%	29%	31%	45%	35%
	Modaal	17%	22%	23%	18%	16%	18%
	Boven modaal	47%	46%	43%	41%	25%	36%
	Weet niet/ zegt niet	5%	6%	6%	10%	15%	11%
Type woning	Koopwoning	56%	62%	56%	67%	50%	57%
	Sociale huurwoning	30%	23%	27%	24%	42%	31%
	Particuliere huurwoning	15%	15%	17%	10%	9%	12%
Energie label	A of hoger	66%	64%	60%	41%	36%	47%
	B / C	17%	19%	21%	25%	18%	21%
	D / E / F / G	4%	5%	8%	8%	9%	7%
	Weet niet	13%	12%	11%	26%	37%	26%
Type energiecontract	Vast	52%	60%	69%	70%	71%	66%
	Variabel	25%	28%	25%	22%	19%	23%
	Dynamisch	17%	9%	4%	5%	3%	7%
	Anders / weet niet	6%	3%	1%	4%	6%	5%
Kennisniveau energietransitie	Weet er best veel van	28%	31%	20%	13%	8%	16%
	Weet er wel wat van	59%	61%	67%	69%	63%	64%
	Weet weinig tot niets	12%	8%	13%	18%	28%	20%
Mate waarin de energietransitie belangrijk wordt gevonden	Gemiddeld rapportcijfer (1=niet belangrijk, 10=heel belangrijk)	7,7	7,9	7,7	7,3	6,3	7,2

Groen: Significant hoger dan gemiddeld **Rood:** Significant lager dan gemiddeld

Vooraf interesse bij consumenten met een bovenmodaal of modaal inkomen

Het onderzoek wijst uit dat de interesse in de thuisbatterij ongelijk verdeeld is. De meeste interesse zien we bij de huishoudens die al tot de 'koplopers' in de energietransitie behoren: woningeigenaren met zonnepanelen, mensen met relatief hoge inkomens en mensen die al een hoge mate van betrokkenheid en invloed ervaren. Verder valt op dat ook consumenten met een modaal inkomen een substantiële intentie hebben om binnen enkele jaren in een thuisbatterij te investeren.

Thuisbatterij maakt kloof tussen huishoudens tastbaar

Daarmee vormt de thuisbatterij een illustratie van de ongelijkheid tussen consumenten. Wie het geld, de kennis en een geschikte woning heeft om in een thuisbatterij te investeren, is de komende decennia verzekerd van grip en invloed op zijn energierekening. Wie niet in staat is om deze investering te doen, zal de komende jaren geconfronteerd worden met een hogere energierekening. Gerichte beleidsinstrumenten zijn nodig om tegenwicht te bieden aan deze kloof tussen de verschillende huishoudens.

Conclusie

In het Energiedashboard 2025 concludeerde ANWB dat consumenten te maken hadden met een veranderende energiemarkt, die leidde tot onzekerheid over prijzen en beleid. Hierdoor hadden veel consumenten een afwachtende houding. De wil om te verduurzamen was breed aanwezig, maar een groot deel van de mensen wist niet welke keuzes verstandig waren en vreesde negatieve financiële gevolgen. Het grootste risico in 2025 was daarom besluiteloosheid.

Energierekening in 2026 nog minder voorspelbaar dan voorheen

In 2026 zien we dat de energiemarkt wederom enorm grillig is. Hoewel we steeds minder direct afhankelijk zijn van gas uit het Midden-Oosten, werken de gevolgen van de oorlog onverminderd door in de energierekening. Schommelingen in olie- en gasprijzen vertalen zich in hogere elektriciteitsprijzen grotere verschillen tussen contracttypen, duurdere vaste contracten en prijspieken bij dynamische contracten. Hierdoor is de energierekening in 2026 minder voorspelbaar dan voorgaande jaren. Dit is met name een probleem voor huishoudens die de minste financiële ruimte hebben om risico's op te vangen.

Investeren in energiemaatregelen steeds noodzakelijker

Deze ontwikkeling versterkt onze conclusie uit 2025: de grip die mensen ervaren op hun energierekening, wordt steeds sterker bepaald door hun mogelijkheden om te investeren in bijvoorbeeld isolatie, eigen opwek van energie door zonnepanelen, elektrisch rijden en flexibiliteit door thuisbatterijen en slimme aansturing. Consumenten die dat hebben gedaan, zijn beter bestand tegen prijsschokken. Voor consumenten die dat niet kunnen, vertaalt de geopolitieke onrust zich direct in onzekerheid, stress en afwachting. Daarmee groeit het risico dat, hoewel de energietransitie in 2026 versnelt, de lasten ongelijker worden verdeeld. Bovendien

vragen investeringen in bijvoorbeeld zonnepanelen of elektrisch vervoer om een robuust elektriciteitsnet, voorspelbaar overheidsbeleid en voldoende financiële prikkels. Ook daar ontbreekt het vaak nog aan.

Meeste kansen liggen bij de middeninkomens

Gekeken naar de resultaten in het Energiedashboard 2026 vallen vooral de middeninkomens op: zij vormen de groep waar de meeste kansen liggen om zowel de energietransitie te versnellen als de individuele energiekosten te verlagen. Zij beschikken daarvoor over de nodige kennis en zien bovendien het belang van de transitie in. Van alle inkomensgroepen waarderen ze dit belang met het hoogste cijfer, een 7,6.

Verder zien we dat het nu vooral de consumenten met een bovenmodaal inkomen zijn die investeren in maatregelen als isolatie, zonnepanelen, elektrische auto of thuisbatterijen. Bij consumenten met een benedenmodaal inkomen blijven die investeringen achter: zij richten zich vooral op het besparen van energie door minder gas en stroom te gebruiken. De consumenten met een middeninkomen zitten hier tussenin: ze hebben niet meer of minder geïnvesteerd dan gemiddeld, maar hebben wel de grootste intentie om dat in de komende jaren te gaan doen. Zij bevinden zich daarmee op een kantelpunt van gedrag: van besparen (laagdrempelig) naar investeren (structurele impact).

Van intentie naar actie: de overheid aan zet

Toch zien we dat het ook voor de middeninkomens nog spannend is om de stap naar investeren te maken. Zij laten zich nog vaak afremmen door onzekerheden over de (investerings)kosten, terugverdientijd, energie-infrastructuur en toekomstige ontwikkelingen. Investeringslonen veelal op de langere termijn terwijl de investering aan de voorkant gedaan dient te worden. Wat hen zou helpen is een gericht overheidsbeleid, met stabiele langetermijnkaders en aantrekkelijke financiële incentives om de initiële investeringsdrempel te verlagen. Een beleid dat vertrouwen geeft en aanmoedigend werkt om over te gaan van intentie naar actie.



Verantwoording

Dit Energiedashboard komt voort uit deskresearch en marktonderzoek. Voor de deskresearch is gebruik gemaakt van openbare bronnen van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO), de Autoriteit Consument & Markt (ACM) en het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL).

Het marktonderzoek is uitgevoerd door Blauw Research in opdracht van ANWB. De vragenlijst is in nauwe samenwerking opgesteld en bestond uit de volgende onderdelen: achtergrondvragen, energiecontract, kennis, houding en gedrag. De lijst bevatte 31 vragen. Het onderzoek is uitgevoerd onder 2013 personen van 18 jaar en ouder, met een evenwichtige verdeling tussen geslacht, opleidingsniveau en leeftijd. De respondenten hebben de vragenlijst ingevuld tussen 19 en 30 maart 2026.

De verdeling van de steekproef was:

		n	%			n	%
Geslacht	man	985	49%	Leeftijd	18-34 jr	479	28%
	vrouw	1020	51%		25-50 jr	512	24%
	anders	4	0%		51-64 jr	517	24%
Opleiding	Laag	489	25%		65+ jr	505	25%
	Midden	915	42%				
	Hoog	609	33%				

Netto steekproef:

