

Vattenfall - Media Analytics Report

Table of Contents

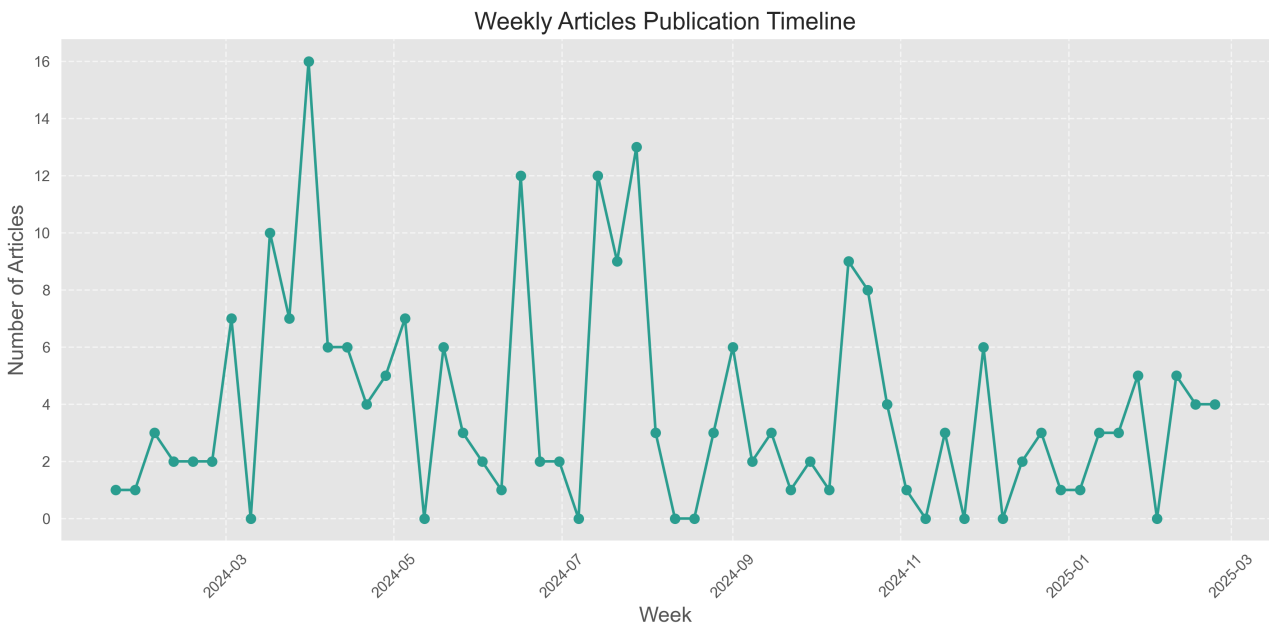
- 1. Introduction
- 2. Data Overview
- 3. Analysis of Coverage Peaks
- 4. Proportion of Articles by Media Outlet
- 5. Top Journalists
- 6. Media Outlet Statistics
- 7. Sentiment Analysis
- 8. Category Analysis
- 9. Analysis of Most Discussed Organizations
- 10. Analysis of Most Discussed People

Data Overview

- Total number of articles: 224
- Date range: from 21 Jan 2024 to 19 Feb 2025
- Average sentiment score: -1.60
- Median sentiment score: -2.00

Publication Timeline

The chart below illustrates when the articles were published on a weekly basis. This view helps identify periods with increased media coverage over broader time spans.



Analyse van de Dekking Pieken

Week eindigend op 31 maart 2024 (Artikelen: 16):

De piek in de media-aandacht voor Vattenfall tijdens de week eindigend op 31 maart 2024 lijkt te worden gedreven door kwesties met betrekking tot het warmtenet van Amsterdam en bredere zorgen over de doelstelling van de stad om in 2040 gasvrij te zijn.

Uit het verstrekte artikelfragment blijkt dat de onderhandelingen over de betaalbaarheid van het warmtenet zijn mislukt, wat heeft geleid tot toenemende onzekerheid over de haalbaarheid van de ambitieuze energietransitieplannen van Amsterdam. Vattenfall, als een belangrijke speler in de verwarmingsinfrastructuur van de stad, staat waarschijnlijk centraal in deze discussie. Het falen om de kostenstijgingen voor duizenden huurders die gebruikmaken van het warmtenet te beheersen, kan publieke en politieke debatten hebben aangewakkerd, wat heeft geleid tot uitgebreide media-aandacht.

Bovendien suggereert het feit dat een stadsambtenaar, Wethouder Zita Pels, voor het eerst publiekelijk twijfels heeft geuit over de gasvrije doelstelling van 2040 een significante beleidsverschuiving of uitdaging. Deze ontwikkeling zou vanzelfsprekend media-aandacht trekken, aangezien het vragen oproept over de haalbaarheid van de energietransitiestrategie van Amsterdam en de rol van bedrijven zoals Vattenfall bij het bereiken van deze doelen.

Samenvattend, de media-piek werd waarschijnlijk gedreven door:

1. Het falen van de onderhandelingen om de kosten van het warmtenet betaalbaar te houden.
2. Toenemende twijfels over de capaciteit van Amsterdam om de gasvrije doelstelling van 2040 te halen.
3. De rol van Vattenfall in het warmtenetsysteem en het bredere debat over de energietransitie.

Deze factoren samen hebben geleid tot een verhoogde media-interesse in Vattenfall gedurende deze periode. **Week eindigend op 28 juli 2024 (Artikelen: 13):**

De piek in de media-aandacht voor Vattenfall tijdens de week eindigend op 28 juli 2024 lijkt te worden gedreven door de beslissing van het bedrijf om zijn duurzaamheidsleus te wijzigen na gesprekken met de Nederlandse markttoezichthouder, de Autoriteit Consument & Markt (ACM).

Volgens het artikelfragment stemde Vattenfall ermee in om te stoppen met het gebruik van de claim "*Fossielvrij leven binnen één generatie*" nadat de ACM zorgen had geuit dat de leus misleidend kon zijn. De toezichthouder stelde dat consumenten mogelijk niet duidelijk zouden begrijpen wat de werkelijke duurzaamheidsinspanningen van Vattenfall zijn of deze zouden kunnen vergelijken met die van andere energieleveranciers. Dit suggereert dat het probleem valt binnen de bredere context van zorgen over greenwashing, waarbij bedrijven onder de loop worden genomen voor het mogelijk overdrijven van hun milieubeloften.

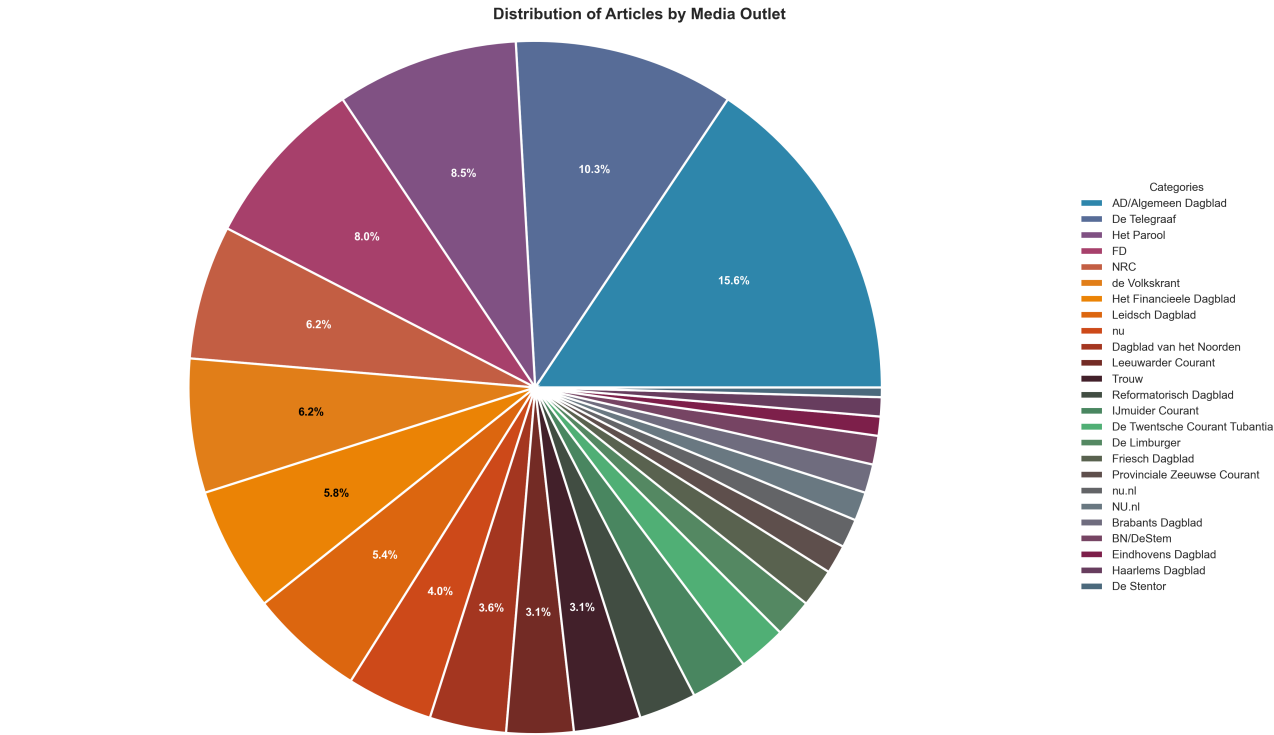
De media richtten zich waarschijnlijk op deze ontwikkeling omdat:

1. **Regelgevende Toezicht** – De betrokkenheid van de ACM, een belangrijke consumentenwaakhond, voegt gewicht toe aan de kwestie, aangezien het een verhoogd regelgevend toezicht op de duurzaamheidsclaims van bedrijven signaleert.
2. **Zorgen over Greenwashing** – Er is groeiende publieke en media-interesse in het waarborgen dat bedrijven transparante en verifieerbare informatie over hun milieueffecten verstrekken.
3. **Bedrijfsreputatie en Consumentenvertrouwen** – De beslissing van Vattenfall om zijn boodschap te herzien kan invloed hebben op de perceptie van het merk en het consumentenvertrouwen, waardoor het een significant verhaal van zakelijk en publiek belang wordt.

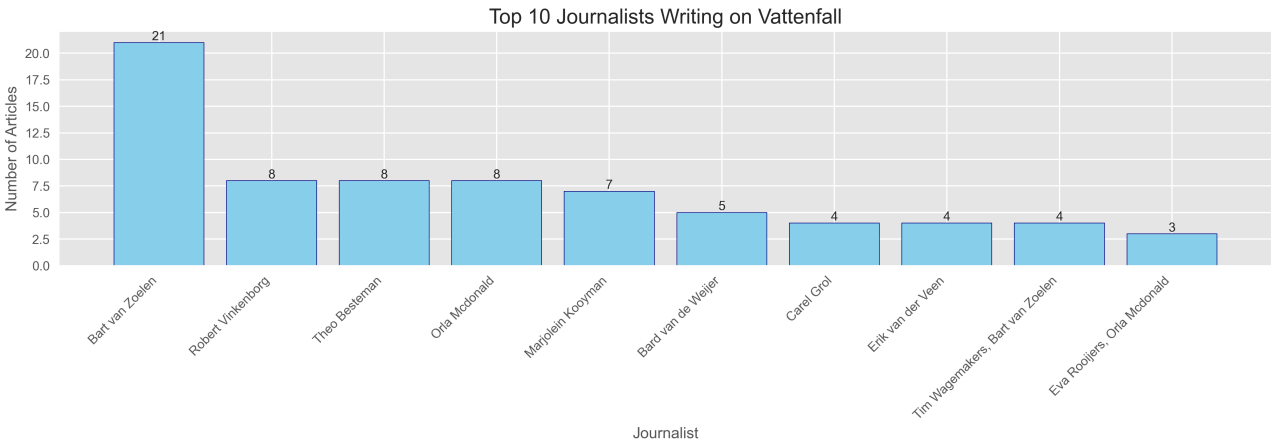
Samenvattend, de media-piek werd waarschijnlijk gedreven door de reactie van Vattenfall op regelgevende druk met betrekking tot zijn duurzaamheidsclaims, wat bredere zorgen over de transparantie van bedrijven in milieubeloften weerspiegelt.

Proportion of Articles by Media Outlet

De cirkeldiagram hieronder toont de verdeling van artikelen over verschillende media.



Top Journalists



Top 10 Journalists and Their Media Outlets

Journalist	Media Outlet(s)	Number of Articles	Average Sentiment
Bart van Zoelen	Het Parool, AD/Algemeen Dagblad, NU.nl	21	-2.90
Robert Vinkenburg	De Telegraaf, IJmuider Courant, Dagblad van het Noorden	8	-2.38
Theo Besteman	De Telegraaf, IJmuider Courant	8	-0.25
Orla McDonald	FD, Het Financieele Dagblad	8	-3.00
Marjolein Kooyman	AD/Algemeen Dagblad	7	-3.43
Bard van de Weijer	de Volkskrant	5	-0.60
Carel Grol	FD, Het Financieele Dagblad	4	-1.50
Erik van der Veen	Dagblad van het Noorden	4	-1.25

Journalist	Media Outlet(s)	Number of Articles	Average Sentiment
Tim Wagemakers, Bart van Zoelen	AD/Algemeen Dagblad, Het Parool	4	-4.00
Eva Rooijers, Orla Mcdonald	FD, Het Financieele Dagblad	3	-3.00

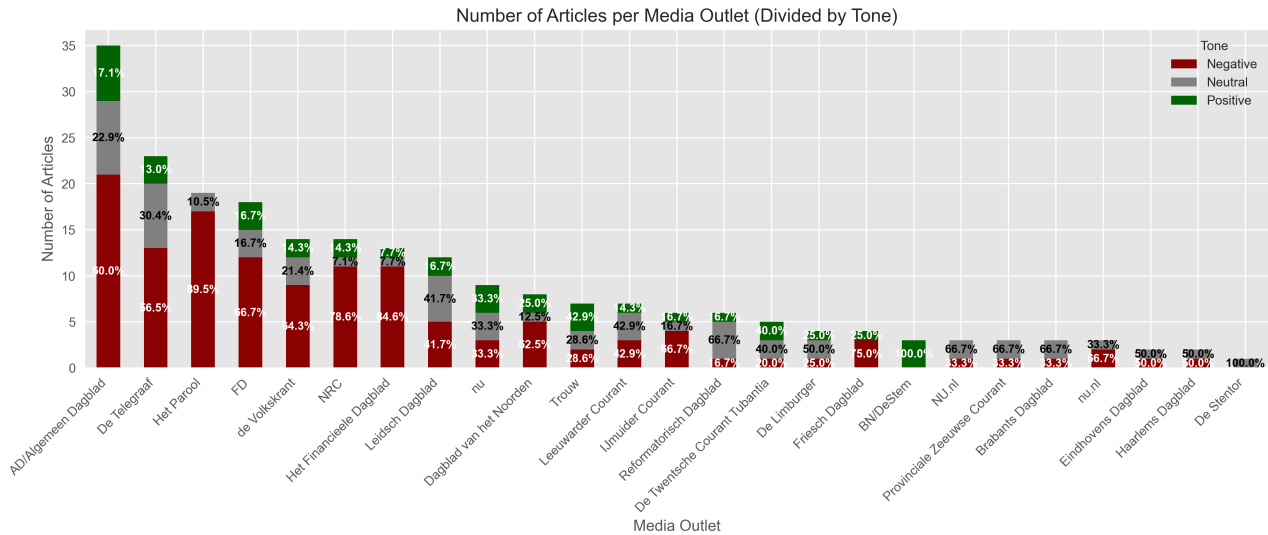
Analyse van de Verslaggeving door Topjournalisten

Bart van Zoelen's berichtgeving over Vattenfall is kritisch en benadrukt de negatieve gevolgen van de tariefverhogingen voor stadswarmtegebruikers, met name sociale huurders. Zijn artikelen leggen de nadruk op de financiële last voor huurders, de protesten van woningcorporaties en de impact op de energietransitie, wat resulteert in een overwegend negatieve toon en sentiment (-4). Robert Vinkenburg hanteert een vergelijkbare kritische benadering, met een sterke focus op de sociale ongelijkheid die door de prijsstijgingen wordt veroorzaakt. Hij benadrukt de oproepen om de aanleg van warmtenetten te pauzeren en de rol van Vattenfall als een commerciële partij die consumenten financieel onder druk zet, wat eveneens leidt tot een negatieve sentimentsscore (-4). Theo Besteman biedt een meer gemengde benadering: hoewel hij de financiële en operationele uitdagingen van Vattenfall belicht, zoals de mislukte e-boiler en de onzekerheid rond warmtenetten, rapporteert hij ook over positieve ontwikkelingen zoals windparken en zonne-energieprojecten. Dit resulteert in een neutraler sentiment (variërend van -2 tot +2), waarbij hij Vattenfall niet uitsluitend als een negatieve actor neerzet, maar ook als een speler in de energietransitie met zowel successen als tegenslagen.

Onder de meest positieve journalisten presenteert Dénis van Vliet Vattenfall in een gunstig licht door de nadruk te leggen op de rol ervan bij het uitbreiden van de publieke laadinfrastructuur, terwijl hij concurrerende prijzen handhaaft. Zijn artikelen benadrukken Vattenfall's dominantie in verschillende gemeenten, waarbij het wordt neergezet als een betrouwbare en kosteneffectieve aanbieder van laadstations. De vergelijking met concurrenten, waarbij Vattenfall consequent als de goedkopere optie wordt getoond, versterkt een positieve perceptie. Bovendien kaderen de artikelen Vattenfall's exclusieve contracten als voordelig voor consumenten, wat zorgt voor prijsstabiliteit. Deze focus op betaalbaarheid en toegankelijkheid draagt bij aan zijn hogere positieve sentimentsscore in vergelijking met anderen. Piet Venhuizen rapporteert ook positief over Vattenfall, maar op een meer neutrale en feitelijke manier, waarbij hij infrastructuurverbeteringen zoals de uitbreiding van een warmtenet in Duiven beschrijft. Hoewel zijn artikel milieuzorgen erkent, balanceert het deze met Vattenfall's investering in het herplanten van bomen, waardoor een constructieve toon wordt behouden. Zijn verslaggeving mist echter de sterke nadruk op consumentenvoordelen en kostenbesparingen die Van Vliet's verslaggeving kenmerken, waardoor zijn sentimentsscore iets lager is.

Onder de meest negatieve journalisten hanteert Wierd Duk een kritische houding door zich te concentreren op de lokale oppositie tegen Vattenfall's windenergieprojecten. Zijn artikel versterkt de zorgen van bewoners die zich genegeerd voelen in het besluitvormingsproces, met de nadruk op angsten voor gezondheidsrisico's, geluidsoverlast en dalende vastgoedwaarden. De framing suggereert dat Vattenfall de input van de gemeenschap negeert, wat een verhaal van bedrijfsongelijkheid versterkt. Bovendien verbindt het artikel het probleem met bredere politieke onvrede, waarbij het project wordt neergezet als een opdringing door autoriteiten in plaats van een gezamenlijke inspanning. Maarten van Gestel's negatieve sentiment komt voort uit zijn focus op greenwashing, waarbij Vattenfall wordt gegroepeerd met andere bedrijven die beschuldigd worden van misleidende duurzaamheidsclaims. Zijn artikel benadrukt regelgevende acties die Vattenfall dwingen om zijn slogan "Fossilvrij leven binnen één generatie" in te trekken, en kadert dit als een voorbeeld van bedrijfsoverschrijding in milieuboodschappen. Hoewel beide journalisten zeer kritisch zijn, wordt Duk's verslaggeving als negatiever beoordeeld vanwege de directe weergave van Vattenfall als afwijzend ten opzichte van publieke zorgen, terwijl Van Gestel's kritiek breder is en zich richt op bedrijfsduurzaamheidsclaims in het algemeen.

Articles per Media Outlet (Divided by Tone)

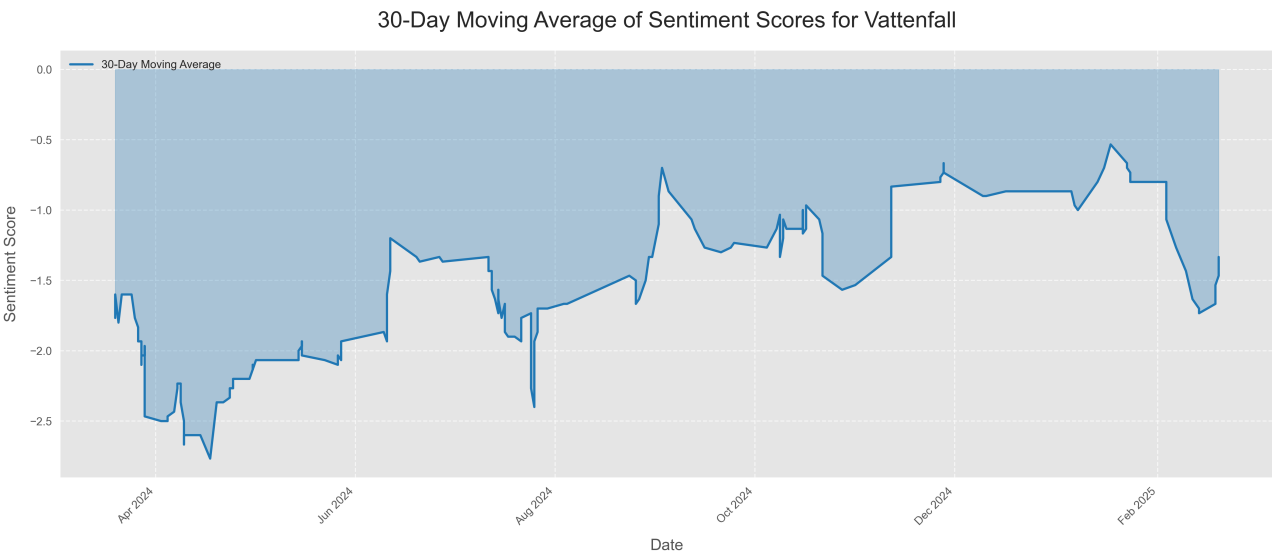


Media Outlet Statistics

Media Outlet	Number of Articles	Average Sentiment	Median Sentiment
AD/Algemeen Dagblad	35	-1.66	-2.00
De Telegraaf	23	-1.61	-2.00
Het Parool	19	-3.05	-3.00
FD	18	-1.94	-3.00
NRC	14	-2.93	-3.00
de Volkskrant	14	-1.79	-2.50
Het Financieele Dagblad	13	-2.38	-3.00
Leidsch Dagblad	12	-1.08	-2.00
nu	9	-0.33	0.00
Dagblad van het Noorden	8	-1.25	-2.00
Trouw	7	0.29	1.00
Leeuwarder Courant	7	-1.00	-2.00
IJmuider Courant	6	-1.67	-3.00
Reformatisch Dagblad	6	-1.00	-2.00
De Twentsche Courant Tubantia	5	0.20	0.00
Friesch Dagblad	4	-2.00	-2.50
De Limburger	4	0.00	0.00
Brabants Dagblad	3	-1.33	-2.00
NU.nl	3	-1.00	0.00
nu.nl	3	-2.00	-3.00
Provinciale Zeeuwse Courant	3	-2.00	-2.00
BN/DeStem	3	1.67	2.00
Eindhovens Dagblad	2	-1.00	-1.00
Haarlems Dagblad	2	-2.50	-2.50

Media Outlet	Number of Articles	Average Sentiment	Median Sentiment
De Stentor	1	1.00	1.00

Sentiment Analysis



Sentiment Evolutie Analyse

Belangrijke Sentimentpunten

Piekperiodes:

- 17 januari 2025: -0.533
- 02 september 2024: -0.700

Daalperiodes:

- 17 april 2024: -2.767
- 25 juli 2024: -2.400

Daalperiode - April 2024

De sentimentdaling in de media-aandacht voor Vattenfall tussen 8 maart en 17 april 2024 werd gedreven door escalerende controverses rond de betaalbaarheid en implementatie van warmtenetten. Een belangrijke factor was de terugslag van de woningcorporaties in Amsterdam, die nieuwe aansluitingen op het warmtenet van Vattenfall stopzetten vanwege een scherpe stijging van de vaste kosten, die stegen van ongeveer €600 naar €800 per jaar, in strijd met eerdere verzekeringen dat huurders niet meer zouden betalen dan voor gas (Het Parool, 10 april 2024). Dit leidde tot wijdverspreide onvrede onder huurders, met meldingen van financiële problemen en beschuldigingen dat Vattenfall zijn monopoliesituatie uitbuitte (Het Parool, 5 april 2024). Vergelijkbare problemen deden zich voor in Rotterdam, waar de gemeente nieuwe warmtenetaansluitingen in Zuid opschortte, met als reden de buitensporige kosten die het gebruik van warmtenetten duurder maakten dan gas (AD, 10 april 2024). De controverse culmineerde in een gezamenlijke oproep van Vattenfall, de woningcorporaties in Amsterdam en de gemeente voor overheidsinterventie om kosten te subsidiëren en verdere verstoringen te voorkomen (de Volkskrant, 9 april 2024). Bovendien verergerde Vattenfalls terugtrekking uit nieuwe warmtenetprojecten in Amsterdam vanwege regelgevingsonzekerheid de zorgen over de haalbaarheid van de energietransitie (de Volkskrant, 27 maart 2024). Deze ontwikkelingen hebben het publieke vertrouwen in de rol van Vattenfall in de energietransitie aanzienlijk beschadigd, wat bijdroeg aan de negatieve sentimentverschuiving.

Daalperiode - Juli 2024

De sentimentdaling in de media-aandacht voor Vattenfall tussen 15 juni en 25 juli 2024 werd gedreven door meerdere negatieve ontwikkelingen. Een belangrijke factor was de beslissing van het bedrijf om de

uitbreiding van warmtenetten voor bestaande gebouwen stop te zetten vanwege stijgende kosten en regelgevingsonzekerheid, wat zorgen opriep over de haalbaarheid van de energietransitiedoelen van Nederland (AD, 12 juli 2024; NRC, 17 juli 2024). Deze stap werd bekritiseerd door gemeenten zoals Amsterdam en Rotterdam, die op deze netwerken hadden vertrouwd om gasverwarming af te bouwen (Het Parool, 13 juli 2024). Bovendien kreeg Vattenfall kritiek op zijn prijsbeleid, waaronder een controversiële verhoging van de vaste kosten voor warmtenetgebruikers, wat leidde tot gemeentelijke compensatieprogramma's en publieke onvrede (AD, 20 juni 2024; Het Parool, 21 juni 2024). Een andere tegenslag kwam toen de Autoriteit Consument & Markt (ACM) Vattenfall dwong om zijn slogan “Fossielvrij leven binnen één generatie” te laten vallen, omdat deze mogelijk misleidend was, wat de groene geloofwaardigheid van het bedrijf schaadde (FD, 25 juli 2024; De Telegraaf, 25 juli 2024). Verder raakte Vattenfall verwickeld in een juridische strijd over vermeende onterecht in rekening gebrachte kosten op zakelijke energie-rekeningen, met claims die opliepen tot honderden miljoenen euro's (FD, 14 juli 2024). Deze controverses droegen gezamenlijk bij aan de scherpe daling in sentiment tijdens deze periode.

Piekperiode - September 2024

De positieve sentimentpiek in de media-aandacht voor Vattenfall tussen 24 juli en 2 september 2024 kan worden toegeschreven aan verschillende belangrijke ontwikkelingen. Een belangrijke drijfveer was de succesvolle voltooiing van het Windplanblauw-project, waarbij 74 verouderde windturbines werden vervangen door 61 krachtigere, waaronder 24 in het IJsselmeer, ondanks aanzienlijke logistieke uitdagingen. Deze prestatie werd breed gerapporteerd als een mijlpaal in de uitbreiding van hernieuwbare energie (AD/Algemeen Dagblad, 29-08-2024; De Stentor, 30-08-2024). Bovendien werd de introductie van de zonnestroomboiler door Vattenfall, een kosteneffectief alternatief voor thuisbatterijen voor het opslaan van overtollige zonne-energie, goed ontvangen. Het product werd gepositioneerd als een praktische oplossing voor huishoudens die het einde van de salderingsregeling tegemoet zagen, waardoor ze hun zelfverbruik van zonne-energie konden maximaliseren en hun afhankelijkheid van het net konden verminderen (De Telegraaf, 31-08-2024; De Limburger, 03-09-2024). Verder werd Vattenfalls rol in de uitbreiding van de publieke EV-laadinfrastructuur in verschillende Nederlandse gemeenten, met competitieve prijzen, benadrukt als een consumentvriendelijke stap (BN/DeStem, 02-09-2024; AD/Algemeen Dagblad, 02-09-2024). Deze ontwikkelingen versterkten gezamenlijk het imago van Vattenfall als een belangrijke speler in de energietransitie, wat bijdroeg aan de positieve sentimentverschuiving.

Piekperiode - Januari 2025

De positieve sentimentpiek in de media-aandacht voor Vattenfall tussen 8 december 2024 en 17 januari 2025 werd voornamelijk gedreven door de aanzienlijke investeringen van het bedrijf in hernieuwbare energie en infrastructuuruitbreiding. Een belangrijke factor was de aankondiging van Vattenfall van een investering van €5 miljard in hernieuwbare energieprojecten in Duitsland, waaronder zonneparken en grootschalige batterijopslag, die breed werd behandeld in meerdere media (Dagblad van het Noorden, 12 nov 2024; Trouw, 12 nov 2024). Bovendien werd de samenwerking van Vattenfall met gemeenten om de infrastructuur voor elektrische voertuigen uit te breiden, met name in Drimmelen, goed ontvangen, omdat deze in lijn was met de nationale klimaatdoelen en publieke participatie bij de locatiekeuze betrof (AD, 14 jan 2025; BN/DeStem, 18 jan 2025). Een ander innovatief initiatief dat positieve aandacht kreeg, was het herbestemmen van afgedankte gondels van windturbines tot tiny houses, wat Vattenfalls toewijding aan duurzaamheid en circulaire economieprincipes aantoonde (AD, 12 jan 2025). Deze ontwikkelingen versterkten gezamenlijk het imago van Vattenfall als een vooruitstrevende energieleverancier, wat bijdroeg aan de waargenomen sentimentpiek.

Algemene Sentiment Traject

Het sentimenttraject van Vattenfall over de geanalyseerde periodes toont een patroon van afwisselende pieken en dalen, grotendeels beïnvloed door zijn initiatieven op het gebied van hernieuwbare energie en controverses rond warmtenetten.

1. **Maart–April 2024 (Sentiment Daal):** Negatief sentiment werd gedreven door terugslag over stijgende kosten en betaalbaarheidszorgen met betrekking tot Vattenfalls warmtenetten. Woningcorporaties in Amsterdam en Rotterdam stopten nieuwe aansluitingen vanwege kostenstijgingen, wat leidde tot publieke onvrede en beschuldigingen van monopolieexploitatie. Regelgevingsonzekerheid verergerde verder de zorgen over de haalbaarheid van de energietransitie.
2. **Juli–September 2024 (Sentiment Piek):** Het sentiment herstelde zich door succesvolle hernieuwbare energieprojecten, met name de voltooiing van het Windplanblauw-windpark en de introductie van de zonnestroomboiler, een kosteneffectieve oplossing voor de opslag van zonne-energie. Vattenfalls

uitbreiding van de publieke EV-laadinfrastructuur droeg ook bij aan een positieve perceptie van het bedrijf als een belangrijke speler in de energietransitie.

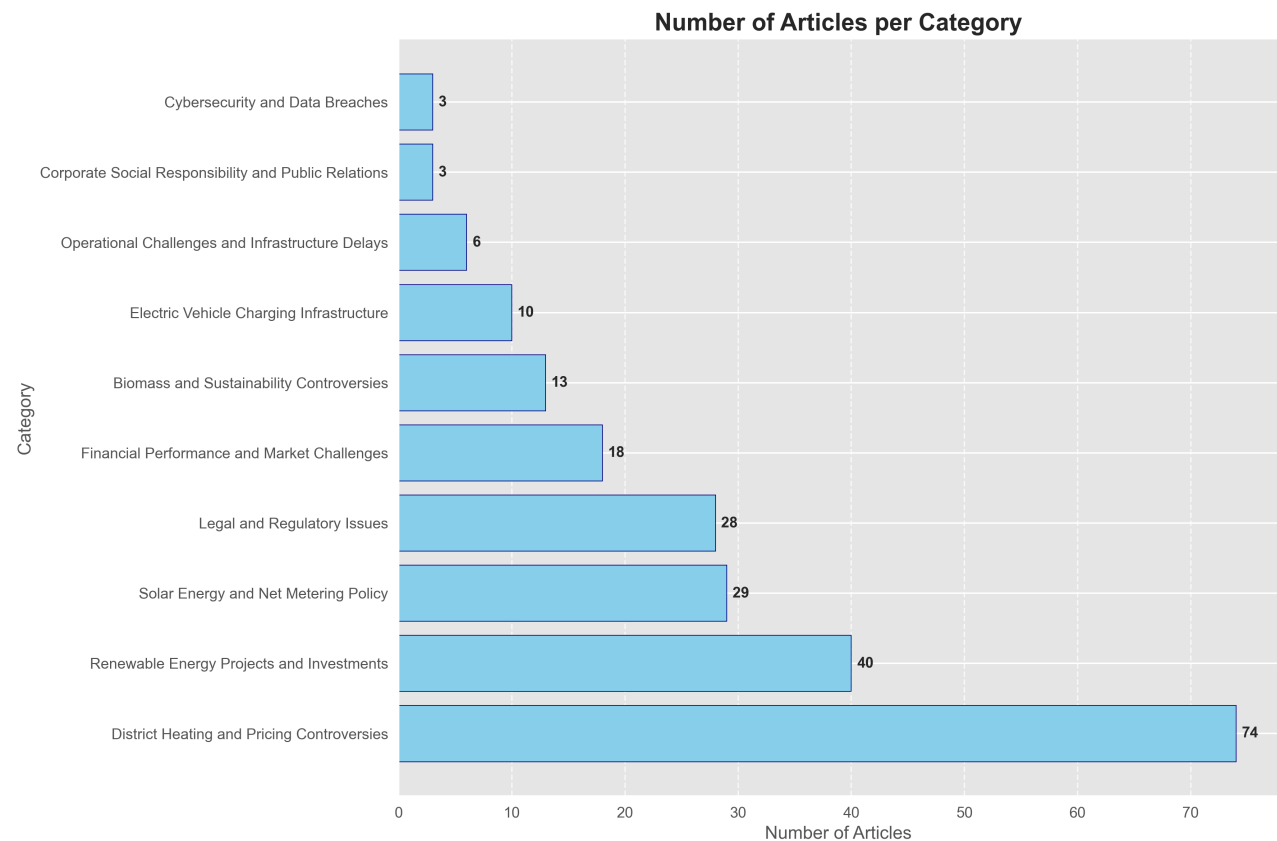
- 3. **Juni–Juli 2024 (Sentiment Daal):** Een andere neergang deed zich voor door Vattenfalls beslissing om de uitbreiding van warmtenetten voor bestaande gebouwen stop te zetten, wat kritiek opriep van gemeenten. Aanvullende negatieve factoren omvatten prijsstijgingen voor gebruikers van warmtenetten, regelgevingsuitdagingen (zoals de gedwongen verwijdering van zijn slogan “Fossielvrij leven binnen één generatie”) en juridische geschillen over zakelijke energie-rekeningen.
- 4. **December 2024–Januari 2025 (Sentiment Piek):** Het sentiment verbeterde opnieuw, gedreven door Vattenfalls investering van €5 miljard in hernieuwbare energieprojecten in Duitsland, de uitbreiding van de EV-laadinfrastructuur en innovatieve duurzaamheidsinitiatieven zoals het herbestemmen van windturbinecomponenten tot tiny houses. Deze inspanningen versterkten het imago van het bedrijf als een vooruitstrevende energieleverancier.

Algemene Sentiment Traject:

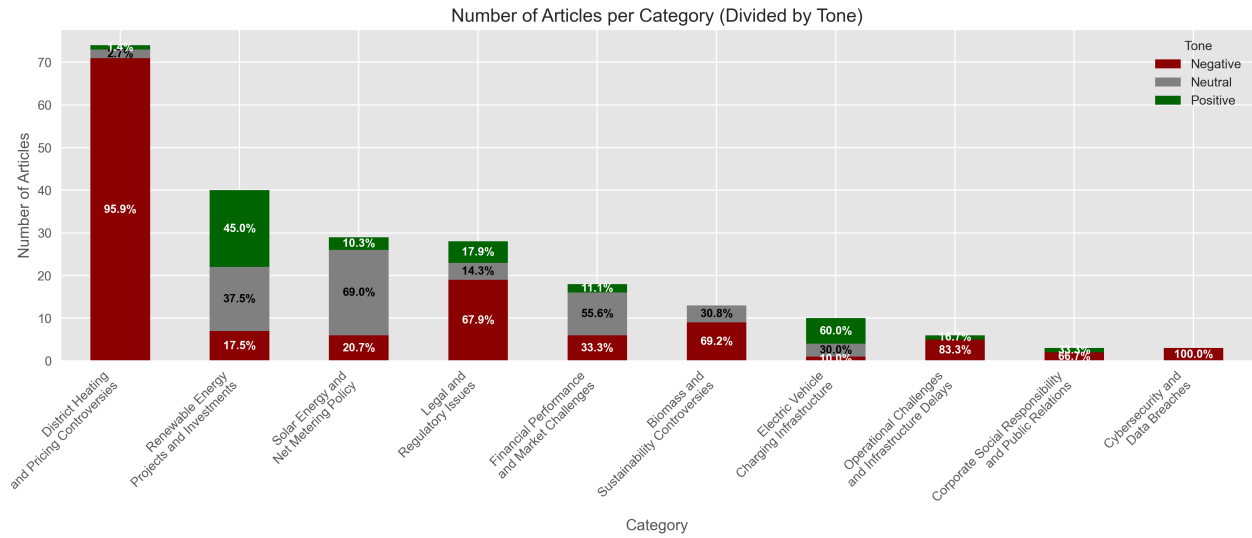
Het media-sentiment van Vattenfall heeft een cyclisch patroon gevolgd, met pieken gedreven door grote investeringen in hernieuwbare energie en technologische innovaties, en dalen veroorzaakt door controverses rond de betaalbaarheid van warmtenetten, regelgevingsuitdagingen en juridische geschillen. Hoewel het bedrijf zich succesvol heeft gepositioneerd als een leider in de energietransitie, blijven voortdurende problemen met warmtenetten en prijsbeleid reputatierisico's met zich meebrengen.

Category Analysis

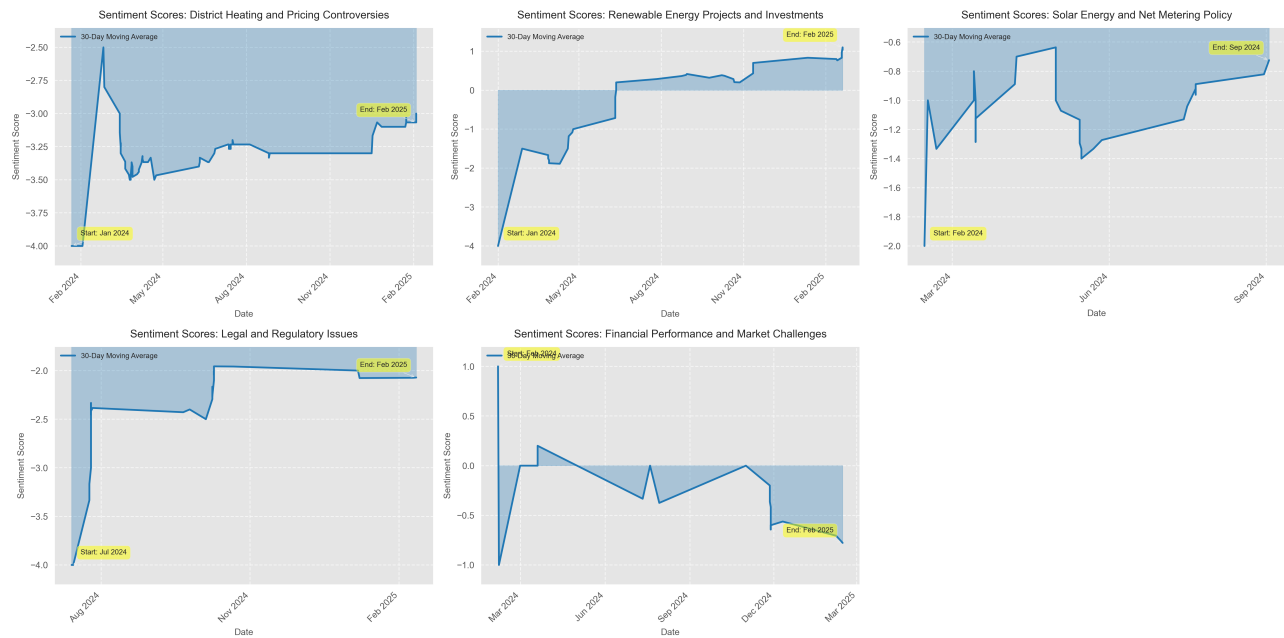
Number of Articles per Category



Articles per Category (Divided by Tone)

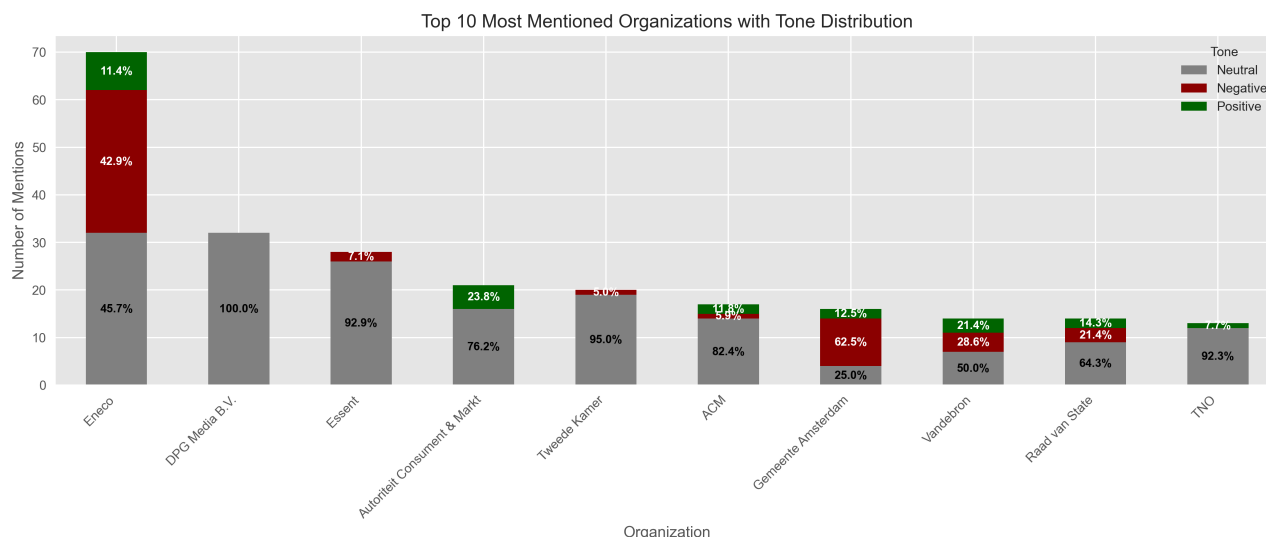


Sentiment Trends by Category



Analysis of Most Discussed Organizations

De volgende grafiek toont de top 10 meest genoemde organisaties in de berichtgeving, met hun toonverdeling:



Dekkinganalyse van Belangrijke Organisaties

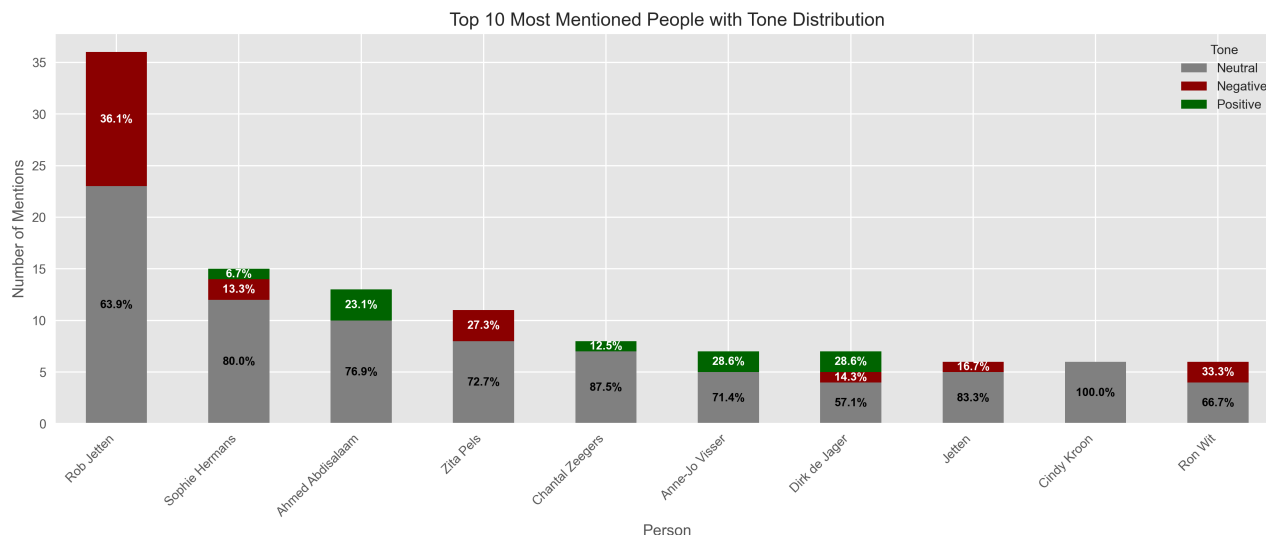
De mediaweergave van Eneco is overwegend negatief, met berichtgeving die zich richt op financiële problemen, projectannuleringen en regelgevende uitdagingen, met name met betrekking tot warmtenetten en investeringsrisico's in hernieuwbare energie. Het sentiment is grotendeels kritisch en benadrukt Eneco's terugtrekking uit belangrijke projecten en de controversiële prijsbeleid voor eigenaren van zonnepanelen. DPG Media B.V. wordt neutraal afgebeeld, voornamelijk als uitgever en auteursrechthouder van verschillende nieuwsartikelen, zonder significante sentiment of controverse. Essent ontvangt een overwegend neutrale weergave, met vermeldingen die verband houden met energieprijzen, klantbeleid en de houding ten opzichte van de kosten van zonne-energie. Hoewel het betrokken is bij discussies over terugleverkosten en prijsaanpassingen, ondervindt het niet hetzelfde niveau van scrutinie of controverse als Eneco.

De media portretteert **Autoriteit Consument & Markt (ACM)**, **TNO**, en **ACM (Autoriteit Consument & Markt)** met over het algemeen een positief sentiment, waarbij hun regelgevende en onderzoeksrollen in de energiemarkten worden benadrukt. ACM wordt afgebeeld als een proactieve waakhond die zorgt voor eerlijke prijzen en transparantie, met name in energie tarieven en duurzaamheidsclaims, hoewel het onder scrutinie stond vanwege een rekenfout. TNO wordt erkend voor zijn expertise in energie-efficiëntie en warmtenetprijzen, en levert waardevol onderzoek voor beleidsdiscussies. De Autoriteit Consument & Markt (ACM) wordt benadrukt voor zijn toezicht op energieleveranciers, het waarborgen van eerlijke prijzen voor consumenten, en het onderzoeken van kostenstructuren met betrekking tot zonnepanelen en stadsverwarming. Over het algemeen worden deze organisaties gepresenteerd als essentiële, deskundige entiteiten die de belangen van consumenten en de eerlijkheid van de markt beschermen in het veranderende energielandschap.

De mediaweergave van **Gemeente Amsterdam** is overweldigend negatief, voornamelijk vanwege de manier waarop de gemeente de warmtenettransitie heeft aangepakt. Rapporten benadrukken de financiële lasten voor huurders, gebrek aan transparantie en weerstand van bewoners, waardoor de gemeente wordt gepresenteerd als ineffectief en niet in contact met de realiteit. **Raad van State** ontvangt een meer neutrale weergave, waarbij zijn uitspraken over milieuregels en biomassaprojecten feitelijk worden gerapporteerd, hoewel ze af en toe worden gepresenteerd als obstructief voor energie-initiatieven. **Vandeboron** wordt negatief afgebeeld in de context van zijn terugleverkosten voor eigenaren van zonnepanelen, waarbij de berichtgeving de financiële impact op consumenten en het bredere debat over eerlijkheid in energieprijzen benadrukt. Hoewel sommige rapporten de rationale achter deze kosten erkennen, neigt het algemene sentiment naar kritiek.

Analysis of Most Discussed People

De volgende grafiek toont de top 10 meest genoemde personen in de berichtgeving, met hun toonverdeling:



Dekkinganalyse van Sleutelfiguren

Rob Jetten, als Minister van Klimaat, wordt in de media afgebeeld met een overwegend negatieve sentiment, grotendeels als gevolg van controverses rond zijn noodwetgeving over warmtetarieven. Zijn beleid, met name de "spoedwet," krijgt kritiek van energiebedrijven en woningcorporaties, wat leidt tot onzekerheid en financiële druk in de sector. Sophie Hermans, als Minister voor Klimaat en Groene Groei, ontvangt een meer neutrale afbeelding, waarbij haar rol voornamelijk gericht is op beleidsdiscussies en regelgevende kaders. Ze is betrokken bij het aanpakken van uitdagingen in de energietransitie, waaronder publiek eigendom van warmtenetwerken en windenergieaanbestedingen, hoewel haar beleid onder de loep wordt genomen vanwege de toenemende financiële risico's voor energiebedrijven. Ahmed Abdisalaam, directeur van Vattenfall Warmte, wordt positief afgebeeld, waarbij zijn pragmatische benadering van financiële uitdagingen in de verwarmingssector wordt benadrukt. Hij is uitgesproken over de economische druk op Vattenfall, pleit voor structurele oplossingen en overheidssteun, terwijl hij een coöperatieve houding aanneemt tegenover gemeenten en beleidsmakers.

Anne-Jo Visser wordt afgebeeld als een pragmatische en uitgesproken voorvechter van betaalbare huisvesting, waarbij ze vaak de noodzaak van transparantie en eerlijke prijzen in de overgang naar warmtenetten benadrukt. Ze wordt gezien als een belangrijke onderhandelaar in conflicten met Vattenfall, waarbij ze voortdurend pleit voor huurdersbescherming en projecten pauzeert wanneer de betaalbaarheid in het geding is. Dirk de Jager wordt gepresenteerd als een probleemoplosser, die financiële compensatie voor getroffen huurders veiligstelt, terwijl hij teleurstelling uitdrukt over tegenslagen in de verwarmingsovergang. Zijn rol is grotendeels reactief, waarbij hij crises aanpakt in plaats van proactieve beleidsveranderingen te stimuleren. Chantal Zeegers wordt afgebeeld als een voorzichtige beleidsmaker, die projecten stopzet vanwege kostenoverwegingen en op zoek is naar overheidsinterventie. Hoewel ze vastberadenheid uitdrukt om oplossingen te vinden, suggereert haar afbeelding onzekerheid en moeilijkheden bij het veiligstellen van alternatieve aanbieders, wat de bredere systemische uitdagingen in de energietransitie benadrukt.

De media-afbeelding van Ron Wit, Zita Pels en Rob Jetten wordt grotendeels gevormd door hun rollen in de aanhoudende crisis rond warmtenetwerken in Nederland. Ron Wit wordt afgebeeld als een sleutelfiguur in de strijd van Eneco met financiële verliezen en stilgelegde projecten, waarbij hij vaak de negatieve impact van nationalisatie en regelgevende onzekerheid benadrukt. Zita Pels wordt afgebeeld als een politica die in een moeilijke positie verkeert, die mislukte onderhandelingen tussen woningcorporaties en Vattenfall leidt, terwijl ze twijfels uitspreekt over de ambitieuze gasvrije doelen van Amsterdam. Haar afbeelding weerspiegelt frustratie over gebroken beloften en de financiële last voor huurders. Rob Jetten, hoewel hij iets minder negatieve berichtgeving ontvangt, wordt gepresenteerd als een minister die probeert de crisis op te lossen via noodwetgeving, maar kritiek krijgt omdat hij niet voldoende financiële steun biedt aan energiebedrijven zoals Vattenfall. Over het algemeen presenteert de media deze figuren als centraal in een falende energietransitie, met Wit en Pels als belegerde onderhandelaars en Jetten als een beleidsmaker die worstelt om effectieve oplossingen te implementeren.