

A woman with dark, curly hair is sitting at a desk, looking at a laptop. She is wearing a pink sweater. In the background, there is a bookshelf with books and a plant. A window shows a city view. A pink vase with greenery and a white cup are on the desk.

Samenvatting en opvolging focusgroepen Warmte

Opvolging focusgroepen Amsterdam, Arnhem, Rotterdam
november 2025

Waarom dit document?

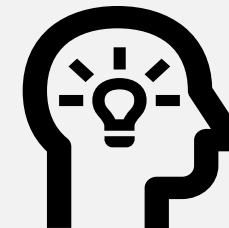
Bedankt voor het delen van jouw ideeën!

Hier vind je de belangrijkste punten en acties uit de sessies in Arnhem, Amsterdam en Rotterdam (online) van november 2025. In het document vind je:

- Een samenvatting van jullie feedback.
- De acties die wij gaan doen op basis van jullie feedback.
- De feedback waar wij, op dit moment, niks mee kunnen doen.

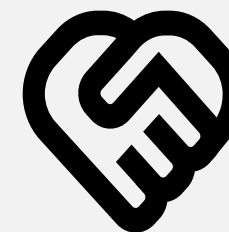
Persoonlijke gevallen staan niet in het document in verband met privacy. Heb je een vraag? Neem contact op met de klantenservice via 0900-0808.

Samen blijven we werken aan verbeteringen!



Delen feedback & suggesties

Vanuit focusgroepen Arnhem, Amsterdam en Rotterdam



Acties en vervolg

Vanuit Vattenfall, 2026 planning

Wie zijn wij?

Team Klantbeleving & Communicatie zet zich in voor een zorgeloze warmtebeleving. We streven naar heldere communicatie over producten en diensten.

Waarom focusgroepen?

Met focusgroepen gaan we direct in gesprek met jullie als klant. Zo horen we wat er leeft, waar behoefte aan is en waar het beter kan. De inzichten uit deze sessies gebruiken we om onze service en communicatie verder af te stemmen op de wensen van jullie, onze klant.



Jullie verwachtingen van een focusgroep

Jullie verwachting was dat we zouden brainstormen over bijvoorbeeld de website, communicatie en andere concrete onderwerpen.

We merkten dat de opzet die wij gekozen hebben, te algemeen was. We hadden meer in thema's moeten werken.

Bij een volgende focusgroep zorgen wij voor:

- Heldere agenda vooraf: je weet van tevoren precies wat er op de agenda staat.
- Meer invloed op thema's: onderwerpen die jou raken als klant, zoals tarieven, verbruik en slimme meters. Zo kun je actief meedenken en krijg je relevante informatie.



Algemene inzichten

Jullie feedback:

- Transparantie over prijsopbouw is belangrijk, net als de communicatie over de prijzen.
- Vattenfall moet beter uitleggen hoe het komt dat je bij warmte geen keuze hebt over de leverancier.
- Er is onduidelijkheid over welk deel van de installatie bij Vattenfall hoort en welk deel bij de woning hoort. Dit leidt tot een 'van het-kastje-naar-de-muur' gevoel.
- De klantenservice biedt soms niet de juiste oplossingen en het ontbreekt bij hen aan technische kennis.
- Spaarsystemen en winacties worden door sommigen gewaardeerd, terwijl anderen de voorkeur geven aan korting.



Wat gaat goed?

Jullie feedback:

- Communicatie over gepland onderhoud en storingen wordt als positief ervaren, inclusief doorlooptijd.
- Monteurs worden gezien als kundig en vriendelijk.
- Er wordt gewaardeerd dat je bij de klantenservice een persoon te spreken krijgt in plaats van een chatbot.
- Het jaaroverzicht is begrijpelijk.
- Overzichten van storingen zijn goed te vinden op de website.
- De open gesprekken tijdens focusgroepen worden op prijs gesteld.



Wat kan beter?

Jullie feedback:

- Lagere kosten.
- Meer duidelijkheid over hoe de tarieven zijn opgebouwd.
- Direct en persoonlijk contact vanuit Vattenfall. Bijvoorbeeld via korte updates, QR-codes, en duidelijke e-mails.
- Behoeftte aan duidelijke uitleg over de installatie, het gebruik van stadswarmte en het verschil met gas.
- Jullie voelen je zekerder bij proactief onderhoud, zodat alles goed blijft werken.
- Oppakken van klachten moet sneller en serieuzer worden opgepakt, met betere afstemming tussen Feenstra en Vattenfall.
- De slimme meter moet beter: snellere plaatsing, betere uitlezing, kortere wachttijden en meer inzicht in de kosten.
- De reclames van Vattenfall zijn niet passend voor klanten met een warmte-aansluiting



Er is behoefte aan verbetering rondom volgende thema's

Tarieven & opbouw
Heldere uitleg en vergelijk



Slimme meter
Storingen, lange wachttijden, geen inzicht in verbruik.



Inzicht in verbruik
Dagelijks of real-time inzicht via app



Keuzevrijheid
Waarom geen keuze?

Communicatie en service
Persoonlijk, proactief en duidelijk

Hoe verder? Actiepunten voor 2026

- **Tarieven en tarievenopbouw:** we gaan de communicatie over tarieven en de opbouw daarvan op de website vereenvoudigen. Daarnaast delen we op welke manieren ondersteuning mogelijk is bij financiële zorgen.
- **Keuzevrijheid:** we gaan zorgen voor een duidelijke uitleg over de (on)mogelijkheden van de keuze voor een warmteleverancier.
- **Techniek en onderhoud:** we schrijven een duidelijke toelichting over de werking van stadswarmte en over de binneninstallatie, geven inzicht in welk deel van de installatie onder Vattenfall valt en welke partij je wanneer moet benaderen. Ook zullen we beter toelichten wat onderhoud voor warmte inhoudt.
- **Communicatie en service:** we werken aan nieuwe scripts voor de klantenservice warmte, de FAQ wordt geactualiseerd en de opleidingsmodule wordt geanalyseerd om de communicatie verder te optimaliseren.
- **Slimme meter:** we gaan de informatie over de slimme meter verbeteren, met aandacht voor onderwerpen zoals: storingen en wat te doen, het ontbreken van een slimme meter, hoe de slimme meter precies werkt.
- **Inzicht in verbruik:** we zullen duidelijk uitleggen hoe je zo goed mogelijk inzicht in je verbruik krijgt. Daarnaast werken we aan de ontwikkeling van real-time inzicht in verbruik. Dit is een langdurig proces waarbij de eerste focus ligt op het zorgen dat iedereen een (werkende) slimme meter heeft.

Waarom doen we met bepaalde punten niks?

Jullie gaven aan de **warmtetarieven** hoog te vinden en dat het **ontbreken van keuze** lastig is. Dat is begrijpelijk. Op dit moment zijn veel warmtenetten in Nederland nog relatief klein. Daardoor worden de kosten voor aanleg en onderhoud verdeeld over een kleine groep klanten, wat vervolgens de tarieven beïnvloedt.

Tegelijkertijd zijn er in Nederland duidelijke ambities om warmtenetten de komende jaren verder te laten groeien. Wanneer netten groter worden, kunnen kosten anders worden verdeeld. **De kosten van vandaag zijn daarom geen vast gegeven voor de toekomst.** Wij blijven ondertussen continu kijken hoe we onze processen en investeringen zo **efficiënt** mogelijk kunnen inrichten, zodat we kosten zo laag mogelijk houden voor klanten. Waar het kan benutten we al schaalvoordelen binnen Vattenfall, bijvoorbeeld in inkoop en IT. Wel kan dit ook nadelen met zich meebrengen, zoals reclames die niet altijd aansluiten bij onze rol als warmtebedrijf.

Warmtenetten blijven een manier om **lokaal beschikbare warmte**, zoals restwarmte of duurzame warmtebronnen, naar woningen te brengen zonder dat je zelf een installatie hoeft te beheren. Daarmee helpen warmtenetten huishoudens van aardgas af en zo CO₂ uitstoot te verminderen. We blijven ons inzetten om jou zo goed mogelijk te ondersteunen, met **duidelijke informatie en communicatie**.

