D2.1. Kutatás a hazai lakás- és háztulajdonosok energetikai korszerűsítéssel kapcsolatos motivációiról és félelmeiről, a felújítások megvalósulását segítő és akadályozó tényezőkről

RenoHUb H2020 projekt

A KUTATÁSI EREDMÉNYEK
MAGYAR NYELVŰ ÖSZEFOGLALÓJA

Project RenoHUb
"Integrated Services to Boost Energy Renovation in Hungarian Homes"
Grant Agreement no. 845652
LC-SC3-EE-2-2018-2019

HUN version 2.0, 24/09/20

Disclaimer excluding Agency responsibility
Responsibility for the information and views set out in this document lies entirely with the authors

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 Secure, clean and efficient energy programme under Grant Agreement No 845652

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS 4

1.1 A RenoHUb projekt 4

1.2 A 2.1. munkacsomag céljai 4

2. KUTATÁSI MÓDSZERTAN 6

2.1 Online blog kutatás 6

2.2 Fókuszcsoportos kutatás 7

2.3 Mélyinterjúk 8

3. EREDMÉNYEK 10

3.1 Az online blog és a fókuszcsoportos interjúk eredményei 10

3.1.1 A felújítók szegmentálása 10

3.1.2 Motivációk 11

3.1.3 Félelmek 11

3.2 Kivitelezői, gyártói, közös képviselő mélyinterjúk 12

3.2.1 Motivációk, eredmények 12

3.2.2 Aggodalmak 14

3.2.3 Kihívások 15

3.2.4 Átfogó tapasztalatok 16

3.3 Önkormányzati interjúk 16

3.3.1 A lezajlott felújításokról 17

3.3.2 Milyen akadályokat látnak? 17

3.3.3 Mivel lehet ösztönözni a felújításokat? 18

3.3.4 A következő évtizedek kihívásai 18

3.3.5 Lehetséges együttműködés önkormányzatokkal 18

4. AZ EREDMÉNYEK ALKALMAZÁSA 20

4.1 A felújítók igényeinek megfelelő szolgáltatás kialakítása 20

4.2 Az egyablakos (one-stop-shop) felújítási tanácsadó szolgáltatás koncepciójának fogadtatása 22

4.2.1 Pénzügyek 22

4.2.2 Az online platform és a tanácsadó irodák szerepe 22

4.3 A szolgáltatás célcsoportjai 23

4.4 Az egyablakos tanácsadói rendszer kommunikációja 24

4.4.1 Általános kommunikációs javaslatok 24

4.4.2 Kommunikációs irányelvek és tartalom 24

PROJEKTPARTNEREK

AACM: AACM Central Europe Llc

ENERGIAKLUB: Energiaklub Szakpolitikai Intézet és Módszertani Központ

IMRO: IMRO-DDKK Non-profit kft.

MCSTE: Magyar Családi Ház Tulajdonosok Egyesülete

MEHI: Magyar Energiahatékonysági Intézet

KÖVESSE A PROJEKT TOVÁBBI EREDMÉNYEIT!

A RenoHUb projekt honlapja: http://renohub-h2020.eu/hu/

Hírlevél feliratkozás: http://renohub-h2020.eu/hirlevel/

Facebook: https://www.facebook.com/RenoHUb.projekt/

LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/renohub-project

Twitter: https://twitter.com/H2020_RenoHUb

Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCkb0YFEMOaU_Fei6DpygTJw

1. BEVEZETÉS

1.1 A RenoHUb projekt

A RenoHUb projekt az Európai Unió Horizon 2020 innovációs programja keretében valósul meg. A projekt végrehajtója az Energiaklub Szakpolitikai Intézet és Módszertani Központ által vezetett konzorcium.

A lakossági energiafogyasztás Magyarország végső energiafelhasználásnak egyharmadát teszi ki. A hazai lakossági épületállomány hatalmas energiamegtakarítási potenciállal rendelkezik. A 4,4 millió lakás kétharmada energetikai szempontból korszerűtlen. Megfelelő energetikai felújítás elvégzésével a lakosság által jelenleg felhasznált energia 40-50 százaléka megtakarítható lenne. A lakóépületek energetikai korszerűsítése a lakossági rezsiköltség csökkentésének és az ingatlanérték növelésének egyik eszköze, és egyben jelentős hozzájárulás lehet a Magyarország által vállalt klíma- és energiapolitikai célkitűzések teljesítéséhez. A becslések szerint ahhoz, hogy az épületállomány ne öregedjen tovább, a mainál lényegesebb nagyobb, csaknem évi 80-100 ezer lakásnak kellene komplett energetikai felújításon átesnie.

A RenoHUb projekt célja a hazai lakóépületek energetikai korszerűsítésének mennyiségi és minőségi léptékváltása. A projekt keretében Magyarországon egy egyablakos, a lakóépületek energetikai felújítását támogató rendszer jön létre.

A bevezetendő rendszer mintája a több európai országban sikeresen működő ún. one-stop-shop modell. Az egyablakos rendszer szolgáltatásai a családi és társasházak energetikai korszerűsítési folyamatának teljes spektrumát lefedi, egyebek között előzetes energiamegtakarítás kalkulációt, egyéni felmérést és műszaki tanácsadást nyújt, kiegészítve finanszírozási lehetőségekkel, modell dokumentumokkal (pl. kivitelezői ajánlatkérés, szerződés), útmutató anyagokkal, piaci tanulmányokkal, továbbá minősített energetikai és műszaki szakértők és kivitelezők ajánlásával, szakmai képzésekkel és esettanulmányok bemutatásával.

A Magyar Energiahatékonysági Intézet 2016 végén végzett kutatása szerint a háztartások 24 százaléka tervezett a következő 5 évben részleges vagy teljes energiahatékonysági célú lakásfelújítást. A RenoHUb feladata, hogy további lakóépületek bevonása mellett ezeket a terveket a megvalósulás útjára segítse.

A RenoHUb rendszer két pillérre épül: egy komplex, felhasználóbarát RenoHUb Online Platformra és egy egységes arculattal rendelkező irodahálózatra (ún. tanácsadó irodákra). Az tanácsadóiroda-hálózat első egységeit a RenoHUb projekt saját költségvetése terhére hozza létre, és annak bővítését együttműködő partnerekkel képzeli el.

1.2 A 2.1. munkacsomag céljai

A 2.1-es munkacsomag célja annak mélyreható megértése, hogy mi ösztönzi vagy akadályozza a ház- és lakástulajdonosokat otthonaik felújításában. Segítő tényezők hipotézisünk szerint például az energiaszámla csökkentése, a klímatudatosság, az ingatlan

értékének növekedése, míg hátráltatók lehetnek a folyamat összetettsége, az információhiány, az időhiány, a bizalomhiány, a szakértelem hiánya stb. Mivel a társasházak és a családi házak tulajdonosai egyértelműen eltérő döntéshozatali folyamaton mennek végig, motivációik és személyes érdekeik pontos megismerése érdekében külön vizsgáltuk ezt a két csoportot. Ilyen eltérések lehetnek közöttük a közös társasházi és egyéni családi házas döntéshozatal, a társasházak költségmegtakarítási célja a nagyobb kényelemmel és esztétikai megújulással szemben, a kifejezetten energiahatékonysági célú társasházi felújítások a gyakran komplex családi felújítási projektekkel szemben, illetve az önállóan döntő családi háztulajdonosok nagyobb rugalmassága. Mivel a társasházak döntéshozatali folyamatát a korábbi projektek lényegesen jobban feltárták, a jelen kutatás keretében különös figyelmet fordítunk a családi házakra.

Kutatásunk célja elsősorban az, hogy alaposan megértsük a felújítókat, azaz leendő ügyfeleinket: hogy világosan lássuk és átérezzük félelmeiket, gondjaikat, frusztrációikat, vágyaikat és reményeiket, hogy a lehető leghatékonyabban tudjuk őket segíteni egy élvezhető felújítási folyamatban, amelyben magabiztosak lehetnek és olyan eredményt kaphatnak a pénzükért, amire vágytak.

A projekt egészét tekintve azonban a projekt más munkacsomagjait is megalapozza ez a kutatás:

1. A fentieken kívül célunk még többek között a személyes döntéshozatali folyamat feltérképezése, a fontosabb döntési pontok és természetesen a lehetséges szükségletek azonosítása. Egy későbbi munkacsomagban, az **ügyfélút** meghatározásánál ez a térkép mutatja majd számunkra azokat a beavatkozási pontokokat is, ahol hatékonyan és sikeresen segíthetjük a leendő felújítókat abban, hogy egy élményszerű folyamat során végül a legjobb ár-érték arányú és a lehető legjobb minőségű mélyfelújítást valósítsák meg.
2. A felújítási folyamat kezdetén és közben fellépő igények és nehézségek az **irodák és az online platform szolgáltatásai**nak kialakításában fog minket segíteni.
3. Az online blog és a fókuszcsoportos interjúk továbbá azzal, hogy a leendő vagy volt felújítók szabadon fogalmaznak írásban vagy szóban, jövőbeli **kommunikáció**nk megalapozását támogatják. Segítségükkel ugyanis megérthetjük a felújítók „nyelvét", amely bizonyosan eltér az általunk megszokott szakmai nyelvtől.
4. Más szempontból nézve ebben a folyamatban a saját források befektetéséről vagy külső finanszírozás felhasználásáról is döntenek. Külön érdekes annak megértése, hogy mik azok a személyes motivációk, amelyek a felújítás finanszírozásának külső bevonását eredményezik (a támogatásokon kívül), és hogy hogyan lehet ezt a folyamatot megkönnyíteni olyan módszerekkel, mint például a célzott tájékoztatás, a konzultációk, a pályázati folyamatok egyszerűsítése stb., Végső soron itt azt szeretnénk látni, hogy a RenoHUb egyablakos ügyintézési rendszere hogyan építhet be egy sikeres **finanszírozás**i modult.

2. KUTATÁSI MÓDSZERTAN

Hogy a RenoHUb a lehető legjobban segíthesse a lakóépületek energiahatékony megújítását, első kutatásunk keretében igyekeztünk megismerni a felújítási folyamat legfontosabb szereplőit: az otthonukat felújító tulajdonosokat, valamint a velük együttműködő partnereket.

A családi és társasházak tulajdonosainak megismeréséhez két, egymást jól kiegészítő módszert használtunk: a 3 napos online blog és négy fókuszcsoportos interjú segítségével teljes képet kaptunk arról, hogy miért is szeretne valaki felújítani (motivációk), miért vág bele a felújításba (driverek), esetleg milyen félelmei, aggályai vannak, ezek beigazolódnak-e később, és hogy az egész folyamat során milyen segítségre lenne szükségük — azaz mit várnának a RenoHUb szolgáltatásától. A fókuszcsoportos interjú emellett hangsúlyosan az előzetes koncepcióink teszteléséről is szólt.

A felújítás folyamata azonban többszereplős, azaz a felújítókon kívül más nagyon fontos együttműködő partnereket is magában foglal: a felmérést, tervezést, kivitelezést végző szakembereknek is nagy szerepük, illetve a folyamatra nagy hatásuk van. A folyamat teljes feltérképezése és a különböző szereplők tapasztalatainak, folyamatban betöltött szerepének megismerése érdekében szükség volt arra is, hogy ezeket a közreműködőket is beazonosítsuk és megkérdezzük. Ennek érdekében több mint tíz mélyinterjút készítettünk a felújítókkal kapcsolatban álló, a felújítási folyamatokat napi szinten koordináló kivitelezőkkel, energiahatékony termékeket előállító gyártókkal, társasházi közös képviselőkkel és potenciális együttműködő önkormányzatokkal, akiktől további nagyon fontos információkat kaptunk arra nézve, hogyan finomhangoljuk készülő modellünket.

Miután három elismert piackutató vállalattól kértünk árajánlatot és szakmai javaslatokat, a Kantar Hoffmann Kft-t választottuk ki az online blog és a fókuszcsoportos interjúk lebonyolítására, akik a RenoHUb konzorciumi partnerekkel végig szorosan együttműködve alakították ki a részletes módszertant. A mélyinterjúkat a RenoHUb konzorciumi partnerek közösen készítették elő és kivitelezték.

2.1 Online blog kutatás

A fent leírt céljaink érdekében először online blog segítségével történt az igények felmérése és a felújítási munkálatokkal kapcsolatos tapasztalatok feltárása. Az online blog egy folyamatosan moderált, esetünkben 3 napon keresztül tartó beszélgetés, amely naplózási technikával zajlik. Ebben a folyamatban célunk az energiahatékonysággal és a felújításokkal kapcsolatos attitűdök, személyes tapasztalatok feltárása volt, valamint a felújítók kommunikációjának jobb megismerése.

A folyamatban 20 fő vett részt, akik mind 30-56 év közöttiek voltak, vegyes családi állapotban. 14-en Budapesten és agglomerációjában, 6-an más nagyvárosokban és agglomerációjukban élnek. Kiválasztásukkor fontos szűrőfeltétel volt, hogy 5 éven belül az

alábbi felújítások egyike történt otthonukban a megadott költségkereten belül, ahol döntéshozóként voltak jelen:

Felújítások:

- Nyílászárócsere,
- hőszigetelés,
- Fűtéskorszerűsítés.

Költségkeret:

- Családi házak: 2-12 millió Ft,
- lakások: 0,5-3 millió Ft.

Mindegyik típusból legalább 5 fő vett részt az online blog folyamatában, és maximum 5 fő lehetett olyan, aki nem a felújított ingatlanban lakik, hanem kiadja.

2.2 Fókuszcsoportos kutatás

A fókuszcsoportos beszélgetések esetében kisebb hangsúlyt kapott a felújítással kapcsolatos attitűdök feltérképezése: itt a fő cél a felújítási tanácsadó irodákban és az online platformon elérhető leendő szolgáltatások koncepciójának tesztelésére volt. A fókuszcsoportos interjú általában 6-8 fő egy térben történő, moderált beszélgetése, amelyet a megbízó detektívtükör mögül követ. Esetünkben a koronavírus miatt az online videochatet zárt YouTube csatornán keresztül követtük.

Négy fókuszcsoportos interjút tartottunk így, melyeken 6-6 fő vett részt. A csoportokat úgy alakítottuk ki, hogy külön vizsgálhassuk azokat, akik társasházban vagy családi házakban élnek, illetve a felújítási munkák előtt vagy után tartanak. A csoportbeosztás így az alábbiak szerint alakult:

	A közelmúltban energetikai felújítást megvalósított	Energetikai felújítást tervez
Családi ház	1. csoport	4. csoport
Társasház	3. csoport	2. csoport

Itt már csak Budapesten és agglomerációjában élők vettek részt 30-60 év között., és csoportonként maximum egy fő lehetett, aki kiadja ingatlanát. A lakástulajdonosok és a családi háztulajdonosok csoportjából is volt egy, amely inkább 30-50 év közöttieket, és egy, amely 50 feletti párt is tartalmazott, ahol a gyerekek már elköltöztek. Ezt azért szerettük volna külön vizsgálni, mert hipotézisünk szerint más szempontok játszhatnak közre és más jellegű

lehet a felújítás kisgyerekes családban és más olyan pároknál, ahol szempont lehet a nyugdíjas évek pénzügyi biztonságának megteremtése az energiaszámlák csökkentésével.

2.3 Mélyinterjúk

A mélyinterjúkat a RenoHUb projekt konzorciumi partnerei készítették 2020 február és május között. Az interjúk általában 40-90 percet vettek igénybe, előre megszerkesztett, egységes kérdőívvel, melyekben célcsoportonként voltak kisebb változtatások. Az önkormányzati kérdőívek tértek el leginkább a többitől, hiszen itt a RenoHUb projektben való lehetséges jövőbeli együttműködés körülményeit, feltételeit is igyekeztünk felmérni.

A kérdőív nagyjából 50 kérdésből állt. Az első két kérdéscsoport azt mérte fel, hogy a kivitelezők, gyártók, közös képviselők stb. hogyan látják a felújítók motivációit, aggályait, a felújítási folyamat kihívásait. Ezután interjúpartnerünk saját tapasztalatait kérdeztük részletesen az utóbbi időszak felújításaival, az általuk érzékelt trendekkel kapcsolatban, beleértve az ő nehézségeiket is. Végül pedig a RenoHUb projektről és a tervezett szolgáltatásainkról szóló rövid összefoglaló után az ezzel kapcsolatos véleményüket, meglátásaikat és a lehetséges együttműködési irányokat mértük fel.

Az alábbi, nem nevesített szereplőkkel készültek mélyinterjúk:

5 kivitelező cég:

1. Generálkivitelező cég (vidék), főleg társasházak, néhány családi ház
2. Önkormányzati tulajdonban lévő vidéki generálkivitelező cég, magasépítés, állami beruházások, kevés családi ház
3. Eredetileg családi házas szegmensre generálkivitelező, céges irányba tolódtak el, évi 1-2 nagy családi házas projekt
4. 40 éves víz-gáz-fűtésszerelői tapasztalat családi házaknál (e.v.), a munkák harmada komplex energetikai felújításhoz kötődik
5. 20 éve szigeteléssel foglalkozó egyéni vállalkozó, utóbbi éveben 0%-os hitel miatt több családi ház (kb. tucat/év), ezek teljeskörű felújításokon estek át

4 gyártó cég:

1. hazai piacvezető kazángyártó cég 4 munkatársa, közvetítőkön keresztül, néha közvetlenül vannak kapcsolatban a lakossággal
2. szigetelőanyag-gyártó cég, melyen belül hagyományos építőanyag-kereskedelemmel foglalkozó munkatárs, aki TÜZÉP-telepek és lakossági megkeresések kiszolgálása, közvetlenül lakossági beruházókkal állnak kapcsolatban
3. piacvezető cég épületgépészetben, nagy része lakossági felújítás, de főleg nagy épületgépészeti rendszerekkel, kondikazánokkal foglalkozik
4. piacvezető prémium épületgépészeti cég

2 társasházi közös képviselő:

1. 20 ezer fős nyugat-magyarországi város, néhány évente pályáznak
2. 10 ezer fős Somogy megyei város, folyamatosan pályáznak

3 önkormányzat:

1. 50 ezer fős megyei jogú város
2. 100 ezer fő fölötti megyei jogú város
3. Budapesti kerület

3. EREDMÉNYEK

3.1 Az online blog és a fókuszcsoportos interjúk eredményei

Mivel mindkét kutatás a felújítók attitűdjének, illetve a koncepció fogadtatásának felmérését célozta meg más hangsúlyokkal, az eredményeket tematikusan összesítjük az alábbiakban.

3.1.1 A felújítók szegmentálása

A felújítókat számos szempont alapján oszthatjuk hasonló igényekkel, problémákkal, félelmekkel bíró csoportokba. Ezek közül a legfontosabb szegmentálási szempontok és jellemzőik az alábbi ábrán láthatók.

Családi ház vs társasház	Újonnan vett vs benne lakik	Kis- vs nagytelepülés	Fiatalabb vs idősebb	Maga csinálja vs másokra bízza
▪ Családi ház: ▪ Komplexebb felújítási igények – több lehetőség (pl. megújuló is) ▪ Nagyobb megtakarítási kényszer ▪ Nagyobb forrásigény ▪ Több lépcsős megvalósítás időbeli elhúzódást eredményezhet ▪ Társasház: ▪ Egyszerűbb igények ▪ Több korlát – közösségi döntések miatt	▪ Újonnan vett: ▪ Motiváltabbak a felújításra (kalkulálnak erre forrást a vételkor; kényelmesebb költözés előtt; esztétikai szempontok is húzóerőként hatnak) ▪ Benne lakik: ▪ Probléma-motiváltság erősebb (pl. veszélyes, vagy nem megbízható megoldás, érzékelhető szigetelési gondok, magas számlák)	▪ Kistelepülés: ▪ Több személyes kapcsolat - barter kivitelezés ▪ Ismeretség miatt a helyi dolgok jobban működnek, nagyobb a bizalom ▪ Nagytelepülés: ▪ Elveszettebbek lehetnek – több segítséget igényelnek elsősorban a kivitelezők kiválasztásában	▪ Fiatalabbak: ▪ Nagyobb igény az okos megoldásokra, a „modernségre" ▪ Kényelmi és esztétikai szempontok is előtérben ▪ Idősebbek: ▪ Csökkenő családméret (Empty nested) - aránytalanul nagy rezsiköltségek (felmerülhet az energiaszolgáltatóktól való függetlenedés igénye) ▪ Az ingatlan értéknövelése - értékesebb örökség hagyása pl. unokáknak	▪ Maga is részt vesz: ▪ Szeret barkácsolni, és élvezi, hogy keze munkája illetve anyagi kényszer – műszaki téren igényel sejtséget ▪ Másra bízza ▪ Nagyobb lelki megterhelés a felújítás – kivitelezés a neuralgikus pont (kiben bízhat meg, mi a value for money munka és anyagár stb.)

A legfontosabb különbség, amely mentén magát a kutatást is felosztottuk, a családi házban és társasházban élők között húzódnak. Ennek mentén maga a szolgáltatás is ketté fog válni az irodákban és az online platformon egyaránt. A társasházak esetében azt is fontos kiemelni, hogy itt nem is feltétlenül a lakóknak, hanem a társasházi közös képviselőknek célozzuk majd szolgáltatásainkat.

A kor és a településméret a szolgáltatások elérhetősége mellett annak módját (személyes vagy online) illetve magának a kommunikációnak a stílusát is meghatározza. Az pedig, hogy valaki szívesen veszi kezébe az egész felújítási projektet akár a kivitelezés egyes részeit is beleértve, vagy legszívesebben még a döntéseket is átadná valaki másnak, fontos szempont, melyet figyelembe kell vennünk a szolgáltatások elérhetősége, egymásra épülése és az online platform kialakítása kapcsán, lehetővé téve minél többféle opciót.

A továbbiakban összefoglaljuk, milyen válaszokat kaptunk az online blog és a fókuszcsoportos interjúk folyamán legfontosabb kérdéseinkkel kapcsolatban.

3.1.2 Motivációk

A legfontosabb felújítási motivációk az **esztétika**, a komfortszint növelése és a spórolás. A festés, a falak áthelyezése, esetleg egy új ablak segíti a felújítókat, hogy „huzatos és ronda", „csúnya, balesetveszélyes" helyett "szép", "világos", "kulturált" otthonuk legyen, és sok embernek ez a legfontosabb – megtérüléstől függetlenül. A **komfortszint növekedése** az energiahatékonysági felújítások másik fontos előnye, amellyel a "nem zártak jól a nyílászárók", "nem szigetel jól", „fáztunk a fal mellett" jellegű problémákon lehet segíteni. A **spórolás** szintén kéz a kézben jár az energiahatékonysággal, és segíti, hogy a beruházás hosszú távon megtérülő legyen, hogy akár a felújítást követő hónaptól kisebb rezsiköltségeket kelljen a háztartásnak kiegyenlítenie. Ez a legtöbb energetikai felújításnál egy rövidtávú, jól látható eredményt tud nyújtani.

További motivációk voltak a nagyobb **kontroll** (megbízható, jobban szabályozható, takarékos fűtési rendszer), a **biztonság**, amely a betörésekre (biztonsági redőny felszerelhetősége), illetve a szén-monoxid-biztonságra is vonatkozott. Fontos szempont még az **egészség**: ahol egyfolytában párásodott, penészedett az ablak, felpúposodott a párkány, ott a penész- és páramentességet biztosító, jól megtervezett és kivitelezett felújítás nagy megkönnyebbülést hozhat az ottlakóknak.

Végül pedig gyakori, sajnos ma már egyre ritkább oka a felújításoknak adott **pénzeszközök felhasználása**, amely leggyakrabban a lejárt a lakástakarék-pénztári számlát jelenti, de lehet örökség is, vagy egy éppen aktuális pályázat megjelenése.

3.1.3 Félelmek

Az egyik legáltalánosabb félelem az összetetteb felújításokkal kapcsolatban, hogy rendkívül sok **nyűg**gel jár, kezdve a telefonálgatásoktól a találkozókon át a várakozásig és a felújítási területek takarításáig. „Borzalmas volt, éveket vett el az életemből, most tartok ott, hogy feladom az egészet" – foglalta össze az egyik résztvevő. A **menedzsment**, a sok apró döntés, stressz, lemondások mind nehéz időszak elé állítják a háztartásban élőket. Ha nem a megfelelő szakemberek és kivitelezők veszik őket körbe, gyakran kaotikussá válhat a folyamat, és a felújítók gyakran úgy érezhetik, hogy elvesztették a **kontrollt**.

Ehhez szorosan kapcsolódik a **tervezhetőség** problematikája: mi meddig fog tartani, mennyibe fog kerülni? Elég lesz-e a pénz? Tényleg el fog-e jönni a szakember? Sajnos ezekre a folyamat elején gyakran senki sem tud megnyugtató választ adni.

A kiszámíthatóság a **pénzügyek** esetében az egyik legkritikusabb, és itt nem csak az a nagy kérdés, hogy elég lesz-e, hanem hogy sikerült-e megtalálni a legjobb ár-érték arányú technikai megoldást, és a megbízható szakembert, aki valóban minőséget fog nyújtani a felújítók pénzéért. Kérdés, hogy hol lehet tényleg megbízható szakembert találni? Ez is egy nagy félelem, és sajnos a gyakran szomszédjukhoz, barátaikhoz, rokonokhoz elérhetőségekért forduló felújítók elkövetik ugyanazt a hibát, mint akik a kivitelezőt ajánlották.

Fontos kérdés a **bizalom**: vajon kinek higgyenek, ki ad jó tanácsot? A szomszéd, a kivitelező, az energetikus, esetleg más szakemberek? Aki tudja, tényleg tudja? A kivitelezők vajon reális árat mondanak? A kérdések megválaszolását az általános **információhiány** is nehezíti: a felújítók laikusok, akik gyakran nem tudnak válaszolni a kivitelezők kérdéseire, ezért nagyon hálásak lennének a megbízható, érthető információért és döntéstámogatásért.

3.2 Kivitelezői, gyártói, közös képviselő mélyinterjúk

3.2.1 Motivációk, eredmények

A kivitelezők alapvetően megerősítették a lakossági kutatás eredményeit: úgy látják, hogy **a lakók motivációja** leginkább a költségcsökkentés, az elavult készülékek, elemek energiahatékonyra cserélése. Emellett az esztétikának (ha már a lakás többi részét felújítják, ez is szép legyen), az elérhető támogatásoknak vagy lejárt lakástakarékpénztári megtakarításoknak is hatása lehet, valamint a korábbi meghibásodásoknak, üzembiztonsági, komfortbeli problémáknak. A társasházak esetében tapasztalataik szerint az energetikai korszerűsítés az általános cél.

A közös képviselők vagy az őket megkereső lakók általában az épület állapotával elégedetlenek (omladozik, öreg nyílászárók, igénytelen épület külső), tehát az esztétikának is fontos szerepe van.

A gyártók tapasztalata, hogy termékeiket sokszor csak akkor cserélik, ha azok már véglegesen elromlottak, nem javíthatók, persze emellett az energiamegtakarítás, megtérülő beruházás is fontos: az energiahatékonyság a fűtéskorszerűsítések 50-60%-nál szempont szokott lenni.

Megkérdeztük a gyártókat, kivitelezőket, szokták-e a lakókat motiválni energiahatékonysági célú felújításra, és ha igen, milyen üzeneteket fogalmaznak meg. Szinte mindenki aktívan próbál tenni a magasabb műszaki tartalom és az elérhető nagyobb energiamegtakarítás érdekében, és ehhez a **lakók motiválására** a spórolást, értéknövelést, csökkenő számlákat, biztonságot, készülékek megbízhatóságát szokták hangsúlyozni. **Hatékony üzenet**nek találták annak hangsúlyozását, hogy felújítás után elég később indítani a fűtést ősszel, nyáron légkondi nélkül is el lehet lenni, az otthonuk értékesebb lesz.

A gyártók a rendszerben gondolkodást (komplex felújítás elemeinek egymásra épülésének tervezése), a közös képviselők a pályázási lehetőséget, illetve lehetőleg a komplex felújítást szokták kiemelni. A kivitelezők néha azzal tudják magasabb műszaki tartalomra rábeszélni az ügyfeleket, hogy a korszerűbb készülékkel több helyet tudnak megtakarítani a lakáson vagy házon belül. Összességében pedig a komplexebb felújítás jó befektetés lehet: még ha hosszú is, 20 év alatt a megtérülés 5% kamatot jelenthet. Általában a gyártók javaslata, hogy a lehetőségeket érdemes kommunikálni.

Bár a közös képviselők szerint a lakók nagyon probléma-motiváltak, azaz csak akkor lépnek, ha valami már nagyon rossz állapotban van, mégis hatékony stratégia lehet, amikor a közelben megvalósuló hasonló, sikeres felújításokkal lehet példálózni.

Az interjúalanyok általában **megtérülő**nek gondolják ezeket a beruházásokat. Bár a komplex felújítások esetében, ahol igazán sokat lehet megtakarítani, ez nagyon hosszú távot jelenthet, míg egy kazáncserénél akár csak 5-10 év. Mivel a megtakarításokat már rövid távon is érzékelik, érdemes ezeket az előnyöket kommunikálni. Társasházaknál nincs olyan nagy jelentősége a megtérülésnek, és sajnos a lakók sokszor nem is használják megfelelően a felújított lakásokat (továbbra is nyitva az ablak télen, nem fűtenek kevesebbet stb.).

A felújítók legfontosabb információforrásai az internet (fórumok, gyártó honlapja) és a szomszédok, ismerősök. Azonban ha bizonyos kérdésben energetikustól, szakembertől, kivitelezőtől tanácsot kapnak, általában az lesz a döntő, hacsak nincs meglévő saját tapasztalatuk. A társasházak lakói és a közös képviselők a pályázatíróktól is szoktak tájékozódni, míg kisebb településeken a helyi szakember a döntő információforrás.

A gyártóknak jó tapasztalataik vannak a gyártói tanácsot kérő, nyitott, autodidakta módon tanuló és saját maguknak kivitelező lakókkal, míg sokszor nagyon rossz a több évtizedes szakmai múlttal, ugyanakkor elavult tudással rendelkező, ennek ellenére magabiztos és a sokéves gyakorlathoz ragaszkodó kivitelezőkkel, akik sokszor sajnos igen káros tanácsokat adnak a felújítóknak. Ementén sajnos az az irány, ami szerint „ami a szomszédnak van, legyen olyan nekem is", nem vezet jóra.

A lakók és a társasházi képviselők egy része igen **hiányos ismeretekkel rendelkezik**, míg mások komoly előtanulmányokat végeznek az interneten, és gyakran magas elvárásokkal vágnak bele a munkába. Ebben az esetben is nagyon erős azonban a szakember befolyásoló képessége.

Az interjúalanyok szerint **a leghatékonyabb kommunikációs csatornák** a következők: helyi lapok (hírmondók, Lokál), internet, előadások, építési közösségek és klubok, TV reklám, social media, honlap, webinarok, kiállítások, konferenciák és szakmai fórumok/napok (Construma). Jó csatornák lehetnek még roadshow-k, helyi tájékoztatók, illetve érdemes lenne a RenoHUbnak lakógyűléseken részt venni. Ha azt nézzük, hogy a barátok, szomszédok, ismerősök az egyik fontos csatorna, az a bizalom, hitelesség tényezőjét teszi nagyon fontossá, hiszen ezekkel a csatornákkal kellene majd versenyezni. Mivel a szakemberek, kivitelezők a másik nagyon befolyásos csoport, a gyártók egy része például a partnereik, a szerelők, üzletfelek, kivitelezők képzésére, informálására helyez nagy hangsúlyt.

A **felújítási kedv**re nagyon nagy hatással vannak a pályázati lehetőségek, állami támogatások, ezek lendületének visszaesésének látható hatása van, bár több kivitelező folyamatos komoly érdeklődésről számol be, amelyet csak a vírus vetett vissza, így többen halasztanak. Más kivitelezők a bérnövekedésnek és a jó befektetési lehetőségnek köszönhetően szintén pozitív trendekről számolt be. A társasházi beruházások vidéken azonban stagnálnak, sok közös képviselőnek lenne szüksége információra az elérhető finanszírozási forrásokról. Közülük sokan úgy érzik, sok lakó kivár az állami segítségre. A gyártók észrevétele, hogy egyre fontosabb a műszaki szempont, jobban megnézik az emberek, mire költenek, bár az energiatudatosság csak lassú lépésekkel halad előre.

A **családi házas és társasházas felújítások közötti különbségek**et a kivitelezők úgy látják, a társasházakat leginkább a bonyolultabb döntéshozatal jellemzi, emiatt szívesebben dolgoznak családi házakkal, nyugodtabb pálya nekik.

A gyártók úgy látják, a társasházak komolyabban veszik a dolgokat a méret, sok ember pénzének elköltése miatt, így rendszerben gondolkoznak, nem mondanak le műszaki tartalomról (azaz nem vesznek rosszabb kazánt csak azért, mert olcsóbb), fontosak a garanciák, nagyobbak az elvárások. Viszont általában már el van döntve a műszaki tartalom, amikor eljutnak hozzájuk, nincs ráhatásuk.

A folyamat végén a lakók amiatt **elégedettek** leginkább, hogy csökken a fűtésszámla, szép, új, korszerű, hangtalan készülékük lett, megújult a ház/lakás. A társasházak esetében általában annak örülnek a lakók, hogy esztétikusabb lett a ház, és az energiamegtakarítás miatt csökkenhet a közös költség, vagy nem kell emelni. A kivitelezők, gyártók azonban erről nem igazán kapnak **visszajelzés**t: általában csak a reklamáció, a problémák jutnak vissza hozzájuk, nincs utánkövetés. Egy pozitív példát azonban hallottunk az egyik gyártótól, aki minden ügyfelére ráír egy év múlva, hogy mondják el a tapasztalatokat, mennyit fogyaszt az új készülék, elégedettek-e?

3.2.2 Aggodalmak

A felújítók a folyamat elején rendkívül sok minden miatt aggódnak. A kiszámíthatatlanság, bizonytalanság számos fontos elemet érint a folyamatban – pénz, idő, minőség –, miközben átmenetileg használhatatlanná, kényelmetlenné válik az otthonuk, por, kosz, nyűg, elintéznivalók, és talán megbízhatatlan és kókler kivitelezőkkel kell egyeztetniük olyan kérdésekben, amikben laikusok, gyakran a kérdést sem értik, de sokba fog nekik kerülni.

Az egyik legfontosabb kérdés, ami a folyamat elején foglalkoztatja és nyomasztja őket, hogy a tervezett felújítás **mennyibe fog kerülni**: a kivitelezőkerre a kérdésre azonban a kezdetekben még nehezen tudnak válaszolni, mert bizonyos részletek – megfelelő előzetes energetikai vagy egyéb szakértői felmérés hiányában – csak a folyamat közben derül ki számukra, például egy régebbi épület felújításánál. Emellettaz is igen gyakori, hogy az ügyfelek menet közben változtatnak a terven, nőnek az igényeik, és így az ár is. Ezzel párhuzamosan nő a frusztráció egy másik központi kérdés miatt is: elég lesz-e a pénzük? **Miből fogják kifizetni**? Ezek a kérdések szülik az „okos", de sajnos gyakran félresikerült megoldásokat, gyakran a megtakarításokról vagy a garanciáról való lemondást a fekete munkák érdekében – így sajnos már a **minőség**ért is aggódhatnak a felújítók.

A gyártók gyakran találkoznak azzal a félelemmel, hogy vajon tényleg **megbízható lesz-e a termék**, nem túl finom, bonyolult egy új, korszerű kütyü?

A közös képviselők pedig leggyakrabban azzal az aggodalommal találkoznak, hogy a lakók nagyon félnek, hogy egyes lakók nem fogják fizetni az – esetleg ráadásul ideiglenesen magasabb – **közös költség**et. Emellett a megterhelően magasközös költségtől, a hiteltől és attól is tartanak, hogy a közös képviselő elrakja a pénzt.

Az aggodalmak egy jó része sajnos **be is igazolódik**: a munka tényleg porral, kosszal jár, bár lelkileg és a gyakorlatban is nagy segítség lehet, ha a kivitelezők minden nap végén rendbe teszik a helyszínt. A tervezett büdzsé általában nem szokott elég lenni, mert közben változnak az ügyféligények illetve új problémák is felmerülhetnek, ezt tartalékkeret betervezésével lehet valamennyire kezelni. Szerencsére a folyamat végén a szép, újszerű, komfortos, hatékony otthonnal – és a végre helyreálló állapotokkal – kapcsolatos eufória elfedi a kellemetlenségeket. A társasházaknál a közös költséggel, hitellel kapcsolatos aggodalmak nem szoktak beigazolódni.

3.2.3 Kihívások

A felújítási folyamat sajnos néha **elakad**, akár meg is hiúsul. Szerencsére ritka, de családi házaknál a megrendelő pénzügyi problémái miatt, esetleg sorozatos **újratervezések** miatt állhat le vagy húzódhat el a munka. Régi épületeknél lehetnek meglepetések, szerkezeti problémák, és akár emiatt **elfogyhat a pénz**. A kapcsolatfelvétel környékén gondot okozhat, hogy a felújítók elképzelései, igényei és a valóságban kivitelezhető megoldások nem fednek át. A kivitelezésnél pedig a kellemetlenségek tudnak különböző emberi reakciókat, konfliktusokat okozni.

A **társasházak**nál nehézséget okozhat, ha a közös képviselőnek nincs szakértői, lebonyolítói, tervezői segítsége, aki segíthetne a lakók kérdéseit megválaszolni. A **közös döntés** igen gyakran nehéz és elhúzódik, ismételt gyűlések, sokszor egyéni beszélgetések után sikerül megszavazni a döntést. 1-2 ellenséges hangadó gyakran az egész közösséget befolyásolja, többségbe kerülhetnek az ellenzők, nem látják meg az önérdeket benne. A lakástakarékok megszűnése miatt probléma lehet az **önrész** összegyűjtésével is, a pályázati lehetőségek hiánya is probléma. A közös képviselők nem kapnak extra juttatást egy bonyolult felújítási folyamat lemenedzseléséért: ha ezt a **többletmunka**díjat be lehetne építeni a társasházkezelői díjrendszerbe, akkor talán motiváltabbak lennének.

A **kivitelezők**nek nagy kihívást jelent az **ütemezés** tartása, a sorrendiség, de sajnos általában más szakemberek munkájától is függnek, ezeket a nehézségeket nagyon nehéz kivédeni. A másik nagy probléma az anyagok **drágulás**a: ha elhúzódik bármilyen okból a folyamat, a szerződésben lefektetett ár akár a következő évre is áthúzódhat, ezen pedig – különösen mostanság az EUR-HUF árfolyam miatt – jelentős veszteségük lehet. Ezt a kockázatot a jelenlegi MFB 0%-os hitelkonstrukciók fokozzák, viszonylag hamar kell tervezni és dokumentálni, illetve olyan feltételek elé állítják a kivitelezőket, amikre nincs ráhatásuk (pl. gázóra bekötés). A koronavírus miatt néhány helyen szünetel a **beszállítás**, de a hazai kapacitások általában kielégítőek – a **szakemberhiány** a másik kritikus pont.

A kivitelezők szerint **a felújítók legnagyobb kihívásai** a pénzügyi háttér megteremtése és egyedül megszervezni az egésze felújítást: „egyedül organizálni emberfeletti". A hatósági engedélyek elintézése, a megbízható, jó műszaki megoldásokat használó kivitelező megtalálása is nagy kihívás.

A közös képviselőknek a lakók meggyőzése, a döntésig való eljutás, a konfliktusos ellenérvek kezelése okozza a legnagyobb kihívást. Ezek rengeteg plusz energiát, időt igényelnek, amire gyakran nincsenek felkészülve, és nem kapnak érte ellenszolgáltatást.

A **gyártók kihívása** a folyamatban a felújítók pénzhiánya, de leginkább a szakemberhiány. Ennek kapcsán említették, hogy 10 éve nem látott kivitelezői hibákkal találkoznak újra, sokan megfelelő szakképesítés nélkül vágnak bele a kivitelezésekbe mint szakemberek, őket pedig a felújítók nehezen szűrik ki. Fontos még a tévhitek eloszlatása is: a felújítók általában azt hiszik, ami drágább, az jobb, pedig gyakran az igények és a ház adottságai határozzák meg, hogy mire lenne szükség.

A **folyamatot segítené**, ha a kivitelezőknek lenne egy külön embere, aki a fenti szervezésbeli, adminisztratív problémákkal foglalkozna; a társasházak esetében, ha lenne mediátor az ügyfelek és a kivitelezők között.

A **gyártók** esetében jó megoldásnak tűnik, hogy minden, a termékükkel kapcsolatos ügyet intéznek (akár más szakemberek bevonásával együtt), az ajánlathoz erről teljes költségbecslést kapnak a vevők, amin felül semmilyen extra költség nem merülhet fel – és amit kiszámíthatósága miatt nagyon kedvelnek is.

A **közös képviselők**nek segítene, ha a lakókat döntéstámogató eseményekkel, rendezvényekkel, lakói tájékoztatókkal, információs anyagokkal, hiteles online oldalakkal tudnák edukálni. Emellett komplex szakmai támogatásra is szükségük lenne, amiben van műszaki, pénzügyi, lebonyolítási rész is. Sokat segítene a hitelek, pályázatok egyszerűbb ügyintézése is.

3.2.4 Átfogó tapasztalatok

A kivitelezők általában elégedettek az utóbbi években általuk végzett felújítások folyamatával. Az online csatornáknak köszönhetően sokkal gyorsabb a kommunikáció az ügyfelekkel, és általában sikerül megelőzniük az utólagos reklamációkat az alapos előzetes átbeszéléseknek köszönhetően. Az egyéni vállalkozók igyekeznek képezni magukat, hogy a korszerű technológiákkal kapcsolatos munkákat is meg tudják csinálni.

A közös képviselőknek az utóbbi években néhány hirtelen jogszabály változás, a társasházak számára rosszabb pénzügyi feltételek, valamint nem várt árdrágulások okoztak nem tervezett meglepetéseket, de ezekre is igyekeztek megoldást találni. A lakók visszajelzései szerint a felújítások nagyon sokáig tartottak, szeretnének rövidebb átfutási időkkel dolgozni. Egyébként hatékonynak ítélték a felújítási folyamatokat, de erős szakmai-lebonyolítói támogatást kaptak, ami nélkül nem biztos, hogy meg tudtak volna küzdeni a feladattal. Volt, aki ennek keretében konkrét szövegezést is kapott egyes ügyintézésekhez, a lebonyolítók pedig a lakók tájékoztatását is kézben tartották, személyesen és írásban is, sőt a kivitelezői és pénzügyi kommunikációt is moderálták. Így a közös képviselőnek csak a telefonok és a reklamációk intézése maradt, de számára az is sok munka volt.

3.3 Önkormányzati interjúk

Az önkormányzati interjúk felépítése jelentősen eltért az eddig ismertetett kivitelezői, gyártói stb. interjúktól és erőteljesen a lehetséges jövőbeli együttműködési lehetőségekre irányult, ezért eredményeik teljes bemutatása ebben a dokumentumban nem lenne észszerű. A következőkben néhány jellemző, az önkormányzatok által kihangsúlyozott trendet azonban

mégis ismertetünk, amelyek befolyásolhatják a RenoHUb szolgáltatásainak kialakítását vagy kommunikációját.

3.3.1 A lezajlott felújításokról

A válaszadó önkormányzatok egy része úgy látja, hogy a társasházak többsége (kb 60-70%-a) 2005-2015 között egy felújítási hullám során energetikai szempontból is korszerűsítve lett. A résztvevők nagyon szerették ezeket a programokat, viszonylag egyszerűek voltak és bizonyos esetekben a város kötelezően leellenőrizte a pályázatokat beküldés előtt, így nem csak sikeresek voltak a pályázatok, de egy bizalmi kapcsolat is kialakult. A pályázatok népszerűségét növelte, hogy a megtérülés és az ingatlanok értéknövekedése elég jól kalkulálható volt.

Hallottunk példát úgynevezett társasház felújítási alapról, ami kimondottan a társasházak felújítását célozta, bizonyos esetekben energetikai céllal. Olyan konstrukciókat kínáltak, amelyben önrész, kamatmentes támogatás és vissza nem térítendő támogatás is volt. Több száz társasház kapott támogatást, de ezekből az érdemienergetikai felújítás nagyon kevés volt., Más településen az önkormányzat évente végez szociális alapú felújításokat.Ami pedig a családi házakat illeti, az elmúlt 3-4 évben a családtámogatási rendszereknek köszönhetően a fiatalok, 40 év alatti családosok újítottak fel vagy építkeztek az önkormányzatok meglátása szerint.

3.3.2 Milyen akadályokat látnak?

Egyértelműen a tőkehiány a felújítások egyik legfontosabb akadálya mind az önkormányzati, mind a társasházak és a családi házak esetében.

Az önkormányzati ingatlanok felújításával kapcsolatban elmondták, hogy erősen küzdenek a nehezen kiszámítható gazdasági helyzetükkel: hatalmas kihívást jelent a rendelkezésre álló tőkéjükből, megfelelő pályázat és hitel segítségével is komplex beruházást kivitelezni, tehát ezt elérni, hogy ne kelljen egyébként szükséges beruházási elemeket törölni. A finanszírozás biztosítása is nehézségekbe ütközik: a hitelfelvételnek politikai kockázata és jogszabályi feltételei is vannak, aminek nem biztos, hogy megfelelnének. A régi épületek esetében nincs vagy hiányos lehet a terv-, és kivitelezési dokumentáció, vagy nem az van benne, mint ami ténylegesen megvalósult. Probléma lehet az is, hogy egy működő óvodában vagy lakóépületben nem tudják az állapotfelmérést teljeskörűen elvégezni.

A problémák ellenére sok szociális alapú felújítást végeznek egyes városok, erre saját költségvetésből biztosítják a forrást, majd azokat felújítás után, szociális alapon, jelképes összegért bérbeadják a lakosságnak. Előfordult olyan pályázat is, hogy az önkormányzat vásárolt felújítandó lakásokat és felújítás után bérbe adta azokat. Mindkét esetben probléma azonban, hogy a megtérülési idő a végtelenbe tolódik.

Jó lehetőségnek tűnik költségcsökkentésre a project boundling, azaz adott területen a felújítási projektek összekapcsolása révén mennyiségi kedvezményekhez jutás. Ezt inkább városi szinten lehetne kivitelezni szerintük, de szűkültek a lehetőségek amiatt, hogy már sok középület, ingatlan átesett a felújításon.

A lakóközösségeknek is szükségük van hitelfelvételre, amibe néha nagyon nehezen vágnak bele: nehéz meghozniuk a közös döntést, a pályázatok pedig gyakran nagyon szűkre szabottak az igényeikhez képest. Kiemelték még a társasházi közös tulajdon vs. magántulajdon problémáját is, például olyan jogi kérdésekkel, hogy egy erkély burkolata meddig a lakó tulajdona, és mikortól a házé.

A legfontosabb gátló tényezők a családi házak esetében a támogatás hiánya és hogy túl bonyolult lehet számukra a pályázás és az elszámolás. Sokszor egyszerűbb és olcsóbb „okosban" megoldani.

Úgy veszik észre, hogy a lakosság az utóbbi időkben agresszíven nyomulónak tartja a pályázatokkal vagy banki hitelekkel foglalkozó cégeket, és nem bíznak bennük. Így nem is annyira nőtt a lelkesedés az elérhető kamatmentes hitelek esetében sem, egyrészről a bizalmatlanság, másrészről a pályázat bonyolultsága végett..

3.3.3 Mivel lehet ösztönözni a felújításokat?

Úgy látják, általában tudatos, ütemezett stratégiai tervezéssel és kiszámíthatóbb gazdasági környezettel átláthatóbbá és rendszerszemléletűbbé lehetne tenni a folyamatokat.
A családi házak esetében a családtámogatási rendszer jó példa ösztönzésre, a társasházaknak pedig pályázatok, illetve kreatív, proaktív emberek segíthetnének.
Az önkormányzatok is nagyon hasznosnak tartanának egy programot a közös képviselők oktatására.

3.3.4 A következő évtizedek kihívásai

Kihívást jelent megtalálni azokat az egyedi sajátosságokat, melyek egy városrész vagy társasház igényeit kiszolgálják (pl. napelem, napkollektor, naptető felület, hőszivattyú). Szintén feladat biztosítani a fokozódó EU-s előírásoknak történő megfelelést és a szükséges forrásokat. Az idős épületekben törekedniük kell megtalálni azokat a technológiákat, melyek ezekbe beépíthetők.

Kihívást jelent a gyorsuló globális felmelegedés is, a hőszigetek kialakulása. A nyári kánikula nyomást jelent a lakosság részére, és sajnos árnyékolás helyett légkondit használnak. Komplexebb energetikai programokra lenne szükség, ami ezeket a szempontokat is figyelembe veszi.

3.3.5 Lehetséges együttműködés önkormányzatokkal

Együttműködési alap lehetne az önkormányzatokkal például a jó tapasztalatok összegyűjtése hazai és nemzetközi szinten. Fontos lenne még a pályázati forrásokhoz történő hozzáférés elősegítése, információ- és tudásmegosztás, szemléletformálás, iskolai és óvodai kitelepülések. Mindezt egy hosszútávú együttműködési megállapodás keretében tudnák elképzelni, melyben feladatokat, célokat és forrásokat is megneveznek.

De elképzelhetőnek tartják azt is, hogy az önkormányzat szervezetén belül működjön egy ilyen szolgáltatás. Továbbá lehetne helyi egyetemmel, önkormányzati intézménnyel együttműködve is egy irodát üzemeltetni.

A lakosság jelenlegi pályázatokkal szembeni bizalmatlansága miatt egyértelműen jogosultsága van az egyablakos modellnek és a tanácsadó irodáknak az önkormányzatoknál, illetve velük közösen kialakítva. A tanácsadók finanszírozását bizonyos önkormányzatok vállalni tudnák a nem forintosítható eredményekért cserébe, mint például a szemléletformálás, a jobb levegőminőség az energetikai felújításoknak köszönhetően stb. Ebben az esetben az önkormányzat elsősorban a társasházakra fókuszálna nagy erőkkel, mivel itt gyorsan nagy eredmények érhetőek el, könnyebben kiszámítható, valamint van már benne tapasztalatuk például a panelprogramok kapcsán.

Kiemelték, hogy nem mindig pénzben kell gondolkozni: ha az önkormányzat pl. egy irodát vagy megjelenési lehetőséget biztosítana ingyen, már az is segítené a célokat.

Másik út lehet példamutatónak lenni abban, hogy egy részvételi irodával egy önkormányzat is másfajta szemléletre áll át. Úgy látják, tehetnek azért, hogy az elméletileg rendelkezésre álló információk nem csak elméletben, hanem gyakorlatban is eljussanak az érintettekhez.

Hogy egy tanácsadó iroda önfenntartóvá váljon, további együttműködésekre és pályázati források felkutatására, tanácsadói tevékenységek bevétellé konvertálására, szponzorációs pénzek beépítésére (gyártóktól) és kutató tevékenységekben való részvételre, piackutatásra, igényfelmérésre lehet szükség. Ezt vagyonadó, ökoadók bevezetésével tudnák finanszírozni és zöld beruházásokra költeni, illetve ha az érdekelt cégek besegítenének, uniós programokat is igénybe tudnának venni.

A lakosság általában bízik az önkormányzatokban, így, hogy a tanácsadó irodákat náluk lehessen majd kiépíteni, érdemes ezekről a lehetőségekről már az elején tájékoztatást nyújtani számukra, hogy minél jobban érdekeltté tegyék őket az együttműködésben.

4. AZ EREDMÉNYEK ALKALMAZÁSA

4.1 A felújítók igényeinek megfelelő szolgáltatás kialakítása

A kutatás egyik legfontosabb tanulsága, hogy a lakosság az energiahatékonyság javítását célzó projekteket az általánosan használt „házfelújítás" részének tekinti. Az ingatlantulajdonosok részére ezek az elsősorban esztétikai jellegű munkák összességében fontosabbak – főleg a beruházás nagysága és a kényelem szintjének azonnali javulása miatt –, de összességében nem kezelhetők egymástól függetlenül, leválasztva az energetikai és egyéb felújítástól, amelyek akár egy komplex projekt keretében valósulnak meg. Ezzel kapcsolatban fontos felfedezés, hogy a fogyasztói igények a felújítási munkálatokkal kapcsolatban sokkal szélesebbek, mint az egyablakos ügyintézés elsősorban energiahatékonysági megközelítésű koncepciója.

Az energetikai felújítások költségigénye olyan egyéb tételekkel versenyez, melyek megtérülése gyakran fel sem merül, ám esztétikai, komfort- vagy státuszbeli szempontok miatt ezek mégis előnyt élvezhetnek. Ilyenek például a konyhabútor felújítása vagy egy új tévé. Ezzel szemben a hosszú távon megtérülő, gyakran nem kézzelfogható vagy átlátható előnyöket kínáló energetikai felújítások hátrányban vannak., Az otthonokat felújító embereket elsősorban azon előnyök motiválják, amelyek azonnali (nem feltétlenül pénzügyi) megtérülést kínálnak. Ilyenek lehetnek a felújítással járó esztétikai előnyök (frissen festett falak, új ablakok), az új, kényelmesebb funkciók (szúnyogháló, billenthető ablak, távvezérlésű vagy intelligens kazán vagy bojler), egészségesebb, élhetőbb lakókörnyezet (penész eltűnése, meleg padló és falközeli helyek), és persze az alacsonyabb energiaköltségek. Az energiahatékonyság „elméleti" aspektusai (hatékony, környezetbarát, „zöld" stb.) még nem befolyásolják szignifikánsan az emberek döntéseit.

Az emberek otthonuk felújítása során általában mindhárom területen végeznek beruházásokat (szigetelés, ajtók, ablakok és a fűtési rendszer korszerűsítése), bár gyakran szakaszosan teszik ezt. A szakaszos felújítási munkálatok mögött döntően pénzügyi okok húzódnak, amelyek azt mutatják, hogy óriási szükség van az adott pillanatban elérhető pályázatokkal és a pénzügyi támogatási lehetőségekkel kapcsolatos információkra. A felújítási munkákkal kapcsolatos legfontosabb kihívások és nehézségek az ilyen fajta munkák komplexitásából adódnak. Nagyon nagy szükség van arra, hogy a felújítási folyamat előtt és alatt az összes információhoz egyszerűen és átlátható módon egy helyen hozzáférjenek, azaz nagy az igény az egyszerű és jól áttekinthető projektmenedzsmentre. Miután elvárják, hogy a különböző típusú munkálatok kombinációja releváns, azonnali és hosszú távra kiható megtérülést eredményezzen szakaszos kivitelezés esetében is, elkerülhetetlen a szakértők bevonásával készülő, átgondolt felújítási terv – ellenkező esetben visszabontások, penészedő falak és csalódott felújítók lehetnek a felújítási folyamat eredményei. A kivitelezőkkel kapcsolatban általában hatalmas a bizalmatlanság és egyben a kockázat is: alaptalanul magas árak mellett elszállhat a költségvetés, miközben bizonytalan, hogy ezzel párhuzamosan megfelelő minőséget kapnak a pénzükért, így egy jól kidolgozott kivitelezői adatbázis nagyon vonzóvá teheti a szolgáltatás egészét. Az adatbázis hitelességét és praktikusságát többek között a mesteremberek referenciájával illetve a felhasználók személyes véleményével lehet növelni. Mivel a jó kivitelezők legalább 3

hónapra, de van, hogy egy évre előre le vannak kötve, és így a haváriák (elromlott készülékek) javítása sok esetben gondot okozhat, szerencsés lehet, ha erre is megoldást nyújthat az adatbázis, például a kisebb munkákat is vállaló mesterek külön jelölésével. Az adatbázis továbbá lehetőséget nyújt kitágítani a szolgáltatást a nem szorosan energetikai felújítás elemei felé, így idővel akár festők, lakberendezők is megjelenhetnének az adatbázisban.

A felmérést a COVID 19 járvány előtt és annak kezdetén végeztük. Tekintettel a járvány után valószínűsíthető gazdasági recesszióra, a pénzügyi tényezők várhatóan még nagyobb szerepet játszanak majd.

A felújítások akadályaival, a félelmekkel kapcsolatban (összefoglalva lásd a fenti ábrán) szolgáltatásunknak világos és egyértelmű megoldásokat kell adnia, csökkentve az infomációhiányt, a költségekkel, a kivitelezőkkel és az eredménnyel kapcsolatos bizonytalanságokat. Mindennek egy vonzó, átlátható, informatív és bizalmat építő online platformban, valamint barátságos és segítőkész irodákban kell manifesztálódniuk – ezek pontos kidolgozása a 3. munkacsomag feladata.

Az ügyféligények és a felújítások áttekintése segít megtalálni a lehetséges beavatkozási pontokat és az adott ponton a felújítók szükségleteit is. Így például a folyamat kezdetén szemléletformálásra, az előnyökről való tájékoztatásra van szükség; később a felújítási folyamat lépéseinek áttekintésére, böngészhető termékválasztási döntéstámogató anyagokra; megfelelő szakemberek elérhetőségeire, segítségre a felújítási opciók közötti választásra, a finanszírozás kialakítására és megbízható kivitelezők kiválasztására valamint minőségbiztosításra. A részletes ügyfélutat az összes igénnyel és beavatkozási ponttal szintén a 3. munkacsomag eredményei között találjuk majd, amely az online platform közvetlen bemeneti anyaga lesz.

Fontos azonosítani azokat a helyzeteket, életeseményeket, amelyek mentén az emberek "közel sodródnak" egy lehetséges felújításhoz, amikor is szolgáltatásunknak meg kell tudnia őket szólítani, és ezekből a helyzetből elősegíteni a minőségi felújítások megvalósulását. Ilyen helyzetek például a lakástakarékpénztárak lejárata vagy egy ingatlan adásvétele, ami gyakran átalakításokkal jár. Ezzel párhuzamosan azonosítani szükséges azokat a multiplikátor szereplőket, akik gyakran és sok potenciális felújítóval találkoznak, és

véleményük nagy befolyással bír rájuk – az ő megszólításuk, szemléletformálásuk szintén elengedhetetlen. Ilyenek például a kivitelező szakemberek, akiket ennek érdekében szakmai továbbképzésben is fogjuk részesíteni (4. mukacsomag); de ilyenek lehetnek a közös képviselők, lakásszövetkezetek vezetői, önkormányzati munkatársak, ingatlanügynökök stb.

4.2 Az egyablakos (one-stop-shop) felújítási tanácsadó szolgáltatás koncepciójának fogadtatása

Az egyablakos koncepció kedvező fogadtatásban részesült mind a felújítók (fogyasztók), mind a gyártók és kivitelezők oldaláról, mivel az előzetes koncepció és a tervezett szolgáltatások a lakásfelújítással kapcsolatos legfontosabb igényeket elégítik ki. Fő előnyei a következők:

- döntéshozatal támogatása (a felújítással kapcsolatos teljes körű információ);
- a felújítási folyamatot egy kézben összpontosul: az egyszerűség, az átláthatóság, a problémamentes lefolyás feltételei a dedikált projektmenedzser (kapcsolattartó);
- kiszámíthatóság (idő és pénzügyek).

4.2.1 Pénzügyek

Az előnyök alapján a célcsoport nem ingyenes szolgáltatást vár el, de a nem tisztán kommunikált, a potenciális felújítók által véletlenszerűen elképzelt ár hatalmas akadályt jelenthet a fogyasztók számára. A felújítók nem fizetnének sok pénzt az egyablakos ügyintézés teljes ellátásáért: az energiahatékonysági felújítások ára eredetileg is magas, különösen, ha a kivitelezők „okos" megoldások vagy trükkök nélkül dolgoznak. Lehetséges, hogy a szolgáltatást részben vagy egészben annak közreműködő partnerei finanszíroznák, azaz az online platformon megjelenő márkák és vállalkozók fizetnének, nem pedig a végfelhasználók. Maga az online platform, ha csak információgyűjtéshez használnák, csak szimbolikus áron lehetne fizetős szolgáltatás és a felújítók számára ez csak akkor lenne elfogadható, ha további előnyeit élvezhetik személyes profiljuk segítségével a regisztráció után, például ingyenes sablondokumentumok letöltésével. Alapvető fontosságú az átláthatóság és az árak egyértelmű meghatározása a szolgáltatás igénybevételének különböző szintjein.

4.2.2 Az online platform és a tanácsadó irodák szerepe

Mindenki nagyon vonzónak tartotta az online felületet, mint információforrást, de itt csak az online térben otthonosan mozgó leendő felújítók lennének aktívak. A széles körben elérhető és átlátható információk mellett az online felület által biztosított visszajelzési, minőségbiztosítási funkciók is nagyon fontosak, lehetőséget biztosítva a tapasztalatok, hiteles visszajelzések megosztására és az ezekből való tájékozódásra.

A tanácsadó irodák segítenek elmélyíteni a bizalmat és hitelessé tenni a szolgáltatást. A megbízható és kiszámíthatóan személyesen is elérhető operátorok nélkülözhetetlenek az offline csatornákat kedvelő célcsoportok számára. Az önkormányzatok fontos potenciális partnerei az egyablakos irodahálózatnak, azonban megítélésük vegyes, így a kommunikációnak gondosan meg kell előznie az önkormányzati háttérrel kapcsolatos általános előítéletek (pl. lassú, bürokratikus folyamatok) asszociációját vagy beigazolódását.

4.3 A szolgáltatás célcsoportjai

Ha a felújítókat az online vagy offline aktivitásuk, valamint önállóságuk szerint csoportosítjuk, két fő célcsoportot határozhatunk meg az online platform valamit az irodák szempontjából:

1. Elsősorban információforrásként vennék igénybe a szolgáltatást azok, akik
    - már benne vannak a felújítási folyamatban;
    - akiknek már van tapasztalata a felújításokkal kapcsolatban;
    - akik egy kevésbé komplex lakásfelújítási projektet terveznek;
    - akik magabiztosan, műszaki tudással vagy barkács tapasztalatokkal állnak neki a felújításnak;
    - akik döntően maguk terveznek kivitelezni.
2. Elsősorban a teljes körű szolgáltatást vennék igénybe azok, akik
    - még a folyamat elején, a döntések meghozatala előtt állnak;
    - akik tapasztalatlanok és nem szeretnek maguk hozzálátni a műszaki vagy barkács jellegű feladatokhoz;
    - akik komplex felújítási projektet terveznek;
    - akik családi házban laknak (nagyobb önállóság a döntéshozatalban).

A kétszintű szolgáltatáslista és a két célcsoport kiszolgálásának azonban jelentős kihívásai is vannak. A „komplex, teljes körű támogatás" üzenete problematikus lehet, hiszen amint már említettük, az érdeklődők számára a felújítás tágabb fogalom, mint szigorúan véve az energiahatékonyság javítása. Így a fenti megfogalmazás alapján egyéb szolgáltatásokra (közművek, lakberendezés stb.) is számítanának – ezeket tehát érdemes valamilyen szinten legalább becsatornázni a szolgáltatáslistába.

Elbizonytalaníthatja a potenciális felhasználókat a szolgáltatásból adódó esetleges többletköltségek felmerülése is, amelyet az egyébként is felújítási költségekhez kell hozzáadniuk. Ezzel párhuzamosan megjelent egyfajta félelem az elkötelezettségtől, szűkebb választási lehetőségektől (pl. csak a kivitelezőlistáról választhatok?) és bizonyos dolgok „kötelezővé tételétől" is a szolgáltatás kapcsán.

Kihívás a modell részletes kidolgozásakor, hogy az átláthatóság, a nyomon követhetőség eredményeként, valamint a garanciák és a minőségbiztosítás érdekében nem lesz lehetőség a szürkegazdaság területére eső gyakorlatoknak: ez pedig a felhasználó számára jelentős plusz költséget (25% ÁFA) jelent, amit a szolgáltatás igénybevétele nélkül nem mindene esetben kellene megfizetnie.

A hitelesség és bizalom megalapozása és kiépítése is kihívásokat állít. Egyrészt egy teljesen új típusú szolgáltatásról és szereplőről van szó, az iparban pedig általános a bizalmatlanság, az új szolgáltatónak pedig kezdetben nem lenne referenciája. Szintén nehézkes a szolgáltatás mögött álló entitás kommunikációja, az értelmezések és az asszociációk nagyon vegyesek voltak: ha cég áll a szolgáltatás mögött, biztos profitot akar; de ha nem cég, esetleg nem ért hozzá? Ha civil szervezet, talán nem profi és nem kellően szervezett; ha önkormányzat, bizonyosan lassú lesz a szolgáltatás és elérhetetlenek az ügyintézők.

4.4 Az egyablakos tanácsadói rendszer kommunikációja

4.4.1 Általános kommunikációs javaslatok

Fontos, hogy az energiahatékonyság javításán túl a kapcsolódó területekre is gondoljunk, hiszen ahogy láttuk, az energetikai korszerűsítés gyakran beépül az egyéb felújítási folyamatokba. A tervezett szolgáltatás a felújítás bármely szakaszában releváns lehet, ezért célszerű úgy tervezni, hogy az érdeklődők az ügyfélút bármely pontján be tudjanak csatlakozni.

Az online kommunikációs csatornák mellett célszerű a hagyományos és az offline csatornákra is koncentrálni: a célcsoport igen sokszínű, a vidéken élő idősebb embereket főleg helyi, offline csatornákon keresztül lehet majd elérni. Az építőiparban általános bizalmatlanság tapasztalható, ezért a személyes ajánlásoknak nagyon fontos szerepük van a bizalom és a hitelesség megteremtésében – ezzel kell felvennie a versenyt az online platformnak és az irodáknak. A személyes ajánlások kulcsfontosságúak, ezért célszerű hasonló kommunikációs megoldásokat használni pl. márkanagykövetek, influenszerek segítségével. Szintén emiatt nagyon fontos lenne, hogy a szolgáltatás felhasználói visszajelezhessék tapasztalataikat, ők maguk mesélhessenek a szolgáltatásról, hogy erre támaszkodva az új érdeklődők a megszokott módon győződhessenek meg a szolgáltatás megbízhatóságáról.

4.4.2 Kommunikációs irányelvek és tartalom

Fő pontokba szedve az alábbi irányelvek mentén lehet hatékony és sikeres a RenoHUb tervezett szolgáltatásának kommunikációja a fenti kutatások alapján:

- **Világos és egyszerű**: mind a kommunikáció, mind a weboldal felépítése erre törekedjen.
- **Az azonnali előnyökre koncentrál**: az energiahatékonyság önmagában inkább jövőbeli előnyöket ígér, ezért a felújítással kapcsolatos motivációk esetén fontos az

azonnali előnyök (kényelem, esztétika, energiaköltségek csökkentése) kommunikációja.

- **Rugalmasság és szabadság**:
  - szolgáltatás segít, de nem korlátoz, azaz nincs szükség elkötelezettségre, csupán információszerzésre is használható, nem szükséges a szakembereket sem az adatbázisból kiválasztani.
  - A szolgáltatás a lakásfelújítás folyamatának bármely pontján választható és elérhető, bármikor releváns segítséget nyújthat.
- **Hitelesség:** ez a legnagyobb kihívás a kommunikációban, ezért a „márka" és a szolgáltatások hitelességét minden lehetséges eszközzel támogatni kell.
  - Legyen erőteljes a szakértők jelenléte és hatása, különösen a kezdeti energetikai felméréseknél.
  - Hiteles vélemények és visszajelzések támasszák alá a kínált szolgáltatásokat, amelyek a felhasználói tapasztalatokra és a látványra összpontosítsanak.
- **Biztonság: biztosítani kell a megbízhatóságot, átláthatóságot és egyszerűséget** (a felújítási folyamatot, a szolgáltatás és a weboldal tartalmát tekintve)
  - Az elszámoltathatóság hangsúlyozása (nem feltétlenül garancia!).
- **Testreszabott**: a sokféle célcsoport és a különböző felújítási lehetőségek miatt fontos hangsúlyozni a személyre szabott megoldásokat és az egyedi támogatást.
- **Független, márka- és technológiasemleges, nem profitorientált**: sok leendő felújítónak vannak rossz tapasztalatai agresszív közeledésű ajánlatokkal kapcsolatban, ahol úgy érzi, a szolgáltató a saját érdekeinek megfelelően szűkíti a lehetőségeit és igyekszik adott termékek és szolgáltatások megvásárlására bírni. Fontos, hogy szakmai alapon, az ügyfél és céljai érdekében, márka- és technológiasemleges módon segítse a szolgáltatás a fogyasztót a felújítási folyamat során.
- **Ügyfélközpontú**: az egyablakos irodák egyik legfontosabb jellemzője, hogy a szolgáltatás középpontjában az ügyfél és igényei állnak, nem pedig maga a rendszer. Ennek érdekében az ügyfelet barátságosan, megértően, egyenrangú partnerként kezelve kell segíteni és kísérni abban, hogy átlássa a folyamatot és a céljaihoz vezető lépéseket és döntéseket.