



Aardgasvrij Paddepoel (Groningen, NL) Community Scouting

Draagvlak creëren rond een
burgerproject voor gasvrije warmte

Resultaten buurtonderzoek – Juni 2019

Inhoud

Management Samenvatting	3
Het onderzoek	5
• Achtergrond vragen	6
• Scenario's	9
• Conclusies	17
• Aanbevelingen	19
Appendix:	22
Opmerkingen van de interviewers	22
Nuttige links	23
Auteurs en initiatiefnemers	24

MANAGEMENT SAMENVATTING

Sinds de afgelopen jaren heeft de provincie Groningen te maken met een toenemend aantal aardbevingen als gevolg van de gaswinning. Het is duidelijk dat de gaskraan vroeger of later dicht zal moeten. In Paddepoel zijn bewoners daarom op zoek gegaan naar naar nieuwe manieren van warmtevoorziening en kwamen uit bij een lokaal warmtenet als collectief en schoon alternatief.

Het idee is om een buurtwarmtenet op te zetten, in eigendom en beheer van de bewoners zelf. Er wordt dus geen winst gemaakt door commerciële derden. Het burgerinitiatief van de wijk, Paddepoel Energiek, heeft voor realisering van dit plan de samenwerking gezocht met stads-energiecoöperatie Grunneger Power. Zij werken samen aan het project onder de naam: 050 Buurtwarmte. Het project wordt in de ontwikkelfase financieel gesteund door Shell NL, die kennis wil opdoen over de aanleg van warmtenetten in bestaande wijken. Shell levert daarnaast technische en economische kennis.

Europa kent maar weinig voorbeelden van burgerwarmtenetten. In Nederland zijn er nog minder voorbeelden van netten die in handen zijn van burgers zelf. In die zin is het project in Paddepoel een belangrijk project dat de potentie heeft om uit te groeien tot inspiratiebron en rolmodel voor veel andere initiatieven.

De initiatiefnemers vinden het daarom belangrijk om vanaf het begin de buurtgenoten bij het project te betrekken. Zo kunnen ze een beeld krijgen van de hindernissen en weerstand, en van de kansen en pluspunten die bewoners ervaren in de overstap van gas naar warmtenet.

De basis voor dit onderzoek werd gevormd door een combinatie van scenario-workshops en een enquête, ontwikkeld door Communication Works samen met de Stockholm School of Economics. Deze methode vormt een essentieel onderdeel in een bredere aanpak, "Community Scouting", bedoeld om na te gaan welke thema's en acties het succes van een burgerwarmtenet in Paddepoel kunnen maken of breken.

Er deden in totaal 86 bewoners mee aan het onderzoek, dat bestond uit een lijst met 60 vragen. Meer dan 95% van de vragenlijsten werd compleet ingevuld.

„We wilden weten hoe we mensen echt kunnen laten meedoen in ons project. We hebben natuurlijk al met veel mensen gesproken, maar op basis van alleen die gesprekken ken je nog niet de algemene opinie. Wij denken dat juist sociale cohesie voor een wijk als Paddepoel heel erg belangrijk is. Bij ons gaat het niet alleen om energie maar ook om leefbaarheid en sociale aspecten”. Els Struiving, 050 Buurtwarmte

De uitkomsten van het onderzoek laten duidelijk zien dat er opvallend weinig vertrouwen is in traditionele energieleveranciers. Ze bevestigen dat een warmtenet van burgers de juiste keuze is voor Paddepoel en dat er een sterke behoefte bestaat aan een solidaire aanpak van het duurzame energievraagstuk.

Duurzame energie van eigen opwek

Energieleveranciers zeggen vaak dat mensen uiteindelijk alleen maar geïnteresseerd zijn in goedkope energie en leveringszekerheid. Ons onderzoek in Paddepoel laat inderdaad zien dat kosten en professionaliteit een heel belangrijke factor zijn.

- Het feit dat er in Nederland maar weinig bedrijven zijn die ervaring hebben met warmtenetwerken wordt gezien als een potentieel risico.
- Daarom geven respondenten aan dat ze het belangrijk vinden dat het netwerk wordt aangelegd en gerund door professionals.

Ook is men sceptisch over het feit dat warmteleveranciers van netwerken in principe fungeren als monopolist, en dat men niet kan overstappen naar een andere energieleverancier.

Maar de zaak is complexer dan dat. 050 Buurtwarmte heeft goede redenen om aan te nemen dat hun initiatief bij bewoners een snaar heeft geraakt.

- Inwoners van Paddepoel vinden het zelf opwekken van energie heel belangrijk. Ze zijn uitgesproken over de vraag wie het netwerk moet beheren, en zij zijn graag bereid om te participeren.
- Inwoners van Paddepoel vinden solidariteit belangrijk. Los van milieuoverwegingen vinden ze sociale aspecten en de effecten voor de gemeenschap belangrijk.
- Inwoners van Paddepoel zijn positief over de potentiële voordelen van een buurtcoöperatie boven andere

energieleveranciers (hetzij commercieel, hetzij gemeentelijk):
transparantie, eigen invloed en geen winstoogmerk.

Ruim de helft van de respondenten heeft een e-mailadres achtergelaten en aangegeven dat ze willen uitgenodigd voor activiteiten rondom het project.

Het succes van het project hangt niet alleen af van de technische en economische factoren, maar juist ook van de wijze waarop het project wordt gemanaged. Als de projectverantwoordelijken er niet in slagen burgers echt te betrekken, burgers serieus mee te laten beslissen en op een eerlijke en transparante manier om te gaan met hun bezwaren, dan lopen de betrokken partijen een groot risico. Dat geldt voor de gemeente, Grunneger Power, Paddepoel Energiek en zeker ook Shell. Het project zou steun kunnen verliezen of zelfs te maken kunnen krijgen met grote weerstand.

“Make Paddepoel great again”

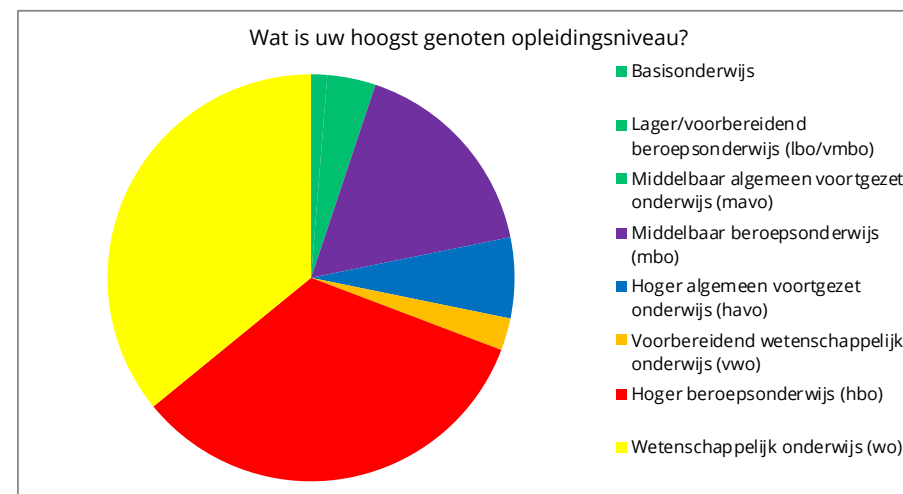
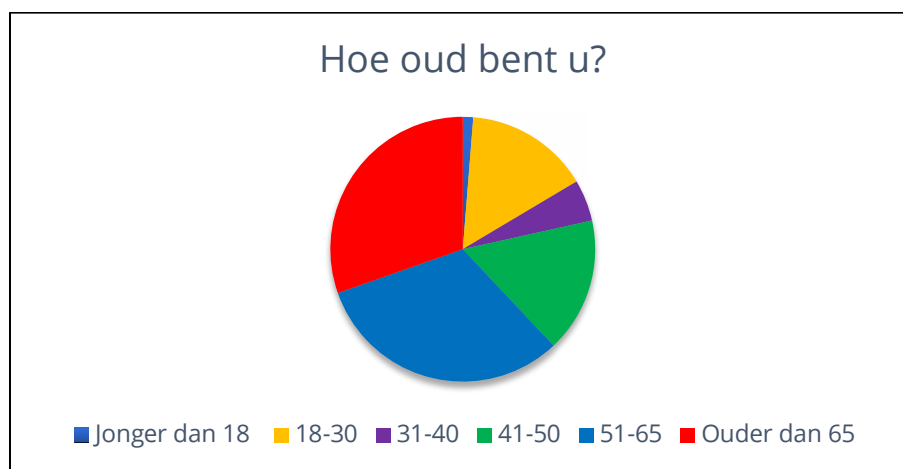
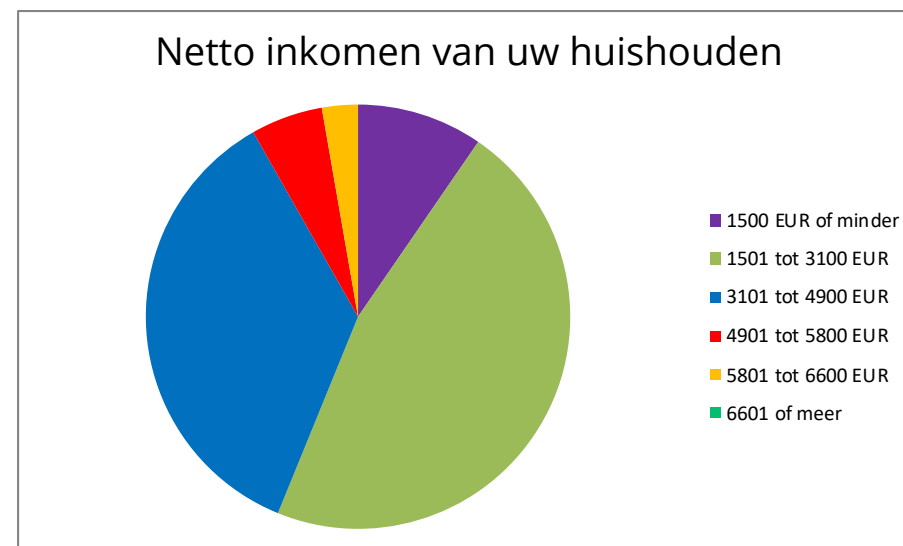
Vaak is er bij de houding ten opzichte van verschillende scenario's sprake van duidelijke patronen. Leeftijd, opleidingsniveau, inkomenscategorie, man of vrouw, huurder of koper: dat alles heeft invloed op kennisniveau, op wat mensen als prioriteit beschouwen, en op welke zorgen ze hebben.

In grote onderzoeken die Communication Works heeft uitgevoerd in Zweden, UK en Duitsland waren die verschillen heel erg duidelijk. In Paddepoel zijn de resultaten verrassend homogeen. Els Struiving van 050 Buurtwarmte geeft als verklaring: “Inwoners hebben een gedeeld doel: make Paddepoel great again.”

HET ONDERZOEK

In een workshop onder leiding van Communication Works inventariseerden het team van 050 Buurtwarmte en betrokken (wijk)stakeholders de voor bewoners belangrijkste thema's, en samen formuleerden ze een aantal scenario's. Deze scenario's werden, aangevuld met een aantal achtergrondvragen, aan bewoners voorgelegd in de vorm van een enquête. De digitale enquête is bij bewoners afgenomen door twee leden van het team van 050 Buurtwarmte.

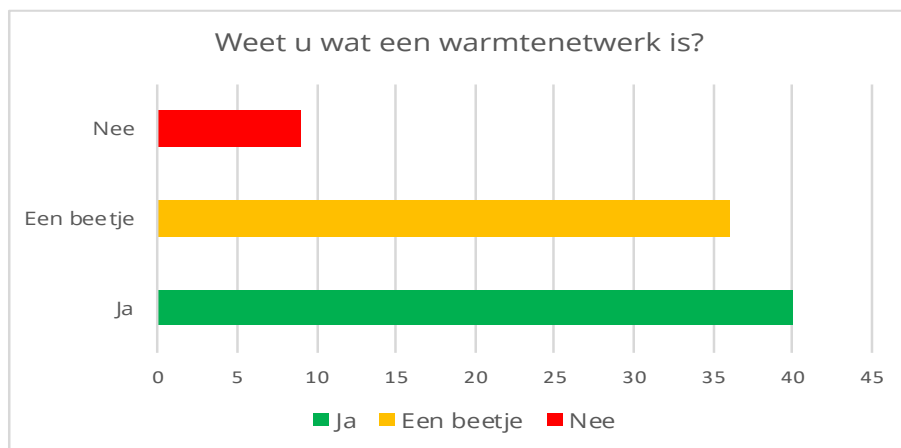
Representativiteit was geen selectie criterium, maar toch bleek dat de geïnterviewden behoorlijk representatief waren voor 'de negen stempels' in Paddepoel Noord wat betreft leeftijdscategorie, man/vrouw (50%/50%) en inkomenscategorie. Zoals verwacht verwarmt 95% van de respondenten hun huis met een gasgestookte cv-ketel.



Achtergrondvragen

Het Startpunt: Een Warmte... wat?

In Nederland verloopt slechts een klein deel van de warmtevoorziening via warmtenetten. Naar schatting is 4,4% van de huizen is aangesloten op één van de 400 warmtenetten. Gezien dat lage aandeel zou je verwachten dat het fenomeen warmtenet slechts bij een kleine minderheid bekend is. Echter, op de vraag of ze weten wat een warmtenet is, antwoordden 40 respondenten in Paddepoel met een duidelijk ja. 36 mensen “een beetje” en 9 respondenten weten niet wat een warmtenet is. 1 respondent sloeg de vraag over.



Vergeleken met een [UK-breed onderzoek](#) is dit een hoge score: daar antwoordde 70% van de deelnemers dat ze niet wisten wat een warmtenet is en 11% gaf aan “een beetje”.

Een verklaring zou kunnen zijn dat 050 Buurtwarmte en anderen al een positieve impact hebben gehad op het kennisniveau in Paddepoel. Niettemin zal de mening van anderen – zij het journalisten van traditionele media of first users op social media – naar verwachting grote invloed hebben op de mening van de meerderheid van de burgers. Dat gegeven biedt kansen en tegelijkertijd bedreigingen. Het maakt duidelijk hoe belangrijk het is voor 050 Buurtwarmte om blijvende steun voor het project te borgen, door:

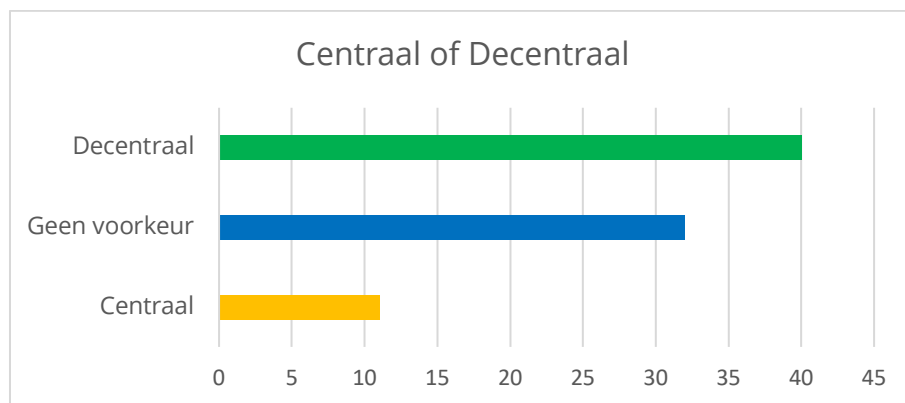
- in contact te komen met mensen die tot dusver weinig of niets weten
- bewoners van Paddepoel te betrekken bij alle (milieu)technische, economische en sociale aspecten van het warmtenet

Respondenten die aangaven niet te weten wat een warmtenet is, kregen de volgende informatie voorgelegd: “Op veel plekken in Nederland is warmte beschikbaar, bijvoorbeeld in de grond of als restwarmte van een fabriek. Die warmte kan water verwarmen. Dat hete water gaat via buizen naar woonwijken of scholen, flats etc. Daar wordt de warmte gebruikt voor verwarming en warm tapwater.

Centraal of decentraal, consumer of prosumer?

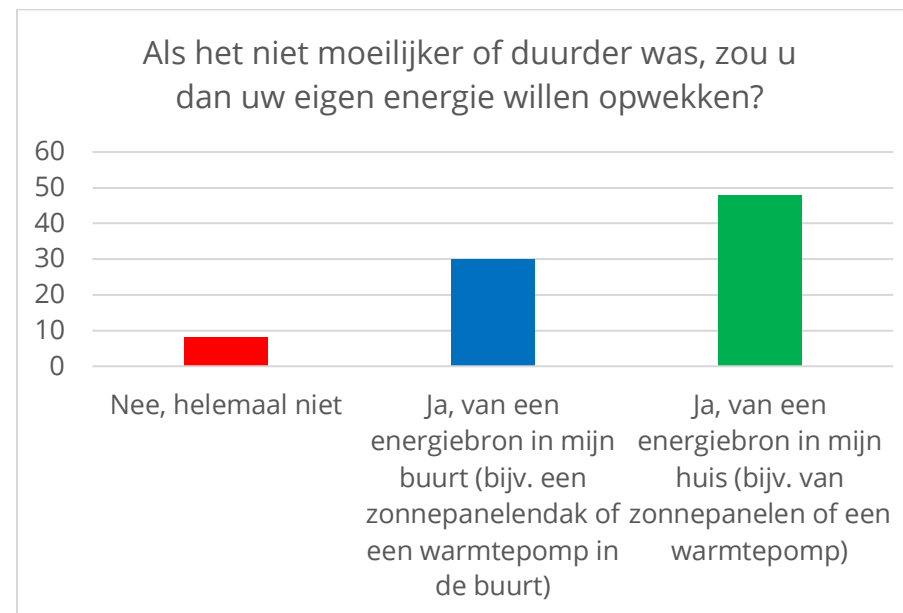
Energie wordt op dit moment centraal geproduceerd, dat betekent door een klein aantal grote bedrijven. Decentraal betekent dat gemeenten, lokale bedrijven en burgers zelf energie opwekken, met bijvoorbeeld een zonnedak of warmtepomp.

Respondenten kregen de vraag of ze vonden dat energie in de toekomst liever centraal (-5) of decentraal (+5) moet worden opgewekt. De gemiddelde uitkomst (+0,9) laat zien dat er een lichte voorkeur is voor decentrale productie. 11 respondenten hadden een duidelijke voorkeur voor centrale productie, 32 respondenten gaf een 0 (neutraal of weet niet) en 40 respondenten vinden dat energie in de toekomst decentraal geproduceerd moet worden en 3 respondenten sloegen de vraag over.



Het plaatje wordt duidelijker na het stellen van de vraag of inwoners hun eigen energie zouden willen opwekken (individueel of in de wijk) als dat niet duurder of moeilijker zou zijn. Slechts 8 respondenten gaven aan dat ze

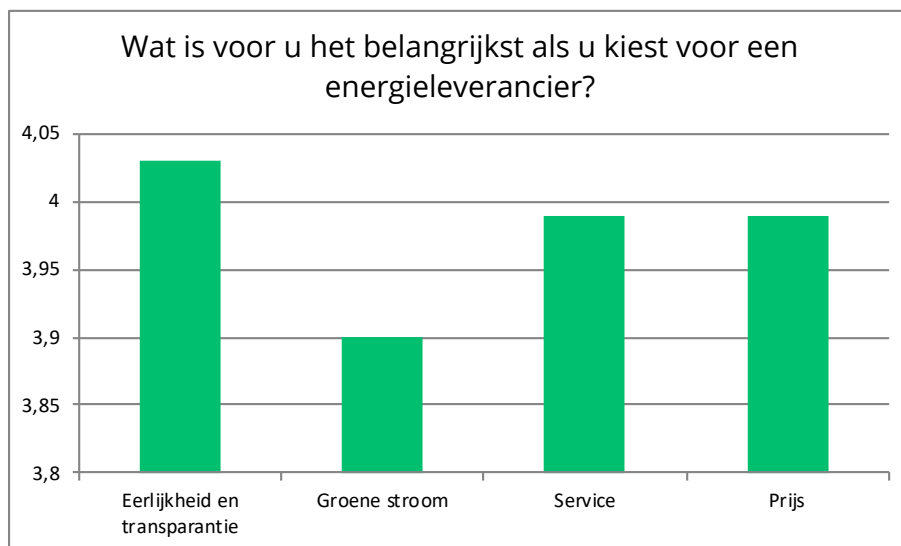
helemaal geen interesse hebben, maar de grote meerderheid heeft duidelijk wel interesse.



Criteria voor het kiezen van energieleveranciers

Energieleveranciers komen vaak met het argument dat de consument uiteindelijk alleen maar geïnteresseerd is in de prijs. De vraag naar verschillende aspecten bij de keuze van een energieleverancier laat echter zien dat er wel degelijk andere aspecten meespelen.

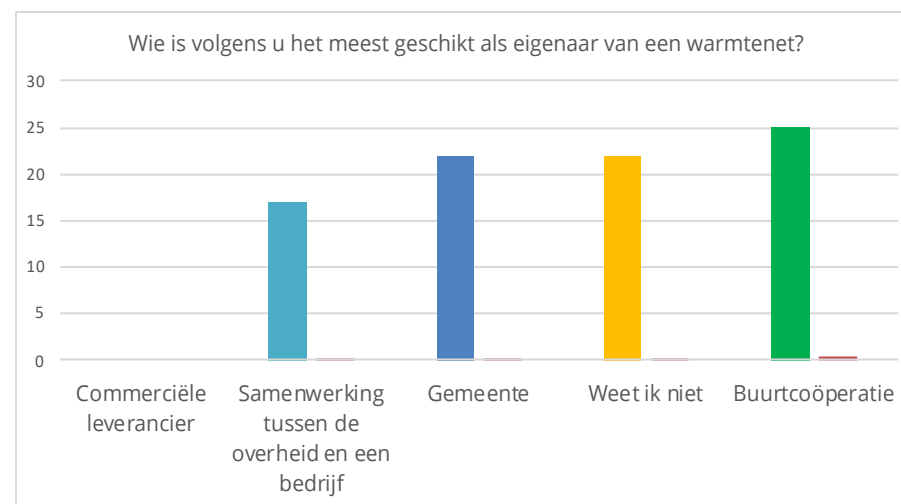
De vier bevraagde criteria (eerlijkheid en transparantie, groene stroom, service en prijs) worden gemiddeld als belangrijk ingeschaald (+4). Bij elk criterium geeft ongeveer 10% van de respondenten aan dat ze het criterium helemaal niet belangrijk of minder belangrijk vinden.



Eigenaarschap

Als er een warmtenet komt, wie moet daar dan eigenaar van zijn? In onderzoeken van Communication Works in het Verenigd Koninkrijk en Duitsland gaf tenminste 25% van de respondenten aan de voorkeur te hebben voor een commerciële leverancier in 2017. In Paddepoel gaf niet één van de respondenten die voorkeur.

22 respondenten gaven aan niet precies te weten wat de beste eigenaar zou zijn, de grootste groep respondenten (25%) is voor een buurtcoöperatie. Dit correleert met de belangstelling die men heeft voor eigen opwek (zie pag. 7) en het belang dat wordt toegekend aan de keuze voor een specifieke bron en de aanwending van de winst (zie pag. 14).



Scenario's

Hoe de resultaten moeten worden gelezen

In de eerste workshop met leden van het team van 050 Buurtwarmte is een inventarisatie gemaakt van een aantal basisscenario's en variaties daarop. Elk van die scenario's is los van de andere scenario's geëvalueerd om 'bias' te voorkomen.

Eén basisscenario was bijvoorbeeld: "Uw energiebedrijf legt een warmtenet aan waarop u wordt aangesloten." Aan respondenten werd gevraagd om hierop te reageren op een schaal van - 5 (helemaal niet OK) tot + 5 (heel erg OK).

- De basisscenario's zijn in het blauw aangegeven
- Varianten die positiever werden beoordeeld dan het basisscenario zijn in het groen aangegeven.
- Varianten die negatiever werden beoordeeld dan het basisscenario maar nog wel boven 0 zijn, zijn oranje.
- Negatieve resultaten zijn in het rood aangegevens.

Invloedfactoren

Uit de eerste workshop in Paddepoel kwamen vier belangrijke invloedsfactoren naar voren:

- Betrouwbaarheid en professionaliteit
- Prijzen en tarieven

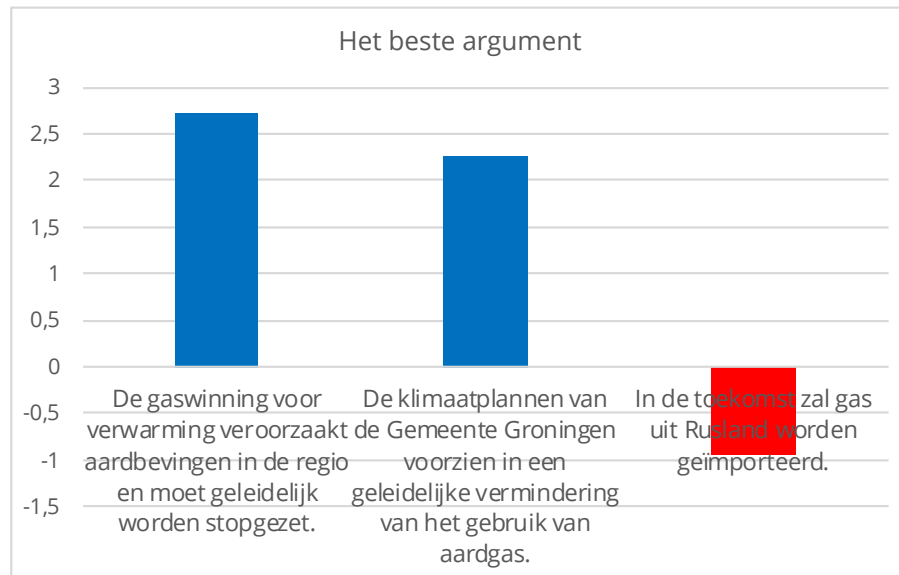
- Milieu-effecten
- Sociale effecten

Voor zover er significante verschillen waren voor geslacht, leeftijd of inkomenscategorieën, dan zijn deze aangegeven. Over het algemeen kan worden gezegd dat de resultaten verrassend homogeen waren.

Het beste argument

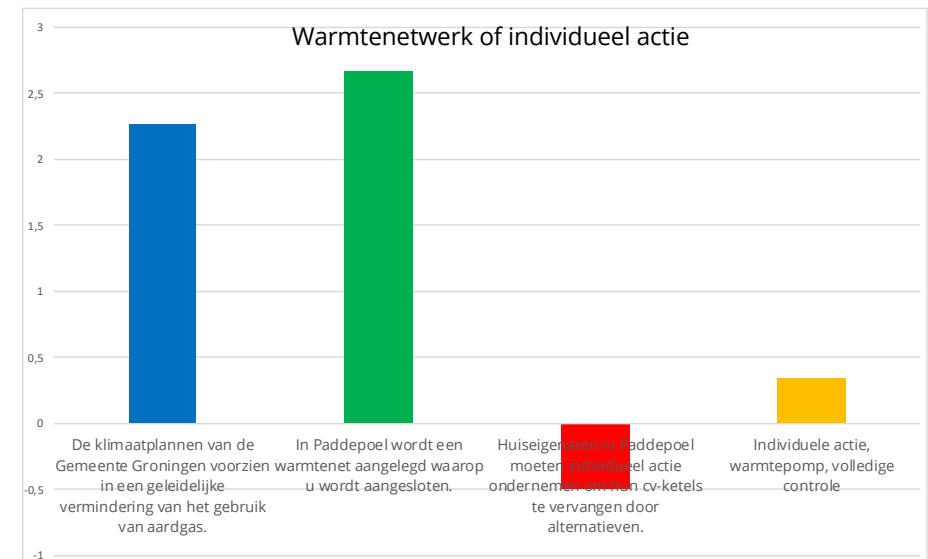
De respondenten geven aan dat ze het stopzetten van de gaswinning in Groningen vanwege de aardbevingen belangrijk vinden. Wat opvalt is dat het alternatief van het importeren van gas uit Rusland, als zeer negatief wordt beoordeeld.

De inwoners hebben ook oog voor het klimaatargument en zijn positief over het scenario waarin de klimaatplannen van de Gemeente Groningen voorzien in een geleidelijke vermindering van het gebruik van aardgas.



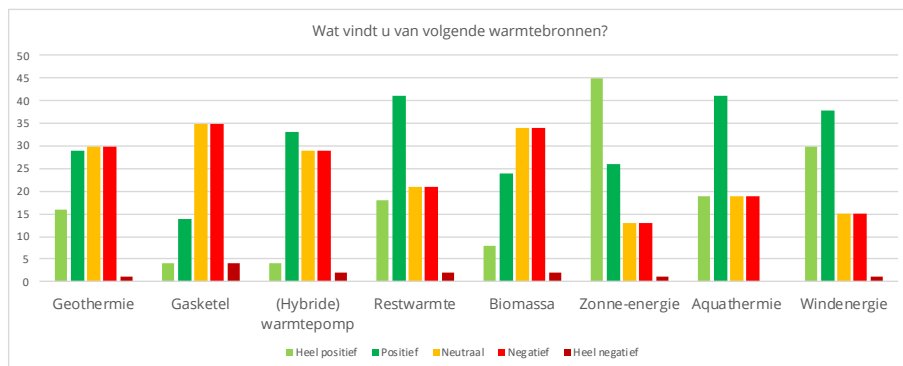
Warmtenetwerk of individuele actie?

Als het afbouwen van de gaswinning vanwege de aardbevingen als positief wordt ervaren, wat vindt men daarvoor nodig? Als we twee opties aan het basisscenario toevoegen, zien we dat het aanleggen van een warmtenet de voorkeur krijgt boven individuele actie om gas te besparen. Individuele actie vragen van huiseigenaren wordt dus negatief beoordeeld. Dat oordeel wordt iets positiever als respondenten eraan worden herinnerd dat ze bij individuele actie volledige controle hebben over hun warmtevoorziening. Niettemin blijft de warmtenetoplossing duidelijk favoriet.



De keuze van warmtebron

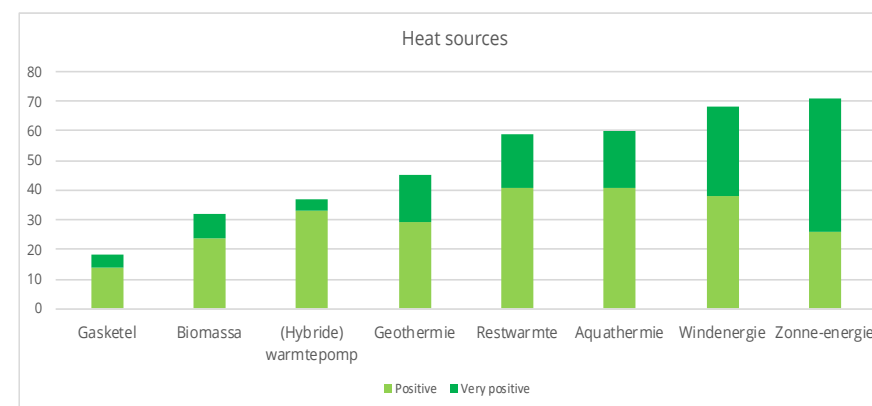
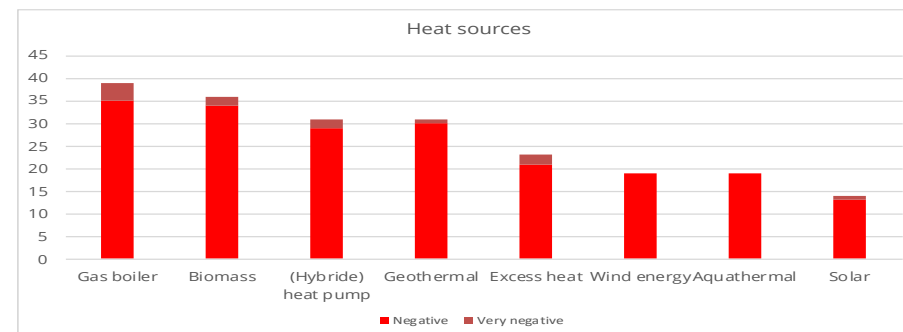
Wat betreft warmtebronnen geeft het onderzoek een zeer gedifferentieerd beeld.



Door verreweg de meeste respondenten krijgen zon en wind de meest (zeer) positieve beoordeling, terwijl cv-ketels, biomassa, geothermie en warmtepompen een negatieve tot zeer negatieve beoordeling krijgen. Wat opvalt is dat ongeveer een derde van de respondenten nog steeds neutraal staat tegenover cv-ketels.

Dit betekent dat deze respondenten niet gezien kunnen worden als "natuurlijke medestanders" bij het veranderen van het warmtesysteem. Het is nog onzeker of deze groep kan worden gewonnen voor het project.

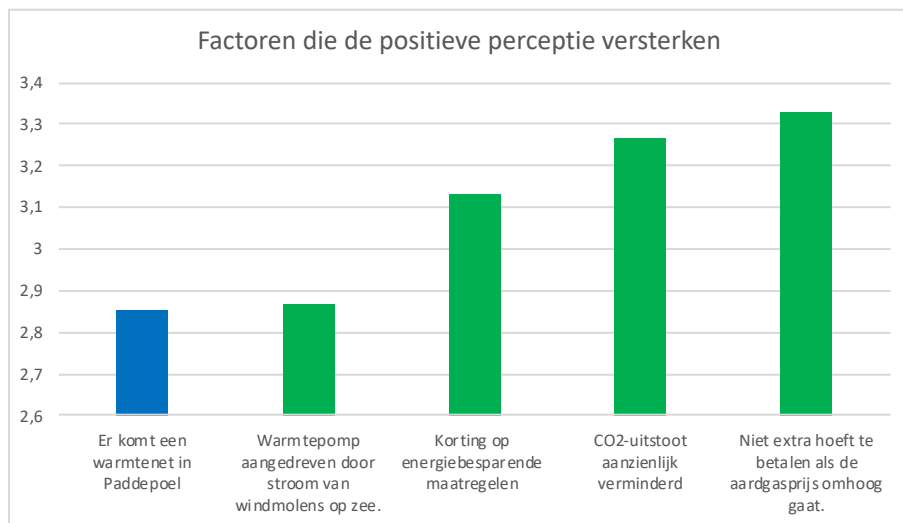
Bij de eerste presentatie van de uitkomsten van het onderzoek wezen deelnemers op het feit dat het imago van individuele warmtepompen mogelijk negatief beïnvloed is door recente negatieve berichtgeving.



In de groep met een neutraal of zeer positief oordeel over gasketels (53), zijn de favoriete bronnen zon (24 zeer positief en 16 positief) en wind (25 positief en 12 zeer positief). Warmtepompen krijgen de meeste negatieve reacties (12).

Warmtenet: Plusfactoren

Als een warmtenet dus over het algemeen positief wordt gezien, welke acties of argumenten zorgen dan voor een nog bredere acceptatie?



De sterkste argumenten zijn CO2 reductie en een nog sterker argument is dat de bewoner niet extra gaat betalen als de gasprijs omhoog gaat.

En minfactoren

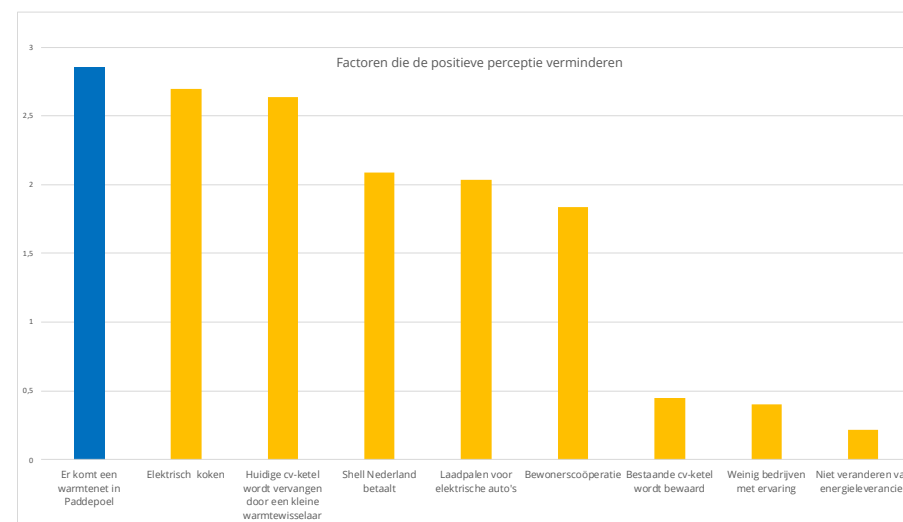
Aan de andere kant zijn er factoren die de acceptatie van het warmtenet negatief kunnen beïnvloeden, met name:

- het voorstel om de cv-ketels op te slaan voor later gebruik (om weer terug te kunnen naar aardgas)

- de toevoeging dat er maar weinig bedrijven in Nederland beschikken over de nodige ervaring
- de toevoeging dat men niet kan wisselen van warmteleverancier.

Een minder duidelijk maar nog steeds significant effect heeft de toevoeging

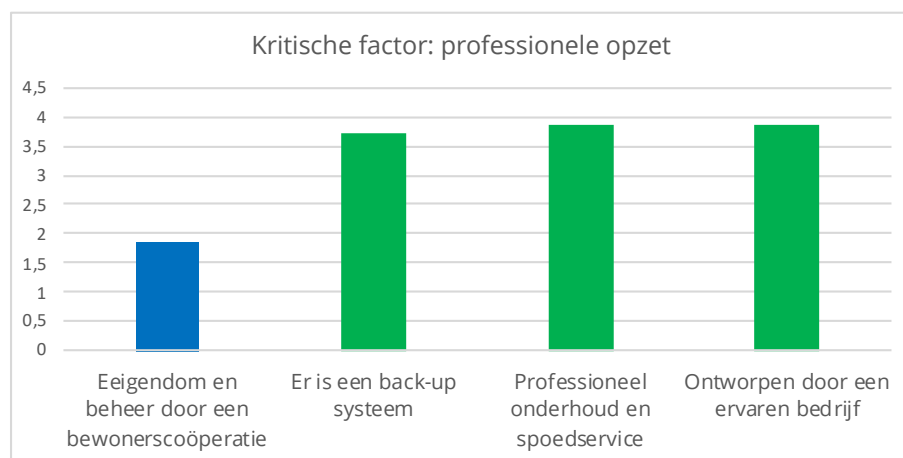
- dat Shell Nederland betaalt voor de ontwikkelingsfase (gebrek aan vertrouwen)
- dat er laadpalen worden geïnstalleerd
- dat het warmtenet in eigendom komt en wordt beheerd door een buurtcoöperatie (zie volgende hoofdstuk).



Een buurtcoöperatie: Top of flop?

Met een score van 1,8 (op een schaal van -5 tot +5) scoort het warmtenet dat in eigendom is en wordt gerund door een buurtcoöperatie minder goed dan het basisscenario (er komt een warmtenet in Paddepoel waarop u wordt aangesloten).

Als we dit scenario in een nieuw basisscenario gieten en nieuwe scenario's toevoegen is goed te zien waar de cruciale factoren zitten die het succes van een buurtcoöperatie kunnen maken of breken. Met name professionaliteit scoort hoog, met waardes boven 3,5.

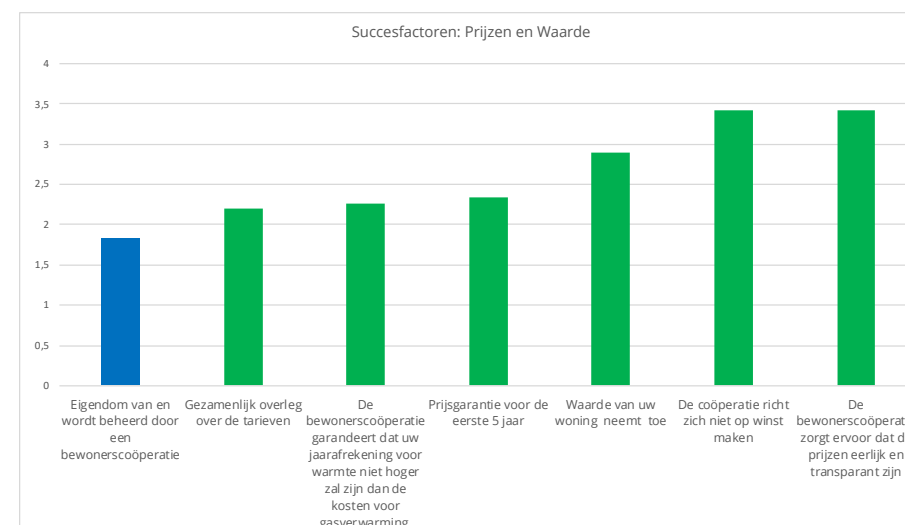


De sterke nadruk op professionaliteit weerspiegelt iets wat ook al in de eerste workshop naar voren kwam. "Als de buurtcoöperatie het netwerk beheert, betekent het dan dat mijn buurman de verwarming komt repareren?" Die angst komt ook terug in de negatieve reactie op de toegevoegde informatie dat er in Nederland maar weinig

bedrijven echt ervaring hebben met warmtenetten. Die onzekerheid is zeker te begrijpen, aangezien een stabiele warmtevoorziening een menselijke basisbehoefte is.

Een ander belangrijk aspect is prijs. Respondenten geven aan dat ze willen meepraten over vaststelling van de tarieven (als dat geldt voor alle warmtekanten en niet alleen voor leden van de coöperatie, wat een lagere score geeft van slechts 0,8). Nog belangrijker vinden ze zekerheid over toekomstige prijsontwikkelingen, namelijk:

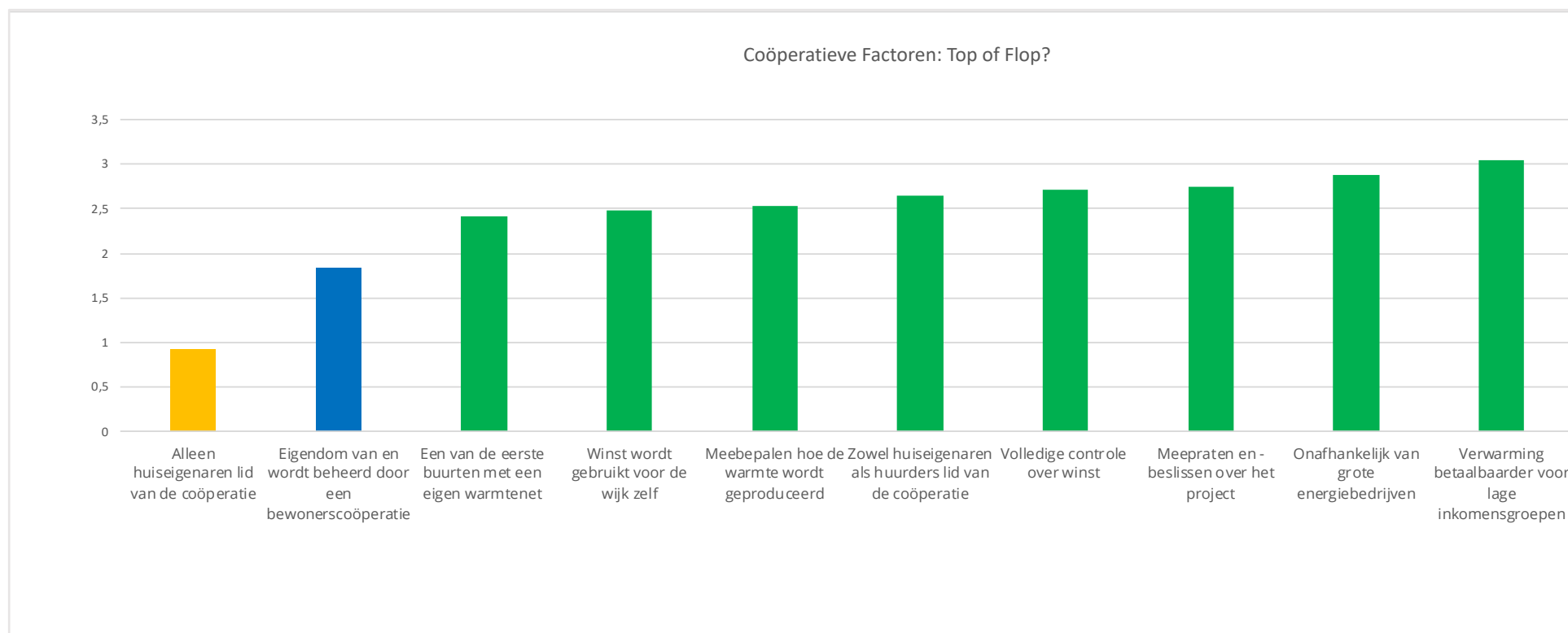
- Dat de jaarlijkse kosten niet hoger liggen dan de huidige gasprijzen
- Dat de coöperatie een prijsgarantie kan geven voor 5 jaar
- Dat de waarde van hun huis toeneemt
- Dat het warmtenet op non-profit basis wordt beheerd



Wat opvalt is dat prijstransparantie de belangrijkste factor is.

Als we kijken naar de factoren die horen bij het beheer door een buurtcoöperatie, wordt duidelijk dat Paddepoelers uitgesproken solidair zijn. Betaalbaarheid voor lagere inkomens vindt men heel erg belangrijk (factor +3,1). Maar nog opvallender: het scenario waarin alleen eigenaren lid kunnen worden van de coöperatie reduceert de steun voor het concept als geheel, naar een niveau van slechts +0,9.

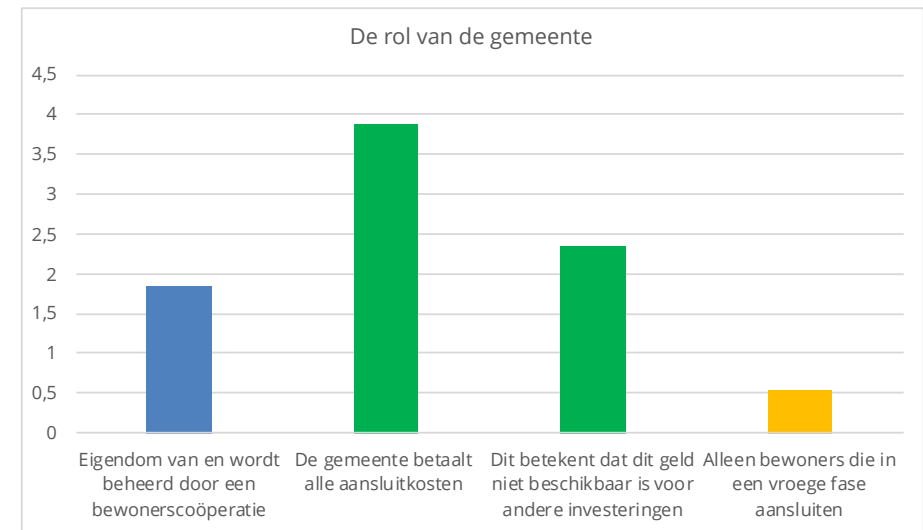
Ook hier komt onafhankelijkheid van commerciële energieaanbieders naar voren als een belangrijk argument vóór een buurtcoöperatie. Andere factoren die horen bij het beheer door een buurtcoöperatie, zoals het feit dat burgers een actief aandeel hebben in de besluitvorming en volledige controle over hoe de winsten worden gebruikt, hebben ook een positieve invloed met een score van bijna +3. Een ander gunstig effect is lokale trots: wonen in een van de eerste buurten in Nederland met een warmtenetwerk in eigendom van een buurtcoöperatie.



Kan de gemeente helpen?

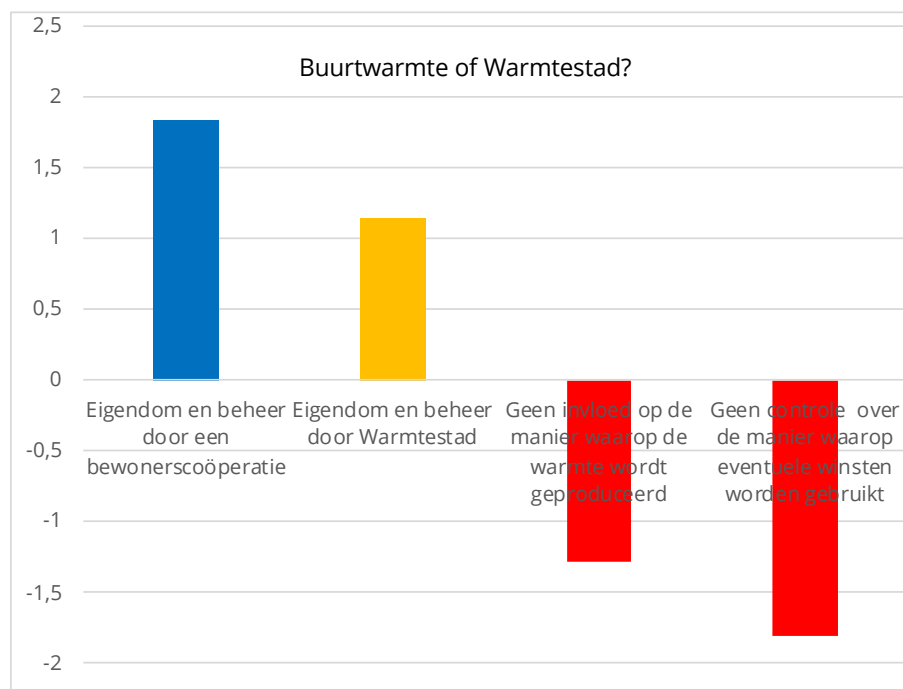
Ja. Het onderzoek laat zien dat als de gemeente financieel bijspringt de score tot bijna +4 stijgt. Als het geld dan niet meer beschikbaar is voor andere investeringen doet dat iets afbreuk (+2.3), maar nog steeds is het effect over het geheel genomen positief. Als de steun van de gemeente alleen zou gelden voor vroege beslissers dan is dat juist weer slecht voor de acceptatie van het project als geheel (+0,5).

Dit correleert met het gevoel van solidariteit dat we bij andere vragen hebben gezien. Denkbaar is ook dat bewoners de financiële steun voor vroege beslissers ervaren als druk om toch aan te sluiten, en dat die druk het vrijwillige karakter van het project aantast. Dit betekent dat niet alleen bredere financiële ondersteuning de succeschansen van het project vergroot, maar ook dat dit aanzienlijk beter is voor de reputatie van de gemeente en zal leiden tot positieve *social contamination* effecten en replicatiekansen.



Hoe zit het met WarmteStad?

Een bijzonderheid in Paddepoel is dat het gemeentelijke warmtebedrijf, WarmteStad, ook actief is in de buurt. Zou een collectieve aansluiting op het gemeentelijke netwerk van WarmteStad een alternatief kunnen zijn voor een eigen warmtenet? De gemiddelde scores geven aan dat dit niet het geval is, aangezien WarmteStad qua reputatie een stuk lager (maar nog steeds wel positief) scoort.



Als we informatie toevoegen over de keuze voor WarmteStad, zoals het feit dat afnemers geen invloed hebben op hoe de warmte wordt geproduceerd (-1,3) en geen invloed op hoe de winsten worden gebruikt (-1,8) - brengt dit de scores in het negatieve domein.

Die resultaten ondersteunen de “unique selling points” van een buurtcoöperatie die we ook al eerder zagen: participatie (individuele invloed) en solidariteit.

De resultaten laten zien dat het voor 050 Buurtwarmte heel belangrijk is om op deze punten goed te presteren: iedereen de kans geven om te participeren in de besluitvorming rondom de warmtebron(nen) en invloed uit te oefenen op hoe de winsten worden gebruikt (zie ook eerdere hoofdstukken en de aanbevelingen op de volgende pagina's).

CONCLUSIES

Een buurtwarmtenet: Een win-win-win optie

Een meest voor de hand liggende en belangrijke conclusie is dat de inwoners van Paddepoel vinden dat het nodig is dat de gaswinning wordt stopgezet en dat gas als verwarmingsbron moet worden vervangen door iets anders. Het klimaat speelt daarin een rol, maar de aardbevingen in de provincie wegen nog zwaarder. En vooral ook: onder geen beding wil men afhankelijk worden van de import van Russisch gas.

Het opzetten van een warmtenet in Paddepoel kan op steun rekenen en nog meer steun is er als dat net in handen komt van de bewoners van Paddepoel. Alle betrokkenen profiteren van die oplossing:

- Bewoners van Paddepoel profiteren omdat de CO2 uitstoot wordt verminderd en ze controle krijgen over de besteding van winsten. Ook zijn er kansen voor het versterken van de sociale cohesie in de buurt.
- De gemeente kan het succes van de pilot borgen door het project financieel te steunen en laat daarmee zien dat ze een burgergedreven transitie steunt. Ook geeft de gemeente daarmee een belangrijke impuls voor de ontwikkeling van vergelijkbare initiatieven op een grotere schaal.
- Zelfs Shell Nederland, die optreedt als katalysator door de ontwikkelingsfase te financieren, heeft de kans om wat vertrouwen terug te winnen.

De resultaten laten ook zien dat transparantie en de mogelijkheid voor bewoners om het project mee vorm te geven essentieel zijn.

Voor de gemeente en Shell Nederland betekent dit dat ze steun moeten geven zonder die te verbinden aan voorwaarden of besluiten die niet zijn besproken met of worden gesteund door burgers.

Overzicht van de belangrijkste resultaten

- Ruim de helft van de respondenten (45 van 86) weet niet of amper wat een warmtenet is. Dit maakt hen kwetsbaar voor vooroordelen (bijv. negatieve berichten in de media)
- De meningen over warmtebronnen zijn verdeeld. Duidelijk favoriet (positief of zeer positief) zijn zon, wind, en – nogal verrassend – restwarmte.
- Toch zijn er bij elke bron ook neutrale of negatieve meningen. De lijst wordt aangevoerd door gasketels, biomassa, geothermie en warmtepompen.
- Empowerment – sociaal of economisch – van de community zorgt voor een significante verbetering van de steun voor het project.
- Ook inclusiviteit (lagere inkomens, iedereen kan lid worden van de coöperatie) is een belangrijke factor.
- Een meerderheid van de respondenten zou zijn energie zelf willen opwekken of (als tweede keus) in de buurt willen opwekken als dit niet duurder of moeilijker zou zijn.
- Geen van de respondenten vindt dat een commerciële aanbieder het best geschikt is als eigenaar van een warmtenetwerk. Die negatieve visie wordt gesteund door de

hoge score op het aspect “onafhankelijk worden van een commerciële aanbieder”.

- Wel zijn er hoge verwachtingen ten aanzien van een professionele aanleg en exploitatie van het warmtenet (betrouwbaarheid). Het gebrek aan ervaring met deze techniek in Nederland heeft duidelijk een negatieve invloed op de perceptie.
- De angst voor het gebrek aan professionaliteit lijkt de belangrijkste factor voor scepsis over een buurtcoöperatie. Als die twijfel wordt weggenomen halen de scenario's voor een buurtwarmtenet hele hoge scores.

Unique Selling Points

De unieke kenmerken van het project zijn:

- Onafhankelijk van commerciële aanbieders,
- Burgerparticipatie,
- Transparantie,
- Sociale cohesie.

Bewoners moeten controle krijgen over de inrichting van het project, de winsten, de warmtebron en het project als geheel.

Van alle technieken bieden warmtenetten perfecte aanknopingspunten voor burgerparticipatie: Warmtenetten zijn netwerken en verbinden mensen dus zelfs op een fysieke manier. Als je van het netwerk een community maakt en niet alleen een warmtevoorziening, als je naar iedereen luistert en iedereen betreft in het project dan is het niet alleen een haalbaar alternatief voor gas maar kan het ook helpen om de lokale democratie en trots te versterken.

AANBEVELINGEN

Iedereen aan boord halen en houden

De response rate was hoog (43%, 86 op 200 huishoudens) en de gemiddelde resultaten laten een duidelijk verhaal zien. Toch is het belangrijk om te signaleren dat voor elke achtergrondvraag en elk scenario geldt dat er ook een paar mensen zijn met hele sterke opvattingen, naast de “neutrale” en “weet-niet” antwoorden. Het onderzoek laat ook zien dat acties die kunnen worden gezien als intransparant, top down of sociaal oneerlijk een risico vormen voor het slagen van het project.

Cruciaal is dat 050 Buurtwarmte erin slaagt iedereen te (blijven) betrekken en regelmatig ontwikkelingen blijft monitoren.

050 Buurtwarmte zou daarom extra aandacht moeten schenken aan de volgende punten:

- Bewoners van Paddepoel moeten aan het roer. Dit betekent dat Paddepoel Energiek gezien moet worden als lead partner binnen het project.
- Probeer de mensen te bereiken die nog niet bereikt zijn: ga ze actief opzoeken. Organiseer bijvoorbeeld kleinere infoavonden of presentaties in andere groepen (bijv. studenten, samen Aziatisch eten, kerkgemeenschap etc.) Zoek in elke groep “ambassadeurs” en gebruik ze (bijvoorbeeld d.m.v interviews, persoonlijke verhalen in nieuwsbrieven van de wijk etc.)

- Maak warmtenetten tastbaar: organiseer excursies naar andere buurtwarmtenetten in buurlanden.
- Betrek de mensen die je steunen bij het project. Mensen die belangstelling hebben getoond moeten de kans krijgen actief deel te nemen in de werkzaamheden, bijvoorbeeld als ambassadeur om de beweging te verbreden.
- Onderzoek hoe positieve factoren kunnen worden versterkt en gecommuniceerd.
- Zorg ervoor dat zonne-energie op het menu staat – of misschien zelfs het hoofdgerecht vormt. Zonne-energie wordt gezien als de technologie van de toekomst. Het viel ons op dat zonne-energie nog niet genoemd wordt als mogelijke warmtebron in de communicatie van 050 Buurtwarmte en adviseren om na te gaan hoe zonne-energie kan worden geïntegreerd in het project.

Zonne-energie opties om te verkennen:

- Zonthermische energie als belangrijkste bron voor het warmtenet
- Zonnepanelen toevoegen als extra bron voor het warmtenet
- Een zonnepark (met crowdfunding?) toevoegen aan de faciliteiten
- Regel collectieve inkoop van zonnepanelen voor dakeigenaren

- Zorg ervoor dat het warmtenet innovatief is en dat er geen verplichting is (maar dat wel stimulansen aanwezig zijn) om aan te sluiten. Gezien de negatieve houding t.a.v. de monopoliepositie van warmteleveranciers: zorg ervoor dat aansluiting vrijwillig is en niet verplicht. Laat zien wat het verschil is tussen een "monopolie" van een buurtcoöperatie en het monopolie van een commercieel bedrijf.
- Zet zo snel mogelijk een coöperatie op voor een soepele overgang van stichting naar coöperatie. Zorg ervoor dat de Stichting zich gedraagt als een coöperatie.
- Communiceer elk stapje – nog voor je het genomen hebt. Zet een communicatie- en actiestrategie op met participatie, onafhankelijkheid en sociale cohesie als kern. Gedraag je proactief t.o.v. media en vergroot je social media community om positieve publiciteit te genereren.
- Wees transparant. Zorg dat alle stukken beschikbaar zijn. Niet alleen op bijeenkomsten maar ook op je website en, op belangrijke momenten, ook door ze huis aan huis te verspreiden.
- Zorg ervoor dat de informatie op de website deelbaar is op social media.
- Zorg er nu al voor dat bewoners betrokken zijn bij elke beslissing en niet alleen worden geïnformeerd als de beslissing al is genomen. Voordat je kiest voor een bepaalde configuratie, zorg ervoor dat alternatieven zijn doorgerekend en dat alle betrokken inwoners er commentaar op hebben

kunnen leveren. Wees transparant over wie op welk moment welke beslissing neemt. Als het gaat om de inkoop van diensten en goederen: zorg ervoor dat je je houdt aan de juiste aanbestedingsprocedures en vraag minstens twee alternatieve offertes aan.

- Aangezien de betrokkenheid van Shell de acceptatie voor het project verkleint is het advies aan Shell om niet op de voorgrond te treden wat betreft het nemen en communiceren van besluiten van de Stichting.
- Rol van de gemeente: de gemeente heeft veel te winnen bij de rol van neutrale ondersteuner/facilitator zonder aandeel in de besluitvorming.
- Rol van de inwoners van Paddepoel: het onderzoek laat zien dat er veel belangstelling is en actieve potentiële betrokkenheid. Het laat ook zien dat de bewoners, hoewel geen professionals, een heel duidelijke mening hebben over wat mogelijk en wat wenselijk is. Maak gebruik van die houding en kennis – het is een waardevolle bron van inspiratie. Geloof in jezelf!
- Benadruk je unique selling points en maak het verschil met WarmteStad. Dat wil niet zeggen dat je niet bepaalde diensten van WarmteStad kan afnemen. Doe dat als hun aanbod concurrerender is dan dat van anderen. Besluitvorming daarover moet volkomen transparant zijn.
- Belangrijke checks: publieke opinie is een grillig iets: Hou de ontwikkelingen goed in de gaten en de thermometer bij de

hand. Snelle (digitale) mini scenario-onderzoeken naar de belangrijkste factoren en/of specifieke onderwerpen zijn aan te bevelen, net als een breder onderzoek over een jaar.

APPENDIX:

Opmerkingen van de interviewers

In de periode van 23 april t/m 12 mei werd in het Buurtwarmte-projectgebied in Paddepoel een onderzoek gedaan onder bewoners in de vorm van een door Communication Works opgezette enquête. Ter ondersteuning van het enquêteproces en om maximale input te krijgen van bewoners werden twee leden van het Buurtwarmteteam ingeschakeld.

Adrie en Kim hebben gedurende 3 weken 16 uur per week bij alle huizen in de 9 stempels van Noord Paddepoel aangebeld om de enquêtes af te nemen

- Er waren 86 respondenten; de meesten vulden de enquête in n.a.v. een bezoek van de enquêteurs, enkelen vulden de enquête online in.
- 114 mensen waar werd aangebeld hadden geen interesse, geen zin of geen tijd. De lengte van de enquête was één reden, sommigen hadden geen tijd of zin om zo lang vragen te beantwoorden. De tweede reden was dat huurders en studenten een minder betrokken gevoel hebben bij het project. Sommigen gaven aan dat zij niet willen (of kunnen investeren), niet weten hoe lang ze nog in het huis wonen. Enkelen waren wel enthousiast, alleen wisten niet hoe ze zouden kunnen participeren.

- Van de flats aan de westzijde van de Plutolaan was niemand geïnteresseerd. Wat opvallend was dat niemand iets had gehoord of gelezen over Buurtwarmte.

De volgende zijn Adrie's en Kim's indrukken uit het proces, die in grote mate ook terug te vinden zijn in de onderzoeksresultaten:

- veel oude mensen hadden op zich wel interesse, maar terughoudend ivm terugverdiendtijd. Meerdere ouderen gaven aan dat ze niet weten hoelang ze nog te leven hebben, of zelfstandig in hun huidige huis kunnen wonen. Daardoor willen ze eigenlijk geen grote investeringen meer doen in het huis. Daarnaast zagen ze op tegen het ongemak van werkzaamheden in hun huis en tuin gezien hun leeftijd.
- Juist de jongere gezinnen waren regelmatig zeer enthousiast, echter gaven aan het geld voor een investering niet te hebben in de komende jaren.
- Meerdere mensen gaven ook aan dat ze net een nieuwe cv ketel hebben gekocht, en dat ze daarom ook terughoudend waren om weer nieuwe apparatuur op korte termijn te moeten installeren.
- De mensen die lid waren van de Vereniging Huiseigenaren Bouwfondswoningen Paddepoel-Noord (160 leden) wisten van het buurtonderzoek vanuit de vergadering VvH bouwfondswoningen
- Er kwamen veel vragen of bewoners verplicht mee moeten doen, of dat het een keuze is.
- Mensen zijn niet echt bekend met het fenomeen buurtcoöperatie. Sommigen vinden het niet aangenaam dat ze hun burens helemaal niet kennen, of dat ze het idee

hebben dat ze zelf heel actief moeten zijn en daar helemaal geen behoefte aan hebben.

- Over het algemeen was vooral de mening dat bewoners niet willen dat ongekwalificeerde mensen de coöperatie beheren, maar dat er sprake is van een zekere mate van professionaliteit. Het is nu nog niet duidelijk hoe dat vorm wordt gegeven.
- Verwarring over alle verschillende betrokken partijen: veel bewoners wisten het verschil niet tussen WarmteStad en Buurtwarmte, dachten dat alleen Paddepoel Energiek betrokken is, of weten helemaal niks over een potentieel warmtenet.
- Sommige mensen waren verward over de vraagstelling (in de vorm van scenario's)
- Niet iedereen krijgt de wijkkrant Nummer 1 in de bus

Concluderend: de enquêteurs werden op veel plekken zeer gastvrij ontvangen, met koffie en warme sokken. Vrijwel alle respondenten namen echt de tijd om de enquête goed in te vullen en ook nog even na te praten. Echt heel negatieve reacties waren zelden, over het algemeen was men wel nieuwsgierig. Wel was er ook sprake van enige afwachtendheid en twijfel of een dergelijk project wel zou kunnen lukken. Ook is er een duidelijk verschil tussen studenten, huurders en (oudere en jonge) eigenaar-bewoners.

De indruk van de enquêteurs was, dat als het zou lukken om de belangrijke barrières weg te nemen, de grote meerderheid van de respondenten wel voor het project zou kiezen.

Nuttige links

- Country Profile District Energy in the Netherlands
<https://www.euroheat.org/knowledge-hub/district-energy-netherlands/>
- Interview with Els Struiving, 050 Buurtwarmte
www.communicationworks.eu
- Winning Hearts & Minds – Scenario-driven stakeholder analysis on how to make District Heating successful in the UK
https://communicationworks.eu/eng/wp-content/uploads/sites/2/2017/08/UK_District_Heating_Communication_Works_2017-1.pdf
- Removing the Ear Wax
<https://communicationworks.eu/eng/removing-the-ear-wax-district-energy/>
- Crowdfunding for District Heating and Cooling
<https://communicationworks.eu/eng/crowdfunding-for-dhc/>
- A hot topic
https://communicationworks.eu/eng/a_hot_topic/

Communication Works – Banek, Froning, Reise GmbH

Als senior experts voor strategische communicatie helpen we organisaties en projecten op energiegebied in heel Europa, om het vertrouwen van hun klanten te winnen en legitimiteit te verwerven met behulp van authentieke en relevante communicatie.

Wij ontwikkelen digitale en analoge communicatiekanalen, formats en content, met de nadruk op burgerparticipatie.



050 Buurtwarmte

Buurtwarmte Paddepoel is een initiatief van Paddepoel Energiek en Grunneger Power, met als doel het oprichten van een buurtwarmtenet. Formeel gezien voert Buurtwarmte Paddepoel de activiteiten van de onafhankelijke stichting 050 Buurtwarmte uit.

De kennis die wordt opgedaan binnen Buurtwarmte Paddepoel wordt via de stichting 050 Buurtwarmte ook toegepast in andere wijken van de stad Groningen.



© Copyright

Communication Works – Banek Froning Reise GmbH

Jarrestraße 70c

22303 Hamburg www.communicationworks.eu info@communicationworks.eu

Managing Partners:

Ivo Banek, Sabine Froning, Niels Reise

Contact: +49 15208727000 (DE) or +46 761347179 (SE)

Vertaald van het Engels naar het Nederlands door Els Struiving.