

DE MIDDENGROEPEN BETREKKEN

Resultaten leerprogramma Duurzaam Door, Participatietafel Energie
Buurtwarmte | Energie Samen | Buurkracht



ENERGIE
SAMEN



buur
kracht.

Samenvatting 3

Inleiding 6

Tot slot 37

Bijlagen 38

Bijlage 1: Overzicht sociaal proces met principes, rollen en parels 38

Bijlage 2: Ontwerpcriteria voor een businesscase 40

Literatuur 42

Colofon 43

1. Principes voor een goed sociaal proces 11

Houvast aan principes bij een verscheidenheid aan methodes 12

Principes voor een goed sociaal proces 14

2. Wie zijn de middengroepen? 14

Versillende betekenissen van de middengroepen 14

Middengroepen als segment in innovatiecurve 17

3. De kwaliteiten van middengroepen productief maken 19

Principes voor de middengroepen 20

Ruimte maken voor de middengroepen 20

Bekrachtig middengroepen in de rollen die ze nemen 21

4. Het sociale proces inclusief middengroepen en parels 24

Fase 1 Initiatie 24

Stap 1 Voorbereiding 24

Methodes om middengroepen te betrekken in stap 25

Stap 2 Coalitie 25

Methodes om middengroepen te betrekken in stap 2 26

Stap 3 Definitie 26

Methodes om middengroepen te betrekken in stap 3 27

Fase 2 Ontwikkeling 29

Stap 4 Ontwerp 29

Methodes om middengroepen te betrekken in stap 4 29

5. Wat vraagt dit van de overheid en initiatiefnemers? 33

Wat vraagt dit van de overheid? 33

Wat vraagt dit van initiatiefnemers en koplopers? 35

De beweging van onderop weet de middengroepen te betrekken

De energiecoöperaties en -initiatieven ontwikkelen zich als de nieuwe commons waar gebruikers samen het lokaal eigendom van energie regelen. Commons zijn de organisaties waar bewoners of gebruikers zelf gedeelde hulpbronnen, waarden of bronnen van kennis en informatie bezitten en beheren. De nieuwe commons zijn een andere organisatievorm naast marktpartijen en overheden. De ontwikkeling van deze energie-initiatieven laat zien dat bewoners zelf hun energie willen en kunnen organiseren. De beweging van onderop is daarbij actief bezig om de middengroepen te betrekken bij aardgasvrije wijken en dorpen. Deze initiatieven slagen er goed in om de grote stap van koplopers naar middengroepen te maken.

Duurzaam Door brengt partijen bij elkaar om van elkaar te leren over de klimaattransitie en een duurzame economie. De Participatie-tafel Energie van Duurzaam Door is met Buurtwarmte | Energie Samen en Buurkracht een leerprogramma gestart over de vraag hoe de beweging van onderop middengroepen weet te betrekken bij de warmtetransitie voor aardgasvrije wijken en dorpen. In dit leerprogramma bleek dat de energie-initiatieven er goed in slagen om de middengroepen

te betrekken. Het grote maatschappelijke vraagstuk hoe de middengroepen bij de energietransitie te betrekken, blijkt in de praktijk van aardgasvrije wijken en dorpen al vorm te krijgen.

Dankzij het bekrachtigen van middengroepen in hun rollen, lukt het de beweging van onderop om de grote stap te maken van koplopers naar middengroepen. De initiatiefnemers in een buurt beschouwen middengroepen niet als consument maar als onderdeel van de gemeenschap en gaan relaties met ze aan. Het buurtteam van initiatiefnemers komt uit het dorp / de wijk, kent de buurt en zorgt voor het broodnodige vertrouwen in het initiatief. Samen met andere koplopers, middengroepen en achterblijvers willen de initiatiefnemers zoveel mogelijk zeggenschap over de verduurzaming van de buurt. Het betrekken van middengroepen lukt als aan een aantal voorwaarden wordt voldaan: borging van de nieuwe commons door de overheid en zelfkennis van de initiatiefnemende koplopers.

Waardering voor acceptatiecurve van innovaties

Om te begrijpen wie de middengroepen zijn, zijn de initiatiefnemers de welbekende acceptatiecurve van technologische innovaties opnieuw gaan waarderen. In dat model zijn er

koplopers, middengroepen en laatbloeiers. Dit model helpt omdat het beschrijvend model is. Bovendien herinnert het eraan dat de koplopers eerst komen en het zinloos is om bij innovaties bij de middengroepen te willen beginnen. Ook geeft het aanvaarding dat het betrekken van middengroepen tijd kost. Eerst komen de koplopers. Tenslotte leert het model dat de stap van koplopers naar middengroepen aandacht vraagt.

Voorbij een klassiek marktmodel naar een gemeenschap met zoveel mogelijk zeggenschap

De initiatiefnemers, koplopers in de beweging van onderop, hebben zeven rollen ontdekt die middengroepen aan nemen en op basis waarvan initiatiefnemers relaties aangaan en versterken. Deze rollen en relaties zijn van een andere orde dan de rol van consument. De beweging van onderop is niet bezig om duurzame warmte als massaproduct te verkopen. Het buurtteam ziet middengroepers als mensen die onderdeel zijn van sociale structuren en gemeenschappen en met wie ze contact maken en een relatie aangaan. Middengroepen zijn onderdeel van de nieuwe commons. Samen met de middengroepen en achterblijvers willen de initiatiefnemers zoveel mogelijk zeggenschap over de verduurzaming van de buurt.

Zeven rollen voor middengroepen

Luisteraar: De 'luisteraar' luistert naar de verhalen die initiatiefnemers vertellen en leest wat initiatiefnemers schrijven. De luisteraar communiceert zelf niet en is terughoudend in met het trekken van conclusies, maar is wel betrokken.

Lid van de gemeenschap: Het 'lid van de gemeenschap' heeft een gevoel voor het grotere geheel en vraagt zich af of het proces bijdraagt aan gemeenschappelijk doelen. Het groepsgevoel helpt middengroepen om aan te haken.

Dwarsdenker: De 'dwarsdenker' denkt dat het onverstandig is om in het buurtproces alleen de energietransitie mee te nemen. De dwarsdenker wil verbindingen maken met andere thema's die in de wijk spelen zoals veiligheid of vergroening. Dwarsdenkers geven koppelkansen.

Kritische meedenker: De 'kritische meedenkers' fungeren als klankbord. Ze hebben vragen, zorgen, wensen. En die laten ze duidelijk weten. Luister goed en verwerk die zorgen en gedachten in de uitwerking van plannen.

Comfortzoeker: De 'comfortzoeker' stelt vragen over alle mogelijk risico's die het buurtproces met zich meebrengt. Breng de risico's in kaart en weet ze weg te strepen. Als coöperatie betekent ontzorgen: "Heeft u zorgen, dan gaan we ze samen oplossen."

Mandaatgever: De 'mandaatgever' wil iets te kiezen hebben. Bijvoorbeeld over de voortgang van het proces zelf of over de inhoudelijke keuzes die in het buurtproces worden voorgesteld. Met het mandaat geven de middengroepen aan dat ook hun belang wordt gediend, omdat hun zorgen geadresseerd zijn.

Doener: De 'doener' is een buurtbewoner met een talent die niet inhoudelijk wordt aangesproken maar gevraagd wordt te helpen in de praktische uitvoering. Mensen worden trots als ze zelf iets kunnen doen.



Een goed sociaal proces met parels aan methoden die middengroepen in hun rol bekrachtigen

De buurtinitiatieven in de warmtetransitie richten een goed sociaal proces in waarin ze werken met een scala aan beproefde en goed werkende methodes. Deze parels aan methodes kunnen gebruikt en aangepast worden of inspiratie bieden. Ze zijn gebaseerd op de principes van een goed sociaal proces en bekrachtigen de middengroepen in hun verschillende rollen.

Het betrekken van middengroepen vraagt borging van de nieuwe commons door de overheid

De energiecoöperaties en -initiatieven ontwikkelen zich als de nieuwe commons waar gebruikers samen bezit en beheer van energie regelen. De nieuwe commons zijn een andere organisatievorm naast marktpartijen en overheden. De econoom en nobelprijswinnaar Elenor Ostrom heeft in de jaren '60 van de vorige eeuw laten zien onder welke voorwaarden de commons goed werken. De erkenning van overheden dat de commons een eigen organisatievorm zijn, is één van die noodzakelijke voorwaarden. De beweging van onderop onderscheidt vier dimensies

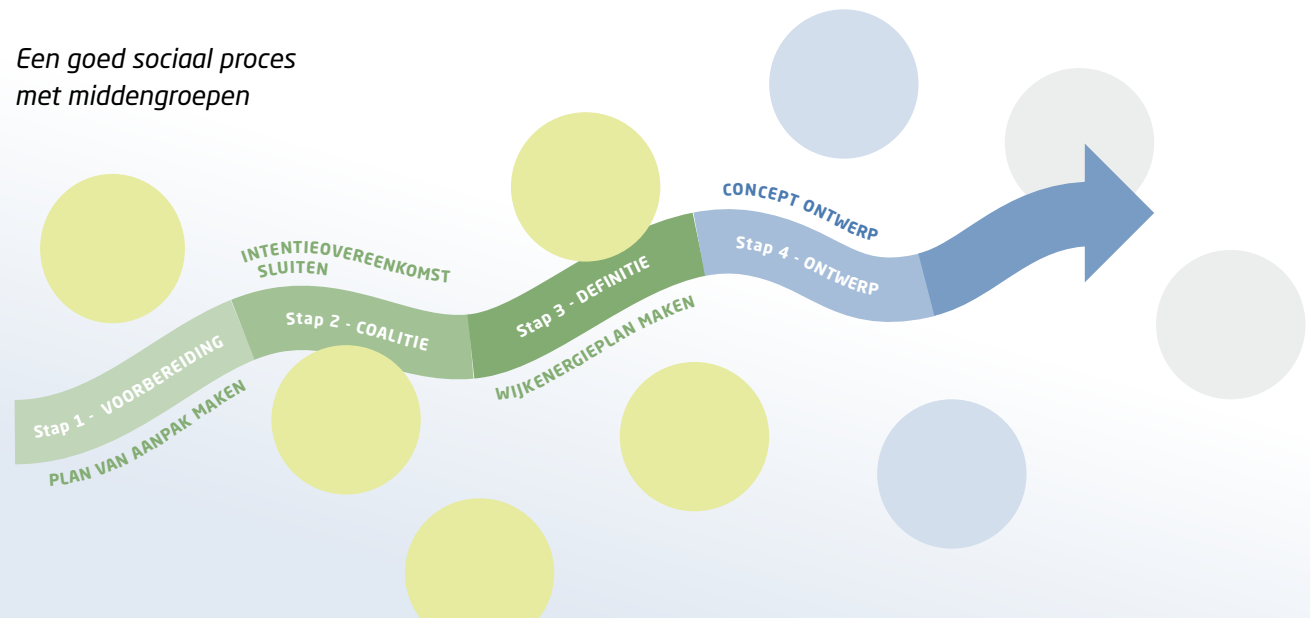
voor de verschillende overheden om deze ontwikkeling van de nieuwe commons, de energie-initiatieven, te borgen.

- I. **Morele dimensie:**
erken de waarde van de nieuwe commons
- II. **Financiële dimensie:**
erken de nieuwe commons als 'zakelijke' partner
- III. **Bestuurlijke dimensie:**
creëer een speelveld voor ontwikkeling van de nieuwe commons
- IV. **Politieke dimensie:**
stel heldere kaders

Het betrekken van de middengroepen vraagt zelfkennis en deskundigheid van het buurtteam

Tenslotte vraagt het betrekken van de middengroepen aan de initiatiefnemers om deskundig te zijn in sociale processen en transitie. Ze moeten de grote stap tussen koplopers en middengroepen kunnen nemen, en daarbij reëel zijn in hoeveel tijd en moeite dat kost. Zelfreflectie en onthechten helpen om met enige lichtvoetigheid met het gebruikelijke gedoe van sociale processen om te gaan.

Een goed sociaal proces met middengroepen



In de herfst van 2018 lieten de gele hesjes van zich horen. In Frankrijk was de stijging van de brandstofprijzen aanleiding tot felle protesten en gewelddadige confrontaties met de politie. In Nederland liepen de gele hesjes vreedzaam en zingend over de Erasmusbrug in Rotterdam. Toch was de impact van deze kleine groep in Nederland groot. Klimaatmaatregelen waren een politiek thema geworden. Een bredere of andere groep mensen dan de bekende voorvechters van duurzaamheid en de bekende klimaatontkenners liet van zich horen. Voor de politieke partijen in de Tweede Kamer was dit een aanleiding om op te roepen de middengroepen bij de klimaattransitie te betrekken.

In deze periode startte de Participatietafel Energie van Duurzaam Door. Duurzaam Door brengt partijen bij elkaar om samen te werken en van elkaar te leren. De aandacht ligt bij de klimaattransitie en een duurzame economie. Het programmabureau van Duurzaam Door is ondergebracht bij RVO (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland). Deze Participatietafel Energie draagt bij aan de uitvoering van het Klimaatakkoord. Groot vraagstuk daarbij is 'participatie'. Hoe zorg je voor een democratisch besluitvormingsproces

rond de invulling van de energie en klimaatambities op regio-, gemeente- en wijkniveau? Hoe neem je burgers mee?

Bij de eerste bijeenkomst van de Participatietafel Energie gaven deze vragen meteen verdiepende gesprekken en heftige discussies. De klimaattransitie komt in een versnelling. Op korte termijn worden besluiten genomen over warmtebronnen en wijknaanpak. De consequenties voor burgers zijn groot. Bijna alle huizen moeten aangepast worden. Met het besluit om aardgasvrij te gaan verwarmen, vraagt de overheid aan eigenaars-bewoners om zelf in hun woning en woongedrag te investeren.

Als deze processen geen goede burgerparticipatie hebben, zal kennis en ervaring uit de samenleving niet benut worden en is de kans aanwezig dat het wantrouwen richting de overheid verder groeit. En dat terwijl de klimaatopgave urgent is en medewerking van deze burgers nodig is.

Bij de besluitvormingsprocessen in de klimaattransitie zijn over het algemeen weinig bewoners betrokken. En als ze meedoen, zijn het meestal de koplopers, de mensen met een intrinsieke motivatie om zich in te zetten voor duurzaamheid, en de tegenstanders. Het is dan

ook van groot belang dat de betrokkenheid van burgers in de klimaattransitie zich verbreedt tot de middengroepen. Het was duidelijk dat er een nieuwe stap gezet diende te worden.

Hoe betrekken we de middengroepen?

Buurtwarmte, onderdeel van Energie Samen, en Buurkracht hebben een leerprogramma geformuleerd om te verkennen hoe de beweging van onderop en de koplopers in de transitie naar aardgasvrije wijken de middengroepen betrekken. Buurtwarmte is een nieuwe dienst van Energie Samen, de landelijke koepel van energiecoöperaties. Coöperaties en initiatieven in de warmtetransitie ondersteunt Buurtwarmte met een buurtaanpak voor bewonersparticipatie, projectontwikkeling, bouw en realisatie van een duurzame warmtebron en duurzame woningen. Buurkracht is ontstaan uit netwerkbedrijf Enexis en ondersteunt bewonersinitiatieven met energiebesparing en een wijkproces voor aardgasvrije wijken. Buurtwarmte | Energie Samen en Buurkracht zijn onderdeel van de participatiecoalitie, een samenwerking van vijf maatschappelijke organisaties van, voor en door burgers. Deze organisaties hebben geen winstoogmerk, wél oog voor natuur, mens en omgeving. Het gaat om Energie Samen, Buurkracht, de NMF's, LSA en HIER.

De betrokkenheid van middengroepen zal de kwaliteit van de democratische besluitvorming verbeteren, omdat geluiden uit de samenleving en daarmee heikele kwesties in een vroeg stadium aanwezig zijn en dilemma's over zeggenschap gezamenlijk uitgewerkt kunnen worden. Het zal helpen om het eigenaarschap te versterken bij deze groepen zodat ze daadwerkelijk met hun huis aan de slag willen gaan. Het zal de kwaliteit van de wijkprocessen verhogen en het draagvlak voor de klimaattransitie versterken.

Praktijkleren in de beweging van onderop

Dit leerprogramma werkt vanuit het perspectief van de buurtaanpak van onderop, de energieke samenleving. Bewonersinitiatieven, energiecoöperaties en Buurkracht zijn concreet aan de slag in de wijken en dorpen om bewoners te helpen om hun woning en buurt te verduurzamen. Zij werken in opdracht van de bewoners zelf. In hun werk is de noodzaak van de betrokkenheid van middengroepen tastbaar aanwezig. In de warmtetransitie moet de buurt grotendeels meedoen, anders gaat het niet lukken. De initiatiefnemers in de warmtetransitie zijn ervaring aan het opdoen over het verbreden van de participatie. Hier gaat de participatie zowel

over de deelname aan het ontwikkelen van een buurtenergieplan, het democratisch besluitvormingsproces, mede-eigendom van een collectieve warmtebron als investeringen in het eigen huis.

De professionals die in deze koplopersbuurten aan de slag zijn, in opdracht van de buurt, een energiecoöperatie of Buurkracht, hebben hun sporen verdiend met communitybuilding, proces- of projectmanagement. Ze zijn opgeleid in een diversiteit aan methoden, aanpakken, vakgebieden. En ze zijn razendsnel aan het leren wat de warmtetransitie nodig heeft. We hebben er daarom voor gekozen om uit de praktijk te leren. Deze praktijk is door de professionaliteit van de buurtbegeleiders theoretisch en methodisch rijk, en door het pionieren in de warmtetransitie vernieuwend en praktisch. De urgentie van het vraagstuk, de klimaatcrisis en een grote bewonersbetrokkenheid, maakt dat mensen inventief en doelgericht worden. Juist deze praktijk van het pionieren wilden we ontsluiten en verrijken.

Wel hebben we als wens om de theoretische kaders waarbinnen we werken expliciet te maken en onze uitkomsten nog verder te valideren door ze tegen goede sociale

theoretische inzichten en ander onderzoek aan te leggen. Dat zal een vervolgstap worden in de kennisontwikkeling van de beweging van onderop.

Deelnemers aan het leerprogramma

- Culemborg, Voorkoop en Thermo Bello;
- Wageningen, Benedenbuurt Coöperatie Warmtenet Oost Wageningen;
- Zwolle, 50 tinten groen Assendorp en Blauwvinger Energie;
- Heeg, Warm Heeg;
- Den Haag, Warm in de Wijk / Coöperatie Duurzame Vruchtenbuurt;
- Groningen, Grunneger Power, Paddepoel Energiek en 050Buurtwarmte;
- Apeldoorn, deA;
- Utrecht, Energie-U;
- Amsterdam, Living Lab Buiksloterham;
- Energiewerkplaats Fryslân;
- GREK, Groningse Energiekoepel;
- Eindhoven, 't Ven, (een buurt waar Buurkracht bewoners begeleidt);
- Hoom;
- Buurkracht.

Verder schoven leden van het kernteam van de Participatietafel Energie aan. Het Klimaatavontuur zorgde voor de begeleiding.

In dit leerprogramma waren de deelnemers een zwerm. In het proces haakten mensen aan en af. Er was een vaste kern van zeven mensen die er elke keer waren, en een groep mensen die één of meerdere keren hebben meegedaan. Deze combinatie van vast en divers gaf dynamiek, verdieping en verbreding in het ontwikkelproces. Een vaste kern is nodig, zodat nieuwe mensen makkelijk in kunnen voegen. De nieuwe mensen gaven extra inzichten en dimensies. Ook buurtprocessen werken van op die manier. Daar is ook een vaste kern nodig voor de continuïteit, en tegelijk haken bewoners aan en weer af, zodat er een brede beweging ontstaat.

De tijd die we samen hadden was altijd te kort. Er ontstonden gedreven, zoekende, open, eerlijke en waarderende gesprekken die nooit klaar waren. We hebben de inhoud van de gesprekken beperkt tot het sociale proces met daarin de focus op het betrekken van de middengroepen.

Opbouw leerprogramma aan de hand van buurtproces

Buurtwarmte | Energie Samen hanteert een buurtproces waarin bewoners vanuit het eerste initiatief zelf een buurtenergieplan en een warmtebron kunnen ontwikkelen. Buurkracht ondersteunt bewoners om een wijkplan te maken over hoe de buurt aardgasvrij te maken,

waarbij ook gekeken wordt naar mogelijke koppelkansen in de buurt om de aardgasvrij transitie te versnellen. De stappen komen grotendeels overeen en bij beide aanpakken zijn bewoners en gemeente de centrale spelers. Voor het gemak is het buurtproces van Buurtwarmte gebruikt als ordening en houvast voor het leerprogramma.

Buurtwarmte buurtproces

INITIATIE	ONTWIKKELING	BOUW	EXPLOITATIE
1 Voorbereiding <i>Plan van Aanpak</i>	4 Ontwerp <i>Conceptontwerp</i>	7 Contractering <i>Opdracht</i>	10 Onderhoud <i>Meerjaren Onderhoudsplan</i>
2 Coalitievorming <i>Intentie-overeenkomst</i>	5 Uitwerking <i>Uitvoeringsplan</i>	8 Uitvoering <i>Opgeleverd 'vastgoed'</i>	11 Optimalisatie <i>Verbeterplan op basis van data-analyse</i>
3 Definitie <i>Buurtenergieplan</i>	6 Aanbesteding <i>Aanbestedingsdocument</i>	9 Nazorg <i>Goed functionerend 'vastgoed'</i>	12 Vervanging <i>Vervangingsplan</i>

Buurkracht buurtproces



- Gemeente leidt of kiest partners
- Buurkracht organisatie levert / leidt
We werken hierin samen met HIER, Energieloketten, Energiecoöperaties en NMF's.

In het leerprogramma zijn de eerste vier stappen uit het Buurtwarmte buurtproces gevolgd. De drie stappen uit de initiatiefase en de eerste stap van de ontwikkelfase zodat het niet enkel over plannen maken ging, maar ook met de

uitvoering. Tijdens een bijeenkomst van de Participatietafel Energie hebben we de tussenresultaten kunnen presenteren en was er ruimte om verder te creëren. Dat heeft ons geholpen om de aandacht voor een goed

sociaal te integreren in de resultaten. Als slot is aan een overzicht gewerkt met het verkennen van concepten voor tooling en tenslotte heeft een klankbordgroep de resultaten getoetst en verdiept.

Opbouw verslag

Dit verslag volgt de werkwijze van het leerprogramma. Het begint in hoofdstuk 1 met de werkzame principes voor een goed sociaal proces om middengroepen te betrekken. In hoofdstuk 2 geven we een overzicht van mogelijke antwoorden op de vraag wie de middengroepen zijn, met de keuze voor het gebruik van de innovatiecurve. In hoofdstuk 3 gaat het over de vraag hoe we de middengroepen betrekken met de zeven rollen die ze aannemen in een goed sociaal proces. Hoofdstuk 4 biedt een overzicht van een goed sociaal proces met een scala aan parels van beproefde methoden om middengroepen te betrekken. Dit sociale proces is opgebouwd volgens de stappen van het Buurtwarmte buurtproces. Wat er nodig is van overheden en initiatiefnemende koplopers om een goed sociaalproces vorm te geven is beschreven in hoofdstuk 5.

In de bijlagen staat een beknopte literatuurlijst en een totaal overzicht van besproken, gebruikte en beproefde methoden om middengroepen te betrekken: met hun plek in het buurtproces, de principes waarop ze gebaseerd zijn en de rollen van de middengroepen die ze bekrachtigen.





1. Principes voor een goed sociaal proces

Het doel van het leerprogramma was om methodes en principes te ontdekken en (door) te ontwikkelen om de middengroepen beter te betrekken. Binnen de buurtaanpak zijn we bezig om gemeenschappen te versterken zodat mensen goede bijdragen kunnen leveren aan het buurtenergieplan en gezamenlijk eigenaar kunnen worden met zeggenschap over de duurzame warmtebron(nen). Om grip te krijgen op het betrekken van middengroepen, hebben we eerst de sociale processen in brede zin besproken en vervolgens een aantal methodes om de middengroepen te betrekken. Het bleek dat er een grote verscheidenheid aan methodes is die we gebruiken, maar dat er terugkerende principes zijn voor een goed sociaal proces.

HOUVAST AAN PRINCIPES BIJ EEN VERScheidenHEID AAN METHODES

Initiatieven en coöperaties ontwikkelen graag hun eigen methodes. Sommige initiatieven hebben geprobeerd bestaande methoden opnieuw te gebruiken, maar de bewoners wilden toch zelf hun proces vormgeven. Het geeft plezier en verbinding om dat te doen en maakt dat het eigenaarschap in een buurt groeit. 'Not invented here' is een belangrijke waarschuwing mocht je denken dat je beproefde methodes kunt uitrollen en opschalen. Binnen gemeenschapsvorming is het maken van de methode onderdeel van het sociale proces. Al snel hebben we het idee dat er een beste methode zou kunnen zijn, opgegeven. Wij hebben geaccepteerd dat elke buurt zijn eigen methodes kan gaan ontwikkelen.

Wel hebben we de methodes die er nu gebruikt worden in de beweging van onderop doorgeakkerd om te leren hoe ze werken en of ze helpen om de middengroepen te betrekken. Deze beproefde methoden beschouwen we als half-fabrikaten en inspiratiebronnen die andere initiatieven naar eigen inzicht aan kunnen passen en lokaal kunnen maken. Dat zijn de parels voor een goed sociaal proces met de middengroepen, zoals uitgewerkt in hoofdstuk 4.

Bij het maken, aanpassen en gebruiken van methoden is het vruchtbaar om ze te voeden en toetsen aan principes voor een goed sociaal proces. De principes bieden houvast om eigen methodes te maken of aan te passen. We hebben vier principes ontdekt die we in de praktijk gebruiken. Deze principes zijn onderdeel van een theoretische raamwerk waar binnen we werken. Dat willen we als vervolgstap in de kennisontwikkeling van de beweging van onderop expliciet gaan maken.

PRINCIPES VOOR EEN GOED SOCIAAL PROCES

Waardeer wat er is

- Luisteren: hoor en waardeer wat anderen te zeggen hebben
- Sluit aan bij wat er leeft, waar mensen warm van worden of last van hebben in hun wijk/dorp.
- Sluit aan bij de talenten van mensen.
- Sluit aan bij de sociale structuren, zoals een verzamelplek, informele leiders, ontmoetingsmomenten, de verschillende soorten groepen in een buurt.
- Maak gebruik van de kennis die er is: deskundigheid en de kennis van de lokale situatie.

Zorg voor inclusiviteit en diversiteit

- Zorg voor diversiteit en representatie in je kernteam, of ga dat organiseren in je proces.
- Stel geregeld de vraag: Zitten alle betrokkenen aan tafel?
- Tegengeluiden en weerstand horen er bij.

Vergroenen en auto's zorgen voor dynamiek

Assendorp is een oude, karakteristieke volksbuurt in Zwolle met smalle straatjes en een hoge woningdichtheid. Er is niet genoeg plek voor de auto's. Zomers is er hittestress en loopt door de verstening de temperatuur hoog op. Vergroenen en de angst om de auto niet langer te kunnen parkeren zijn twee belangrijke motieven voor mensen om mee te doen. Het project is daarom gegroeid tot integrale gebiedsontwikkeling rond verduurzaming huizen en mobiliteit, groen en water.

De kennis woont in de buurt

In de Vruchtenbuurt in Den Haag woonde iemand die vanuit zijn werk bezig was met energietransitie en duurzame warmte. Hij wilde dat ook graag in zijn woonomgeving inzetten, en klopte daarvoor aan bij het Wijkberaad. Van daaruit is het bewonersinitiatief ontstaan.

Een divers buurtteam met een verbinder, ondernemer en techneut

Jaap, een enthousiaste man met veel technische kennis, wilde wel een buurtinitiatief starten om energie te besparen en zonnepanelen te leggen. Het was één van de eerste acties die Buurkracht ondersteunde. Hij ging bij de burens van deur tot deur langs en vertelde levendig over het verschil tussen polykristallijne en monokristallijne zonnepanelen. Al snel merkte hij dat mensen niet zo enthousiast reageerden. Hij is nu gaan denken wat hij eigenlijk aan de burens wilde vragen en veranderde zijn pitch. Zijn vraag werd wie hem wilde helpen met een burenactie. Zijn technische kennis kwam later in het project wel goed van pas. Buurkracht heeft hiervan geleerd dat een goed buurtteam of een werkgroep uit verschillende soorten mensen bestaat: een verbinder, een ondernemer en een techneut.

Luisteren naar zorgen van mensen

Bij een bewonersavond in Culemborg kwam er een spervuur van kritische en bezorgde vragen over het plan voor de aardgasvrije wijk. De projectleider heeft geluisterd en de mensen aangemoedigd al hun zorgen te laten horen. Dat werkte goed. De bewoners voelden zich serieus genomen en het projectteam had goede vragen waarmee ze aan de slag konden.



Maak ruimte voor menselijkheid

- De hele mens doet mee. We zijn bezig om nieuwe gemeenschappen te laten groeien. Nodig mensen uit om meer te zijn dan hun professionele of taakgerichte rol.
- Ieder mens is van waarde en heeft waarde voor het proces.
- De energietransitie grijpt in op het thuisgevoel van mensen. Dat geeft terechte emotionele reacties.
- Zoek de mensen persoonlijk op.
- Buren en bekenden zorgen voor de verbreding



Voer een inhoudelijk gesprek

- Bepaal met elkaar een concreet doel.
- Bespreek belangen en wat echt belangrijk is.
- Vraag naar verhalen.
- Vraag naar zorgen, wensen en dromen.
(ga niet op zoek naar meningen of standpunten)

Ga koken met mensen

Bij een project waar Hoom bij betrokken was, kwamen steeds dezelfde soort mensen op de bijeenkomsten over verduurzaming van de huizen en aanleggen eigen warmtebron: witte mannen met een technische interesse. Tot ze een avond over elektrisch koken organiseerden. Opeens deden vrouwen en mensen van verschillende etniciteiten mee.

De burens zorgen voor verbinding

Op de bewonersavond over het plan voor het eigen warmtenet in Wageningen waren er ongeveer 90 mensen. In totaal heeft de wijk 450 huizen. De werkgroep wilde van de bewoners een handtekening dat ze in principe mee willen doen en warmte af willen nemen. Deze 90 mensen waren niet genoeg om te weten of er in de wijk echt voldoende draagvlak was. De werkgroep heeft aan de aanwezigen gevraagd of zij bij hun burens de handtekening op wilde halen. Zo is het gelukt om uiteindelijk 250 handtekeningen te verzamelen.

Hittegolf laat belang isolatie voelen

In Utrecht merken ze dat het helpt om de pijn van de klimaatcrisis te voelen. In de afgelopen twee zomers met hittegolven konden mensen de hitte niet buiten houden, niet slapen en minder functioneren. Goede isolatie werd opeens een noodzakelijke levensbehoefte. Bovendien worden mensen jaloers op de burens met zonnepanelen.

Wees eerlijk en transparant over kosten

Het is van belang in het toekomstplaatje concreet en eerlijk te zijn. De kosten voor de alternatieve warmte zijn een terugkerende zorg van mensen. In Paddepoel, Groningen, relateren ze de financiën aan de toekomstige veranderingen en niet aan de huidige status quo. Ze zijn daarin 100% transparant.

Voer een open gesprek over zorgen

In 't Ven, een van de buurten in Eindhoven waar Buurkracht bewoners begeleid naar een buurtplan, maakten de bewoners zich zorgen over stijgende prijzen voor warmte. De buurtgeleider overweegt een over de streepsessie te doen over de betaalbaarheid van toekomstige warmte. Dat zou helpen om open te praten over deze zorgen en bewoners mee te nemen in mogelijke prijsontwikkelingen.



2. Wie zijn de middengroepen?

Zodra we de context van onze projecten en de principes voor een goed sociaal proces helder hadden, hebben we ons de vraag gesteld wie de middengroepen nu eigenlijk zijn. In ons werk konden we vier verschillende definities of betekenissen van middengroepen onderscheiden.

1. Innovatie curve met de acceptatie technologische innovaties: vroege en late meerderheid
2. Leefstijlen
3. Middengroepen als het demografische gemiddelde: het midden of een mythe?
4. Groepen die niet vertegenwoordigt zijn bij de koplopers: zoals vrouwen, jongeren, voetbalfans, andere etniciteiten dan de Nederlandse.

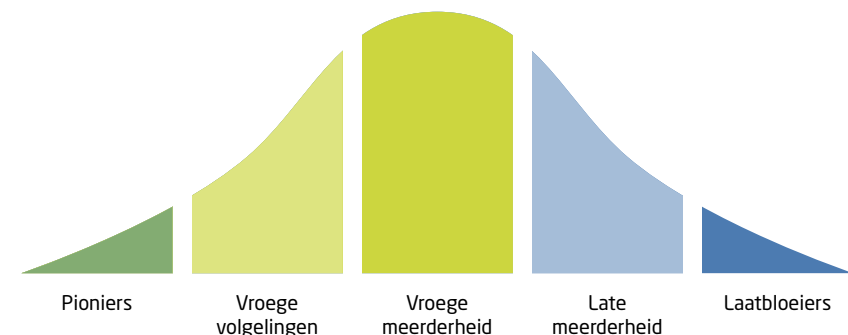
Al deze onderverdelingen zijn van waarde. Nadat we de verschillende benaderingen vergeleken hebben, hebben we gekozen om bij de middengroepen te werken met het model van de innovatiecurve. Aan het eind van dit hoofdstuk leggen we uit hoe we dat doen.

VERSCHILLENDE BETEKENISSEN VAN DE MIDDENGROEPEN

1. Innovatie curve met acceptatie technologische innovaties

De term middengroepen komt uit het bekende schema van de verspreiding en acceptatie van technologische innovaties van Everett Rogers. Het is een sociologisch model. De koplopers pakken een innovatie als eerste op. Als die er goed mee bezig zijn, steken ze de middengroepen aan, de achterblijvers doen als laatste mee. Ook worden ze wel in vijf groepen verdeeld: Pioniers, vroege volgelingen, vroege meerderheid, late meerderheid en achterblijvers (of laatbloeiërs zoals ze dat Ermelo noemen in hun Wijk van de Toekomst).

Adoptie van innovatie Curve



Dit is een beschrijvende onderverdeling afhankelijk van het moment dat mensen aanhaken bij een innovatie. Op het moment dat mensen in een beginfase meedoen, zijn het per definitie koplopers. Op het moment dat mensen in tweede instantie meedoen, zijn het per definitie middengroepen. Als mensen geen koploper zijn, maar er wel iets vanaf weten en onder voorwaarden mee willen gaan doen, zijn het middengroepen. Middengroepen gaan meedoen als een ontwikkeling 'gewoon' wordt, veel aanwezig is en in de media en politiek legitimatie krijgt.

Er is onderzocht of deze categorieën meer inhoudelijk te typeren zijn. Rogers komt met beschrijvingen als: pioniers zijn bereid risico's te nemen, hebben een hoge status en financiële ruimte. Toch blijft deze typering grotendeels een beschrijving van het gedrag van mensen. Voor ons werk is deze onderverdeling lastig operationeel te maken, omdat je pas weet wie de middengroepen zijn als ze aanhaken. Als woord is 'middengroepen' dankzij dit schema heel herkenbaar.

Leefstijlen

Een bekende onderverdeling van groepen in hun leefstijl en waardepatronen is in Nederland door Motivaction gemaakt. Dit is een model dat ook voor-spellend wil zijn. Sommigen groepen zijn vaker koploper, andere groepen juist achterblijver.

Spelend met haar acht leefstijlen onderscheidt het marketingbureau Motivaction vier burgerschapsstijlen, die je zou kunnen ordenen in koplopers, middengroepen en laatbloeiërs.

De verantwoordelijken zijn vaak koploper bij maatschappelijke verandering. Ongeveer 30 % van de bevolking.

De plichtsgetrouwen houden niet van verandering maar volgen wel de overheid. Pragmatici doen mee als het hen voordeel geeft en het gewoon wordt.

KOPLOPERS

Mensen die zelf initiatief nemen of aanhaken in de beginfase van een ontwikkeling.

MIDDENGROEPEN

Mensen die meedoen als een ontwikkeling beproefd en bekend is.

LAATBLOEIERS

Mensen die meedoen als een ontwikkeling vanzelfsprekend, verplicht of noodzakelijk is.

Samen zijn ze de middengroepen met ongeveer 40 % van de bevolking. De structuurzoekers of de buitenstaanders zijn wantrouwend en afzijdig. Dat kun je de achterblijver noemen. Ongeveer 30 % van de bevolking.

Voor duurzaamheid hanteren ze vijf groepen (vijf tinten groen), waarbij de pragmatici zijn onderverdeeld in de ontplooiers en statusbewusten. De plichtsgetrouwen houden niet van verandering maar hebben wel zorg voor de aarde. Qua duurzaamheid horen ze daarmee vaak tot koplopers.

In het werk van hoogleraar omgevingspsychologie Linda Steg staan waarden centraal als de algemene doelen die mensen nastreven. Ze onderscheidt er vier: hedonische, egoïstische en altruïstische waarden en milieuwaarden. Meer informatie gaat mensen niet helpen om klimaatvriendelijke keuzes te maken. Zij pleit ervoor om met de waardes van mensen te werken.

Er zijn meerdere modellen voor waarden en leefstijlen. Ze maken duidelijk dat mensen met dezelfde afkomst, inkomen en opleiding toch heel verschillend kunnen zijn. Ze zijn intuïtief herkenbaar en rijk. Het is belangrijk om te weten dat mensen verschillende waarden hanteren, zodat je houvast hebt om met betekenisgeving in je project om te gaan.

Maar denken in leefstijlen heeft ook een aantal nadelen voor de beweging van onderop. Je bent afhankelijk van een commerciële partij voor het onderzoek. Bij elk project/wijk/dorp zou je het opnieuw moeten laten onderzoeken. De algoritmes om te bepalen wanneer iemand onderdeel van een bepaalde leefstijl is, zijn niet openbaar. Het onderzoek en de gesegmenteerde communicatie kost geld en tijd. En dan heb je nog geen mensen gesproken terwijl in de beweging van onderop de relaties tussen mensen centraal staan. Je kunt reële, sociaal-economische verschillen tussen mensen uit het oog verliezen: laaggeletterd, armoede, etniciteit ed. Verschillen lijken bij leefstijlen een beleving of waardekwestie te worden, terwijl er ook structurele redenen zijn voor verschil die daadwerkelijk van belang zijn bij de klimaattransitie. Zo zoeken de coöperaties manieren om laaggeletterden te bereiken en financieringsconstructies zodat mensen bij armoede en schulden toch kunnen meedoen.

Middengroepen als demografische kenmerken: het midden of een mythe

Het midden verwijst naar het middensegment in demografische onderverdelingen. Zo hebben we een middenklasse, middelbaar opgeleiden, mensen met middeninkomens, mensen die het politieke midden stemmen en mensen van middelbare leeftijd.

Het woord 'Middengroepen' roept zo het beeld op van het 'gewone' of het 'normale'. Het midden als het gemiddelde in onderverdelingen. Dit is makkelijk een mythisch beeld van de middengroepen. Henk en Ingrid, de politie-agent, verpleegkundige, leraar, de kleine ondernemer. De gewone mensen die niet extreem zijn maar normaal. Er zijn voorstanders, tegenstanders en het stille midden. Veel verschillende soorten partijen claimen het midden, het normale. Ieder heeft er zijn eigen beeld bij. Bijna iedereen

vindt zichzelf 'gewoon' of 'gemiddeld'. Dit speelde waarschijnlijk ook mee toen de politieke partijen vroegen om aandacht voor de middengroepen bij de opkomst van de gele hesjes.

Deze middengroep of gewone mens bestaat niet in het echt. Bovendien hebben de leefstijlen ons geleerd dat inkomen, opleiding en leeftijd niet de enige relevante kenmerken zijn, maar waarde en statusgevoeligheid door al deze demografische kenmerken heen lopen. Een mooi essay over de mythe van gewoon doen uit De Groene laat de complexiteit van dit soort begrippen en onderverdelingen zien. Het is een waarschuwing voor de term middengroepen.

Middengroepen als het 'normale' zijn een archetype. Archetypes werken goed omdat veel mensen er meteen beelden en een gevoel bij hebben. Maar als politieke of sociale categorie is het ook een mythe, een leeg veld waar ieder zijn eigen ideeën op kan plakken. Het is altijd goed om het gebruik van het woord 'middengroepen' uit te pluizen om te achterhalen wie ermee bedoeld wordt en welke modellen er achter zitten.

Middengroepen als groepen die er nog niet zijn

Omdat de 'middengroepen' lastig operationeel te maken zijn, wordt er ook vaak gesproken van het betrekken van de groepen die niet of nauwelijks vertegenwoordigd zijn bij de huidige koplopers en initiatiefnemers, vaak hoogopgeleide, witte mannen van 50 jaar of ouder. Te denken valt aan het betrekken van: vrouwen, jongeren, ouderen, lager opgeleiden, werklozen, 'nieuwe-Nederlanders', jonge gezinnen, voetbalfans, bbq'ers etc.

Deze onderverdeling geeft aanknopingspunten wat je kunt doen passend bij jou project. Zo zou je de moskee kunnen betrekken om andere etniciteiten

te bereiken. Maar dan trek je binnen de moskee waarschijnlijk de koplopers, zoals de groene moslims. Vandaar dat het segmenteren in leefstijlen populair is geworden. Toch is deze karakterisering van middengroepen goed bruikbaar want herkenbaar en werkbaar. En het biedt meer diversiteit.

Aandacht voor groepen die moeilijk te bereiken zijn

Zowel het initiatief in Heeg als Warm in de Wijk in Den Haag probeert bewust de communicatie zo eenvoudig mogelijk te houden - het onderwerp is al ingewikkeld genoeg. Vooral in de grote steden zijn relatief veel mensen laaggeletterd. Hoe bereik je hier bewoners die amper of niet kunnen lezen? Schulden- en multiproblematiek is in sommige wijken groot. Ook heeft meer dan 50% van de bewoners van Rotterdam en Den Haag een migratie-achtergrond. Deze groepen hebben we niet opgevat als onderdeel van de middengroepen. Het zijn groepen die om structurele redenen moeilijker te bereiken zijn, los van waarde patronen of gevoeligheid voor innovaties. In dit leerprogramma zijn we hier niet op in gegaan. Graag gaan we hier in een vervolg wel mee verder.

MIDDENGROEPEN ALS SEGMENT IN INNOVATIECURVE

Voor initiatieven en coöperaties is het betrekken van de middengroepen cruciaal. Voor het buurtenergieplan en een goede business case is nu eenmaal een grote meerderheid nodig om het te laten slagen. Naast deze praktische reden zit het in de vezels van bewonersinitiatieven om bewoners te betrekken. Een goed sociaal proces en communitybuilding vraagt om op zoek te gaan naar de mensen die niet meteen meedoen.

We zien dan ook dat de initiatieven en coöperaties heel gericht bezig zijn met het betrekken van de middengroepen.

De middengroepen als een beschrijvend woord

We hebben geconcludeerd dat we in de praktijk meestal werken met de onderverdeling koplopers, middengroepen en achterblijvers. Die betekenis willen we dan ook centraal stellen. Het grote voordeel hiervan is dat het een beschrijvend model is. De koplopers zijn de mensen die het eerste initiatief nemen of aanhaken. De middengroepen zijn de grotere groepen die meedoen als iets beproefd en bekend is. De achterblijvers zijn de groepen die om allerlei redenen pas meedoen als iets verplicht, noodzakelijk of vanzelfsprekend is.

Verschillen in waardepatronen onderkennen

We merken dat de neiging bestaat om de middengroepen in te kleuren met leefstijlen zoals de pragmatici of met waarden zoals gericht zijn op eigen belang. Het kan behulpzaam zijn om waardepatronen te herkennen en te gebruiken in de participatie en communicatie. Het helpt om eigen blinde vlekken te onderkennen en breder te kijken. Tegelijk willen we hier voorzichtig mee zijn, omdat we mensen niet in hokjes willen plaatsen maar willen benaderen als buurtgenoten. Dure onderzoeken naar leefstijlen zijn zelden nodig. Algemene inzichten in waardepatronen samen met eigen gerichte ontmoetingen en onderzoeken in de wijk, werken vaak goed genoeg. Het persoonlijke contact van burens en bekenden is de belangrijkste succesfactor in een goed sociaal proces.

De koplopers komen altijd eerst

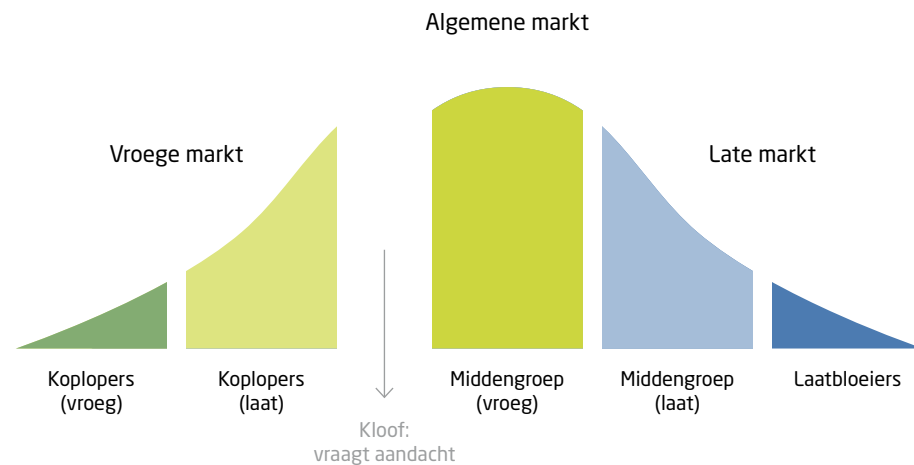
De innovatiecurve helpt ook om te herinneren dat de koplopers altijd eerst komen. Het is zinloos om bij een innovatie te verwachten dat de midden-

groepen meteen aanhaken. Ook bij de warmtetransitie in de wijken en dorpen die uiteindelijk iedereen aangaat. De middengroepen komen pas als een ontwikkeling bekend en beproefd is. Je kunt de koplopers niet overslaan. De koplopers verdienen respect dat zij hun nek uitsteken en al begonnen zijn om die warmtetransitie vorm te geven.

De stap van koplopers naar middengroepen vraagt aandacht

Verder leert het model dat de overgang van acceptatie bij koplopers naar middengroepen een grote stap is. Niet elke innovatie komt verder dan de koplopers. Het is duidelijk dat het betrekken van de middengroepen extra tijd en aandacht vraagt. Hoe de beweging van onderop bezig is om die stap in de warmtetransitie te maken, laten we in de volgende hoofdstukken zien.

Adoptie Levenscyclus





3. De kwaliteiten van de middengroepen productief maken

Nadat we onze betekenis van de middengroepen aangescherpt hadden, konden we de analyse van ons sociale proces gaan verdiepen. Het bleek dat we allemaal actief bezig zijn om de middengroepen te betrekken en daar ook goed in slagen. We hebben zeven rollen ontdekt die middengroepen aan nemen en op basis waarvan je relaties kunt aangaan en versterken. Daarbij helpen een aantal principes en maken we ruimte voor middengroepen, als voorbereiding op het aanspreken van de middengroepen in hun zeven rollen.

De zeven rollen van middengroepen om relaties aan te gaan, zijn van een orde andere orde dan de rol van consument. In onze praktijk gaan we verder dan een klassiek marktmodel dat onder de innovatiecurve voor technologische verspreiding ligt. Bij de verspreiding van mobieltjes en elektrische auto's zijn mensen consumenten die via aansprekende rolmodellen en prijs en aantrekkelijk aanbod verleid worden om ook deze producten te kopen. Om de middengroepen te bereiken en de grote stap tussen koplopers en middengroepen te nemen, is over het algemeen prijsverlaging door massaproductie nodig.

De beweging van onderop is niet bezig om duurzame warmte als massaproduct volgens een klassiek marktmodel te verkopen. De initiatiefnemers gaan ervan uit dat er per buurt maatwerk en eigenheid nodig is voor het thuisgevoel van mensen en dat er vele kleine, lokale bronnen nodig zijn. De opschaling en versnelling zien we niet door massaproductie tot stand komen maar door de opbloei van vele lokale initiatieven die samen leren en elkaar helpen, zoals in dit leerprogramma. Koplopers zien middengroepers als mensen die zelf onderdeel zijn van sociale structuren en gemeenschappen en met wie ze contact maken en een relatie aangaan. Samen met de middengroepen en achterblijvers willen de koplopers zoveel mogelijk zeggenschap over de verduurzaming van de buurt.

PRINCIPES VOOR DE MIDDENGROEPEN

We herkennen principes die we hanteren om de middengroepen te bereiken. Ze horen bij de eerder genoemde principes voor een goed sociaal proces, maar brengen daar een verfijning in aan.

- Naar de mensen toe gaan: naar een braderie, huis aan huis aanbellen, mensen persoonlijk een vraag stellen.
- Tastbaar bezig zijn: geveltuinjes aanleggen, filmpjes maken.
- Met concrete doelen en kortlopende deelprojecten werken.

Wennen aan warmtenet met 'Zet 'm op 70'

In de Vruchtenbuurt worden veel vragen gesteld over het mogelijke warmtenet: Wat moet ik allemaal doen aan mijn huis? Wat gaat dat kosten? Kan ik dan nog wel comfortabel douchen? Wordt het dan niet veel duurder? Mensen hebben zorgen over kosten, comfort, veranderingen, enz. Een actie als 'Zet 'm op 70' heeft deze zorgen voor een deel weggenomen bij de deelnemers en een bredere groep daaromheen. Mensen konden concreet aan de slag door de cv-ketel lager en de installaties zuiniger in te stellen. Zelf iets doen geeft de ervaring van invloed. Bovendien merkten de mensen dat een watertemperatuur van 70° in de radiatoren voldoende is om het huis warm te krijgen of leerden ze welke isolatie nog nodig is. Daarbij zijn ze professioneel ondersteund.

RUIMTE MAKEN VOOR DE MIDDENGROEPEN

In onze projecten zijn we steeds bezig om oog te hebben voor middengroepen en ruimte voor ze te maken. We stellen onszelf het doel om de middengroepen te betrekken. Het gaat om de volgende voorbereidende stappen die je kunt zetten om ruimte te maken voor middengroepen:

- **Zoek diversiteit in je team. Sluit aan bij de bestaande sociale structuren en de diversiteit daarin.**

Warm Heeg zorgt voor autochtone Friezen en import, protestante en katholieke mensen in hun team.

- **Zorg voor verschillende kwaliteiten in je team. Buurkracht adviseert een buurtteam om zowel een techneut, een ondernemer en verbinder in het team te hebben.**

50 tinten groen Assendorp Zwolle heeft het project meteen langs twee lijnen ingericht: een sociaal proces en een technisch proces.

- **Neem het betrekken van de middengroepen als doel op in je plan van aanpak.**

50 tinten groen Assendorp heeft het betrekken van ongebruikelijke mensen opgenomen als doel en vervolgens studenten van Windesheim Honours College onderzoek laten doen naar de middengroepen.

- **Ga zo snel mogelijk breed communiceren en af en toe gericht op zoek om te luisteren naar 'anderen'.**

Warm in de Wijk in Den Haag communiceert vanaf de start intensief in de wijk. Het gros van de reacties kwam van de koplopers. Na oprichting van de Coöperatie Duurzame Vruchtenbuurt, werd de communicatie meer gespecificeerd en geïntensiveerd. Ze hebben het wijkpanel in kunnen zetten voor hun initiatief. Dat gaf een breder bereik en een rijke opbrengst.

BEKRACHTIG MIDDENGROEPEN IN DE ROLLEN DIE ZE NEMEN

Als er ruimte is gemaakt voor middengroepen en er daadwerkelijk contact ontstaat met de middengroepen, zien we in onze projecten dat middengroepen andere rollen aannemen dan de koplopers. De kunst is om de waarde van deze rollen te zien en mensen daarin te bekrachtigen.

Dat zorgt voor erkenning van de middengroepen en helpt om relaties aan te gaan en te versterken. Niet iedereen hoeft op dezelfde manier aan te haken. Laat mensen ook weten dat ze niet overal een rol bij hoeven te spelen. Dat zorgt voor ontspanning bij de middengroepen. En besef je dat middengroepen net zo divers zijn als andere groepen mensen. Deze rollen zijn een soort segmentering om ruimte te maken voor de diversiteit binnen de middengroepen. We hebben zeven rollen ontdekt die middengroepen aannemen en die waardevol zijn voor een project.



Luisteraar

De 'luisteraar' luistert naar de verhalen die er verteld worden en leest wat er geschreven wordt. De luisteraar communiceert zelf niet en is terughoudend in met het trekken van conclusies.

In Wageningen kwamen ze erachter bij hun steekproef onder de 'stille mensen', de mensen die niet reageren of naar bijeenkomsten komen, dat ze heel goed op de hoogte waren van de voortgang van het project.

In Heeg hebben ze aandacht voor wie ze niet horen en waarom niet. Als ze het project bij alledaagse ontmoetingen (bij de voetbal, in de supermarkt) ter sprake brengen, blijkt een stille groep ook betrokken, maar vooral volgend te zijn.

Verhalen vertellen werkt verbindend, de meeste mensen houden van het luisteren naar verhalen. Het helpt om te ontdekken welke 'snaren resoneren', of welke thema's aanslaan bij middengroepen. Het helpt om een mix van thema's/ waarden in je verhalen op te nemen. In de projecten merkten we dat mensen beter naar ons geluisterd hadden en beter onze artikelen en nieuwsbrieven gelezen hadden dan we dachten. De middengroepen zijn luisteraars.

Binnen het onderzoek naar besluitvorming over energiebesparing binnen gezinnen van o.a. Buurkracht en Hoom bleek dat mannen en vrouwen andere dingen belangrijk vinden bij een fijne woning. Dit hebben ze gebruikt voor een test via Facebook om twee bestaande artikelen, over zonnepanelen en over led-verlichting, onder de aandacht te brengen met andere tags dan alleen duurzaamheid. In één variant was de insteek gericht op woonbeleving en sfeer, in de andere op duurzaamheid. Ze zagen dat vrouwen dan meer doorklikken op de belevingsvariant bij het led-artikel en mannen op de duurzaamheidsvariant bij het zonnepanelenstuk. Aandacht voor dit soort verschillen helpt om verschillende soorten mensen te bereiken.

In Friesland vertellen ze het verhaal van het fictieve dorp Ljipstergae met fictieve mensen, met daarin linkjes naar echte artikelen over de energietransitie.

In Zwolle verschijnt iedere maand een artikel in het wijkblad van Assendorp. Het zijn persoonlijke verhalen van bewoners die zelf bezig zijn met isoleren of duurzame warmte. Deze persoonlijke verhalen geven de warmte transitie een gezicht, maken het menselijk en herkenbaar.

Lid van de gemeenschap

Het 'lid van de gemeenschap' heeft een gevoel voor het grotere geheel en vraagt zich af of het proces bijdraagt aan gemeenschappelijk doelen. Elders drukt het zich misschien uit in de zorg voor de kwetsbare mensen en het streven dat iedereen mee kan doen. Het groepsgevoel helpt middengroepen om aan te haken. Als burens en bekenden meedoen, dan is het leuk en vertrouwd om ook mee te doen.

In Friesland is de Mienskip (gemeenschap) erg belangrijk. Dat komt bijvoorbeeld tot uitdrukking in autonomie als gedeelde waarde: 'wij doen het zelf wel'.

Dwarsdenker

De 'dwarsdenker' is er beducht voor om in een fuik te zwemmen, en denkt dat het onverstandig is om het buurtproces te eng op alleen de energietransitie in te steken. De dwarsdenker denkt dat verbindingen gemaakt kunnen worden met andere thema's die in de wijk spelen zoals veiligheid, vergroening wijk, klimaatadaptatie, duurzame mobiliteit, behoud architectuur.

In Culemborg bleek dat de mensen zich grote zorgen maken over de veiligheid in de wijk. Dat is opgenomen in het buurtenergieplan.

Kritische meedenker

De 'kritische meedenkers' fungeren als klankbord. Zij leveren input in de voorbereiding, formuleren van de vragen waar je later op kunt anticiperen. Ze hebben vragen, zorgen, wensen. Luister goed en verwerk die zorgen en gedachten in je uitwerking. Dit is nodig willen ze mandaat-consent geven.

(en ga dan NIET meteen vragen of ze ook mee willen doen, in een bestuur willen, voor de groep willen, een technisch onderzoek willen doen of wat voor een taken er dan ook liggen.)

In drie buurten in Eindhoven organiseert Buurkracht meedenksessies zodat mensen simpel en laagdrempelig een bijdrage kunnen leveren aan het buurtplan. Bewoners stellen vragen en reageren op voorstellen. Dit helpt om de bewonersavonden sterker te maken.

Comfortzoeker

De 'comfortzoeker' stelt vragen over alle mogelijk risico's die het buurtproces met zich meebrengt. Breng de risico's in kaart en weet ze weg te strepen. Het uitvergroten van risico's met een rollenspel kan ook een andere gevoel geven bij het werkelijke risico. Gas is bijvoorbeeld ook onveilig. Vraag de middengroepers naar hun zorgen. Als coöperatie betekent ontzorgen:

“Heeft u zorgen, dan gaan we ze samen oplossen.” Vaak voorkomende zorgen zijn: “Is het betaalbaar, geeft het gedoe in huis om het aan te sluiten, krijg ik leveringszekerheid, wat kan er mis gaan in huis?” Het initiatief moet vervolgens het toekomstplaatje concretiseren en een eerlijk verhaal vertellen. Het is een utopie dat het niet meer gaat kosten en dat er niets veranderd. Relateer de financiën aan de toekomstige veranderingen en niet aan de huidige status quo en wees 100% transparant.

Wat hierbij helpt is dat bewoners zeggenschap kunnen krijgen en daarmee grip op zorgen over kosten en leveringszekerheid. Ook helpt het als de nieuwe situatie normaal en gewoon wordt. Dat geeft comfort.

Paddepoel heeft ervaren dat bewoners in de initiatieffase vertrouwen hebben in ‘Buurman Henk’. Zodra het over een concrete aansluiting gaat, zien mensen liever een expert, iemand in een overall met een bedrijfslogo.

Mandaatgever

De ‘mandaatgever’ wil iets te kiezen hebben. Bijvoorbeeld over de voortgang van het proces zelf of over de inhoudelijke keuzes die in het buurtproces worden voorgesteld. Door de instemming of actief consent van de middengroepen voor is het mandaat van de middengroepen aan de koplopers om door te gaan. Met het mandaat geven de middengroepen aan dat ook hun belang wordt gediend, omdat hun zorgen geadresseerd zijn.

In Culemborg hebben ze de businesscase in een ruwe versie in stap 4 met de wijk getoetst. De Businesscase ging bij iedereen in de brievenbus! De vraag was welke zorgen/vragen het nog niet beantwoord, wat er mist. Ook zijn ontwerpcriteria opgesteld en is daarmee de mogelijkheid geboden om nee te zeggen. Zo werk je naar een ‘go-no go’ moment om de business case verder uit te werken. In stap 5 kan dan de propositie aan de hele wijk worden voorgelegd ter ondertekening.

Doener

De ‘doener’ is een buurtbewoner met een talent dat wordt aangesproken voor het buurtproces door een lid van het team die dat talent persoonlijk kent. De doener wordt niet inhoudelijk aangesproken maar op praktische uitvoering. Je kunt deze doeners vragen of ze de buurt of jou (als buurtbegeleider of bestuurslid) willen helpen. Ook zijn middengroepen als doeners geïnteresseerd in het project. Ze wachten op het finale aanbod en willen aan de slag. Het doen geeft mensen trots omdat ze het zelf doen. Dat is belangrijk, dat mensen trots kunnen zijn op het project.

In Zwolle vond een pragmatische, kritische man het leuk om een filmpje voor het project te maken.

In Heeg riep een van de bouwvakkers uit het dorp bij de presentatie van de plannen: “Laat maar weten als er gegraven moet worden, dan kom ik wel voorrijden met de shovel.”



4. Het sociale proces inclusief middengroepen en parels

In dit hoofdstuk laten we zien welke rollen middengroepen per stap in het buurtproces hebben en hoe de middengroepen betrokken kunnen worden met een selectie van methodes. Een sociaal proces verloopt altijd grilliger dan de mooie stappen uit het Buurtwarmte buurtproces. Bovendien beschrijft het buurtproces het totale projectmanagement, naast het sociale proces de stappen die nodig zijn om de goede technologie uit te zoeken, financiering te regelen en de governance te regelen. Toch blijft het handig om dit proces te kennen en te gebruiken omdat het houvast biedt en voor mensen inzichtelijk maakt waar ze ongeveer zijn en wat er nodig is als volgende stap.

Ondanks dat initiatieven vaak hun eigen methode willen ontwikkelen, presenteren we een scala aan beproefde en goed werkende methodes om middengroepen te betrekken. Deze methodes kunnen gebruikt en aangepast worden of inspiratie bieden. Deze methodes zijn gebaseerd op de principes van een goed sociaal proces en bekrachtigen de middengroepen in hun verschillende rollen. We hebben ze de parels genoemd. Het wordt duidelijk dat de rollen van de middengroepen diverser worden naarmate het project vordert in het proces. De betrokkenheid van de middengroepen groeit, en ze krijgen meer rollen. In de bijlage staat een schematisch totaal overzicht van de stappen in het proces, de werkzame principes, de rollen van de middengroepen en de parels aan methoden.

FASE 1 | INITIATIE

De eerste fase van het buurtproces is gericht op het verkennen van de mogelijke technische en financiële oplossingen, vormgeven van de bewonersparticipatie, het maken van afspraken met stakeholders en het verkennen van lokaal eigendom van een warmtebron en levering.

Stap 1 | Voorbereiding

In de voorbereidende, eerste stap vormen de initiatiefnemers een buurtteam en maken een plan voor het project. Ze leggen contact met de gemeente en regelen de financiering van het project. De eerste afstemming met de gemeenteraad vindt plaats, zodat de rolverdeling tussen initiatief en gemeente helder is. Het resultaat van deze stap is een plan van aanpak.

Om de middengroepen te betrekken is het van belang om in deze stap als doel te formuleren dat het initiatief de middengroepen wil betrekken. Ook kan een initiatief bewust op zoek gaan naar 'andere' mensen als lid van het buurtteam.

Rollen middengroepen

Lid gemeenschap

Methodes om middengroepen te betrekken in stap 1

De archetypes van de buurt

In Heeg zijn ze al een aantal jaren bezig met duurzaamheid. Ze hebben geleerd dat een kernteam zowel Friezen als Hollanders moet hebben. Dat zijn lokale archetypes die voor een herkenbare en laagdrempelige diversiteit zorgen.

Waarom goed voor betrekken middengroepen

De archetypische groepen zorgen voor brede herkenning in het dorp zodat ook de middengroepen vertrouwen kunnen krijgen in het initiatief.

Stap 2 | Coalitie

In de coalitiestap krijgt de samenwerking met betrokken partijen vorm. Dat zijn in ieder geval het initiatief, de gemeente (zowel de gemeenteraad als het bestuur met de ambtelijke organisatie), de netbeheerder en de woningbouwcoöperatie. Daarnaast kunnen de lokale energiecoöperatie, andere bewonersinitiatieven, een ondersteunende regionale of landelijke energiecoöperatie, het gemeentelijk energieloket, welzijnsorganisaties, groene energiebedrijven, projectontwikkelaars, vastgoedeigenaren uit de buurt zoals bedrijven, sportclubs en scholen meedoen aan de samenwerking. Welke partijen een rol moeten krijgen, zal per buurt steeds bekeken moeten worden. In deze stap formuleren partijen het gedeelde doel, de belangen die ze hebben, de rolverdeling en de werkpakketten. Het resultaat van deze stap is een intentieovereenkomst.

Om de middengroepen te betrekken is het van belang om in deze stap een beeld te krijgen van de bewonerssamenstelling van de buurt en te verkennen of het buurtteam de eerste contacten kan leggen met middengroepen.

Rollen middengroepen

Lid gemeenschap

Methodes om middengroepen te betrekken in stap 2

Kennen en kunnenkaart

Een handige methode om je netwerk letterlijk in kaart te brengen is de kennen en kunnenkaart van Buurkracht: wie of wat ken je in de buurt en wat kunnen die voor jouw initiatief betekenen? Er wordt met de kaart breed gekeken naar de buurt, niet alleen met een energiebril op. En dat wordt gedaan in de voorbereidende fase, dus nog voordat het initiatief daadwerkelijk uitgerold wordt. Zo brengt het buurtteam met behulp van een checklist in beeld op welke plekken veel mensen komen zoals sportverenigingen en supermarkten of events als jaarlijkse braderieën. En er wordt in beeld gebracht welke andere initiatieven er nog meer in de buurt zijn om op aan te haken. Op deze manieren kun je een breed netwerk inzetten en toch ook moeilijker bereikbare groepen betrekken.

Waarom goed voor betrekken middengroepen

Met deze kaart kun je een breed netwerk inzetten en toch ook moeilijker bereikbare groepen betrekken.

Stap 3 | Definitie

In de derde stap gaat het initiatief in samenwerking met de relevante stakeholders informatie verzamelen en bespreken met bewoners. Het gaat om de samenstelling van de buurt en meekoppelkansen, de technische mogelijkheden voor warmtebron en verduurzaming huizen, de eerst kostenraming en financieringsopties, en de governance van het warmte-initiatief met de mogelijkheid om zelf de warmtebron en levering in eigendom te hebben. Met bewoners kiest het initiatief de richting om verder te gaan. Het resultaat is een buurtenergieplan dat door bewoners wordt vastgesteld en door de gemeenteraad bekrachtigd.

Om de middengroepen te betrekken is het van belang om in deze stap gericht naar middengroepen toe te gaan, vanuit verschillende waarden en meekoppelkansen over het project te communiceren en de middengroepen in hun rollen te bekrachtigen.

Rollen middengroepen

- Luisteraar
- Lid gemeenschap
- Kritische meedenker
- Doener
- Dwarsdenker
- Comfortzoeker
- Mandaatgever

*Methodes om middengroepen te betrekken in stap 3***Homewarming huiskamerspel**

In Zwolle heeft 50 tinten groen Assendorp een kaartspel ontwikkeld met verrassende verhalenvragen en een overzicht van maatregelen om het huis te verduurzamen: Homewarming. Een bewoner is gastheer of -vrouw is en nodigt burens en bekenden uit in de huiskamer, met de aanbeveling om ook niet-groene mensen te vragen. Onder begeleiding speelt de groep het spel, leren mensen het onderwerp beter kennen en maken ze plannen om samen maatregelen te nemen.

Waarom goed voor betrekken middengroepen

In een straat wonen vaak zowel koplopers als middengroepen. Door een persoonlijke uitnodiging van een buurman of -vrouw doen mensen uit middengroepen eerder mee. De verhalen helpen vervolgens om energiebesparing menselijker te maken, zonder moralisering of politieke lading. Mensen uit middengroepen doen ook makkelijk mee met de praktische insteek om maatregelen te nemen.

Zet 'm op '70!

Het bewonersinitiatief Warm in de Wijk in Den Haag is bezig met de ontwikkeling van een mogelijk warmtenetwerk van ongeveer 70 graden. Onderzoek wijst uit dat een warmtenetwerk van 70 graden waarschijnlijk de meest efficiënte en goedkope manier is om de type huizen in de Vruchtenbuurt (oude huizen, matig geïsoleerd, in een dichtbebouwde omgeving) te verwarmen. Gedurende drie maanden is getest wat het met het gevoel van comfort en met de temperatuur in een huis doet als er wordt verwarmd met een CV-ketel die ingesteld staat op 70 graden (in plaats van 80 of 85 graden, wat gebruikelijk is). Dit project is samen met de TU Delft en, de gemeente Den Haag uitgevoerd. Hoom is hier later bij betrokken.

Waarom goed voor betrekken middengroepen

Middengroepen maken zich vaak zorgen over de nieuwe warmte en in Den Haag vroegen ze zich af: 'Krijg ik mijn oude huis met slechts 70 graden wel warm?' Met deze actie konden ze zelf ervaren hoe het (ongeveer) zal zijn als het huis verwarmd gaat worden via een warmtenetwerk in de wijk. Ook konden ze onderzoeken of er aanvullende maatregelen genomen moeten worden om comfort te behouden, energie besparen en een gratis advies krijgen van HOOM over energiebesparing, afgestemd op uw persoonlijke wensen en mogelijkheden. Dit project adresseerde de zorgen en gaf meteen concreet handelingsperspectief.

Klankbordgroep voor bewonersavond

De wijk Voorkoop in Culemborg gaat aardgasvrij worden met waarschijnlijk een warmtenet in eigendom van bewoners. De projectleider had zijn presentatie voor de bewonersavond met de klankbordgroep goed voorbereid. In die klankbordgroep zaten verschillende soorten bewoners, zodat ze zich op allerlei soorten vragen konden voorbereiden. Toch explodeerde de zaal. Iemand stond op en zei: "Ik ben Krista en ik doe niet mee en jullie kunnen me niet dwingen." In de voorbereiding was duidelijk niet elke groep uit de wijk aanwezig geweest en niet over elke vraag nagedacht.

De werkgroep van het warmtenet in Heeg had haar presentatie over warmte uit het meer ook goed voorbereid met een klankbordgroep. Ze hebben naar hele verschillende mensen gezocht om mee te denken, en alle mogelijke vragen werden op de groep afgevuurd. De presentatie is wel drie keer geoefend en steeds verder ingedikt. Op de avond in het dorps huis luisterde iedereen muisstil en kwamen er enkel technische detailvragen. De reactie van de zaal was: "Goed verhaal, dat gaan we doen."

Waarom goed voor betrekken middengroepen

Een goede voorbereiding met verschillende soorten mensen waaronder middengroepen is cruciaal. Het geeft vertrouwen als mensen hun vragen en gedachten in een presentatie terug zien. Bovendien neem je de zorgen en wensen van middengroepen op in je ontwikkeling. Weet wel dat pas in de zaal blijkt of je ook echt met alle geluiden rekening hebt gehouden. En weerstand kan er altijd zijn. De kunst is ook ruimte te laten voor onbekende opvattingen.

Participatiecampagnes: Klimaatstraatfeest en Energy Killer Race

Participatiecampagnes werken vanuit de lokale situatie en de beleving van klimaatvraagstukken om mensen te betrekken bij een energie-initiatief.

In Wageningen is het project gestart met een Klimaatstraatfeest. Een koploperbewoner had zijn eigen huis verduurzaamd en wilde dit met de buurt delen. Hij heeft een klimaatstraatfeest georganiseerd om mensen op een speelse manier bij het thema te betrekken. Dit gaf een enthousiaste groep die met de gemeente in gesprek ging.

In Zwolle heeft het project 50 tinten Groen Assendorp met de Energy Killer Race een huis aan huis campagne gehouden om mensen uit de nodigen voor een zonnepanelen actie. De Energy Killer Race is een variant op het theezakjesspel. Teams bellen aan om een ledlampje te ruilen voor een apparaat dat meer energie verbruikt dan de ledlamp. De bedoeling was om al ruilend het meest energieverwendende apparaat in Assendorp te vinden en mensen meteen uit te nodigen voor zonnepanelenavond. Tijdens deze race ontstonden er kleine gesprekjes over het belang van energiebesparing en duurzame energie.

Waarom goed voor betrekken middengroepen

In een straat wonen vaak zowel koplopers als middengroepen. Door een uitnodiging van een buurman of -vrouw voor bijvoorbeeld een klimaatstraatfeest doen mensen uit middengroepen eerder mee. Via ene huis aan huis campagne bereik je middengroepen beter dan via een bijeenkomst. De speelse campagnevorm sluit aan bij dagelijkse zorgen beleving van mensen, en focust niet op klimaatdoelen. Dat maakt dat middengroepen makkelijker meedoen. De campagnes zijn bovendien gericht op gezamenlijke actie zodat de participatie groeit. Het is niet enkel zenden maar ook relaties aangaan. Deze campagnes zijn verder tastbaar aanwezig in de buurt met handelingsperspectief.

FASE 2 | ONTWIKKELING

In fase 2 verandert de aard van het project. In de eerste fase is een project verkennend met een eerste afweging van opties. In fase 2 start de projectontwikkeling om een technisch en financieel sluitend voorstel te krijgen, met duidelijkheid over de governance van de warmtebron en levering.

Stap 4 | Ontwerp

Stap 4 bestaat uit het maken van een ontwerp met de technische keuzes, de uitwerking van de business case en de keuze voor de governance. In stap 5 wordt het ontwerp vertaald naar een propositie voor de bewoners.

Rollen middengroepen

Luisteraar
Lid gemeenschap
Kritische meedenker
Doener
Dwarsdenker
Comfortzoeker
Mandaatgever

Methodes om middengroepen te betrekken in stap 4

Hoomdossier met buurtonderhoudsplan

Het Hoomdossier is een online tool waar bewoners informatie over hun woning kunnen invullen en waar ze kunnen invullen wat hun wensen voor woningverbetering zijn. Het Hoomdossier vraagt ook informatie over de onderhoudsstaat van de woning en neemt deze onderhoudsstaat mee in de uiteindelijke berekening en in het voorstel over de te nemen maatregelen in de woning. Het resultaat voor de bewoner is een meerjarenplan waar zowel energiebesparende maatregelen worden meegenomen als een aantal onderhoudsaspecten die relevant zijn voor verduurzaming van de woning.

Binnen het Garenkokerskwartier in Haarlem wordt het Hoomdossier gebruikt om gezamenlijk een 'buurtonderhoudsplan' te maken. Bewoners van de wijk worden opgeroepen om samen aan de slag te gaan, door bepaalde maatregelen gelijk met burens uit te voeren. De aandacht ligt hier op onderhoud van de woning. Er wordt gezamenlijkheid gecreëerd door samen met het onderhoud aan de slag te gaan en gezamenlijke inkoopacties te organiseren. Ook worden er 'invulavonden' georganiseerd waar mensen met hulp van een coach het Hoomdossier kunnen invullen.

Waarom goed voor betrekken middengroepen

Het Hoomdossier biedt concreet handelingsperspectief voor huiseigenaren. Door de combinatie met onderhoud aan de woning spreek je mensen aan op de motivatie om goed voor hun woning te zorgen. Voor middengroepen is het belangrijk dat de waarden en motivatie breder zijn dan alleen het klimaat of warmtetransitie. Met collectieve acties kunnen koplopers de middengroepen als lid van de gemeenschap meenemen.

De stille groepen bereiken

Door alle verklaringen te leggen naast de adressen, werd in Wageningen duidelijk dat maar de helft van de bewoners in beeld was. Om van dit deel toch te horen wat ze van het project weten en vinden, is een pre-wijkteam (leden van de werkgroep communicatie samen met een woonconsulent van de woningstichting) als een steekproef op 15 adressen met de bewoner(s) in gesprek gegaan. Hieruit bleek dat mensen bewust niet-betrokken zijn om praktische redenen. Mensen waren niet tegen het project, maar wachten tot het voorstel concreet wordt, vinden het de taak van de woningbouw-coöperatie of zijn vanwege privé omstandigheden zoals ziekte niet met dit soort zaken bezig.

Waarom goed voor betrekken middengroepen

De Benedenbuurt in Wageningen heeft geleerd dat het belangrijk is om af en toe de stille mensen bewust op te zoeken om te horen waarom ze stil zijn. Dat zijn vaak middengroepen. In dit geval gaven de gesprekken geen aanleiding om het project aan te passen en zijn ze verder gegaan.

Consent krijgen om verder te gaan met de ontwikkeling

In Paddepoel Groningen nemen ze de buurtbewoners stap voor stap mee in het concept ontwerp om zo consent en acceptatie te krijgen. Met als resultaat een voorlopig aanbod voor de bewoners. Een veel gehoorde zorg is de betaalbaarheid van duurzame warmte. In Paddepoel hebben ze de warmteprijs aan de gasprijs gekoppeld. Het aanbod naar de bewoners is: door de koppeling van de warmteprijs aan de gasprijs, ben je niet onzekerder over de warmteprijs dan over de gasprijs.

Als je vragen/zorgen bij bewoners ophaalt, bundel deze en deel ze in naar fase en stap in het proces. Zo maak je alle vragen/zorgen zichtbaar en geef je duidelijk aan wanneer ze beantwoord worden, ook als dat pas later in het proces is.

Ter illustratie de meeste klantvragen haal je op in stap 4; het concept ontwerp.

Je beantwoordt ze bij stap 5; het uitvoeringsplan van het buurtproces. Test je aanbod als het voorlopig aanbod aan de buurt in stap 4 met een groot deel van de wijk, waaronder de middengroepen. Het ontwerp landt bij iedereen in de brievenbus! En doe dit met simpele taal en beeld. Vraag welke zorgen/vragen het nog niet beantwoord, wat er mist. Dit is een 'go-no go', mensen kunnen consent geven dat het initiatief verder gaat met de ontwikkeling. In stap 5 kan dan het voorlopige aanbod worden uitgewerkt tot een definitieve propositie en aan de hele wijk worden voorgelegd ter ondertekening. Het opknippen van propositie in deze twee stappen is gericht op het laten groeien van vertrouwen. In stap 4 met het concept ontwerp win je vertrouwen en in stap 5 wordt hiervoor getekend. Als je 50% scoort in stap 4 (en dus ook 50% van de middengroepen), scoor je 70% in stap 5.

Waarom goed voor middengroepen

Middengroepen luisteren wel, maar nemen zelf weinig initiatief in de communicatie.

Door ze stap voor stap mee te nemen in de ontwikkeling van het ontwerp met de businesscase, hun zorgen op te halen en te adresseren, en huis aan huis informatie te geven, kunnen middengroepen instemmen met een volgende stap. Zo geven ze consent.

Met ontwerpcriteria vertrouwen krijgen in de businesscase

In 2008 werkte bewoners van de wijk EVA Lanxmeer in Culemborg aan een haalbaarheidsonderzoek en een bedrijfsplan voor de overname van een warmtenet en een centrale warmteproductie-installatie. Het initiatief heeft ontwerpcriteria opgesteld voor de business case, zodat het voor bewoners inzichtelijk hoe zo'n business case in elkaar zit. Op basis hiervan konden mensen een go/ no go geven. Dat gaf vertrouwen. De ontwerpcriteria zouden leiden tot een toekomstige situatie die voor het merendeel van de wijkbewoners aanvaardbaar zou zijn. De ontwerpcriteria betekenden ook een stok achter de deur. Want in principe zou het ontwikkelingsproces stoppen als er geen situatie zou kunnen ontstaan overeenkomstig die criteria.

Ontwerpcriteria met elkaar formuleren

De ontwerpcriteria kun je in drie categorieën onderverdelen, zoals het IPW in haar publicatie over het waarden van maatschappelijke initiatief schetst:

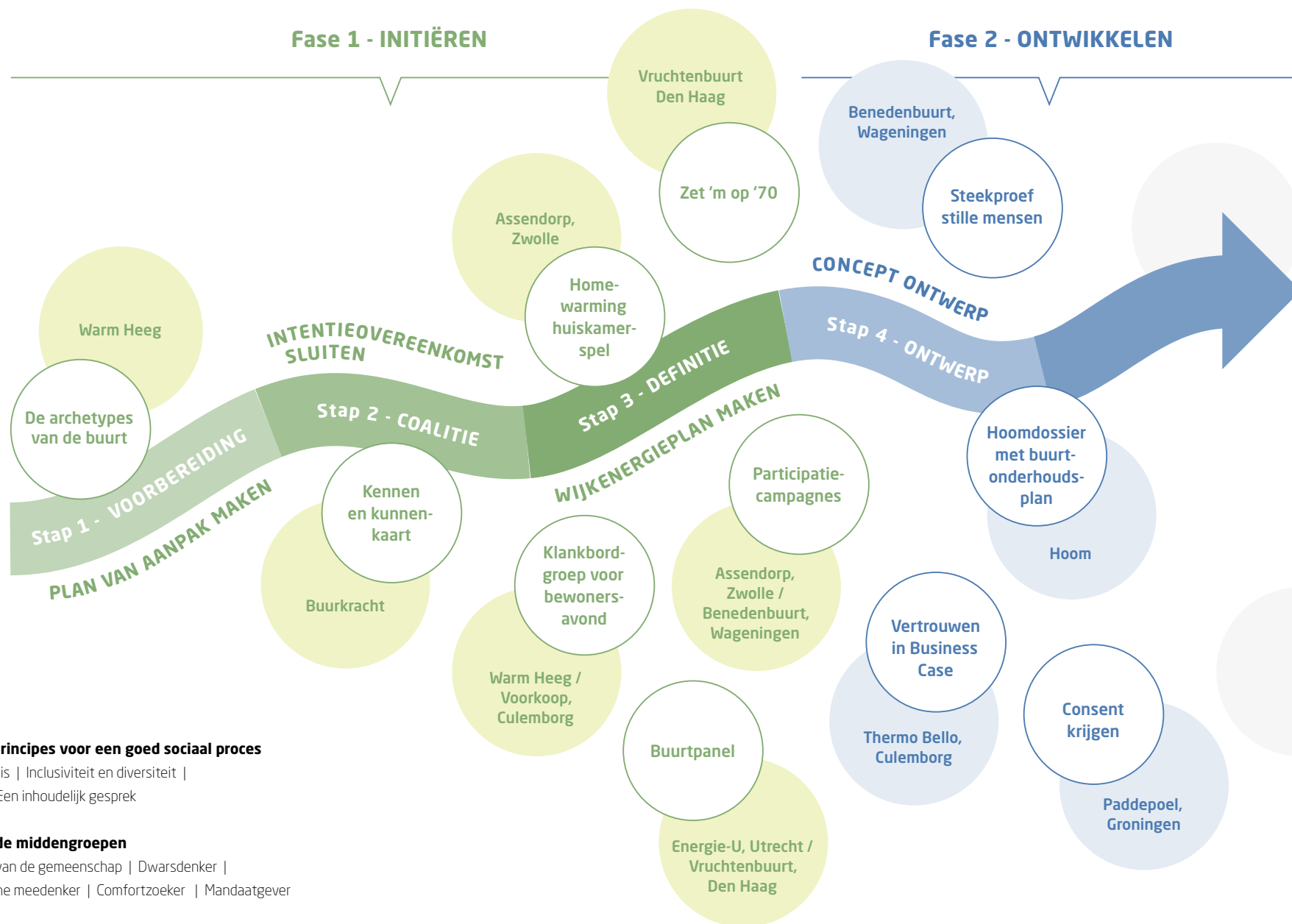
- I. Rendement: Een initiatief moet rendabel zijn zodat het duurzaam kan bestaan. Het moet duidelijk zijn wat er met winst gebeurd. Dit is het bedrijfsmatige onderdeel van de business case.
- II. Betrokkenheid: van wie en voor wie is het initiatief? Dit is het sociale onderdeel van de business case, waarmee het onderdeel wordt van de gemeenschap.
- III. Legitimiteit: het draagvlak, goede regels en de waarde voor de buurt. Dit gaat over de positie die het initiatief met de business case inneemt.

In de bijlage staan de gebruikte ontwerpcriteria van EVA Lanxmeer.

Waarom goed voor middengroepen

Deze duidelijke ontwerpcriteria gaven richting aan het ontwikkelingsproces en vergroten de aanvaardbaarheid van het bedrijfsplan dat uiteindelijk ter stemming aan de algemene ledenvergadering werd voorgelegd. Het gaf het initiatief legitimiteit binnen de gemeenschap van wijkbewoners. Juist omdat de bewoners zelf zeggenschap namen over de warmtebron en levering, wilden middengroepen meedoen. Elk bewonersinitiatief kan met bewoners in gesprek gaan over zaken die zij belangrijk vinden, en op basis daarvan ontwerpcriteria formuleren die het initiatief legitimiteit geven onder zoveel mogelijk wijkbewoners inclusief de middengroepen.

Een goed sociaal proces met middengroepen



De drijvende principes voor een goed sociaal proces

Waardeer wat er is | Inclusiviteit en diversiteit | Menselijkheid | Een inhoudelijk gesprek

De rollen van de middengroepen

Luisteraar | Lid van de gemeenschap | Dwarsdenker | Doener | Kritische meedenker | Comfortzoeker | Mandaatgever



5. Wat vraagt dit van overheid en initiatiefnemers?

Het blijkt dat koplopers en initiatiefnemers er in slagen middengroepen te waarderen en in te zetten. Dankzij het bekrachtigen van middengroepen in hun rollen, lukt het ze om de grote stap te maken van koplopers naar middengroepen. Ze gebruiken daarbij geen klassieke marktmechanismen waar vooral massaproductie en prijsverlaging consumenten over de streep helpt. De koplopers beschouwen middengroepen als onderdeel van de gemeenschap en gaan relaties met ze aan. Daarbij geven ze een goed sociaal proces vorm dat gebaseerd is op principes van aansluiten, menselijkheid, inclusiviteit en inhoud.

Nu is het zo dat gemeenten de regie hebben gekregen in de warmte-transitie. De Rijksoverheid en provincies zijn hierbij betrokken met wetgeving, financiering, coördinatie en afstemming. Koplopers zijn al begonnen om die warmtetransitie vorm te geven. Wat vraagt dit dan van overheid en initiatiefnemers?

WAT VRAAGT DIT VAN DE OVERHEID?

Hoe verhouden de overheid en de initiatieven cq. energiecoöperaties zich tot elkaar? Dit is één van de meest gestelde vragen in de buurtanpak van onderop. Er zijn recent een paar mooie leerprogramma's en onderzoeken geweest naar deze verhouding. De Community of Practise van Platform31 over een nieuw samenspel voor een aardgasvrije wijk gaf zeven lessen over samenwerking, samenspel en democratische besluitvorming. Het onderzoek van Hier opgewekt en Platform31 over de verhouding bewonersinitiatieven en de gemeente laat succesfactoren zien voor samenwerking. In ons leerprogramma hebben we deze vraag niet gethematiseerd, maar kwam hij wel in allerlei varianten langs. Voor ons was de belangrijkste vraag: "Wat hebben wij, als de beweging van onderop, van de overheid nodig om de middengroepen daadwerkelijk te betrekken?"

Geef ruimte aan de nieuwe commons

De ontwikkeling van energie-initiatieven laat zien dat bewoners zelf hun energie willen en kunnen organiseren. De energiecoöperaties ontwikkelen zich als de nieuwe commons waar gebruikers samen bezit en beheer van energie regelen. 'Commons' is een Engels woord waar nog geen goede Nederlandse vertaling voor is. Commons zijn de organisaties waar bewoners of gebruikers zelf gedeelde hulpbronnen, waarden of bronnen van kennis en informatie beheren. De bekendste common is de gemeenschappelijke weide waar boeren hun vee brachten. Dat was de meent, in Friesland de Mienskip, in Overijssel de marke, in Brabant de gemeynte. In de oude commons ging het naast de weide ook over gemeenschappelijke energievoorziening met het recht om hout te sprokkelen en turf te steken.

De nieuwe commons zijn geen marktpartijen die winst willen maken, ze zijn geen informele bewonersverenigingen, en al evenmin een overheidsorganisatie. De nieuwe commons zijn professionele samenwerkingsverbanden van burgers, die gezamenlijk duurzame voorzieningen ontwikkelen en beheren, waarmee zij in hun behoeften

voorzien en tevens maatschappelijk doelen realiseren. De nieuwe commons zijn een nieuwe organisatievorm naast marktpartijen en overheden. Zij ontstaan nu, omdat zowel marktpartijen als overheden er niet in slagen om te doen wat nodig is om op de langere termijn in de behoeften van burgers te voorzien, zonder afwentelingen op het mens en milieu, hier en elders, nu en in de toekomst. De nieuwe commons zijn een logische partner van overheden om maatschappelijke doelen te realiseren, en een nieuwe klant-categorie (met eigen wensen) voor marktpartijen.

De econoom en nobelprijswinnaar Elenor Ostrom heeft in de jaren '60 van de vorige eeuw laten zien onder welke voorwaarden de commons goed werken. De erkenning van overheden dat de commons een eigen organisatievorm zijn, is één van die noodzakelijke voorwaarden. Wij onderscheiden vier dimensies waarin de verschillende overheden deze ontwikkeling van de nieuwe commons, de energie-initiatieven, kunnen borgen.

I. MORELE DIMENSIE: ERKEN DE WAARDE VAN DE NIEUWE COMMONS

Het lijkt een open deur maar deze stap is cruciaal. Bewonersinitiatieven hebben de erkenning nodig dat zij in staat zijn om zelf een buurtenergieplan te maken, zelf hun woningen kunnen verduurzamen en een collectieve warmtevoorziening kunnen ontwikkelen en beheren. Het gebeurt geregeld dat een bewonersinitiatief door een overheid niet in staat wordt geacht om een serieuze rol te spelen in de warmtetransitie. Het helpt als overheden volmondig erkennen dat er naast de markt en overheid nog een andere manier van organiseren mogelijk is, en dat bewoners in staat zijn om hun eigen energievoorziening te organiseren. En dat het zinvol is om bewonersinitiatieven aan te sporen en te bekrachtigen, om zich als nieuwe commons te organiseren.

II. FINANCIËLE DIMENSIE: ERKEN DE NIEUWE COMMONS ALS 'ZAKELIJKE' PARTNER

Energiecoöperaties zijn in de eerste periode van hun bestaan afhankelijk van overheidsopdrachten. Gemeenten zijn geneigd zijn om bewonersinitiatieven minder te waarderen en belonen dan een commerciële marktpartij. Zolang een energiecoöperatie niet professioneel werkt, is dat gerechtvaardigd, maar daarna niet meer. Vaak worden energiecoöperaties als goedwillende amateurs gewaardeerd terwijl er professioneel wordt gewerkt en er ook kwaliteit wordt geleverd. Als het zelfbewustzijn van de coöperaties van de kwaliteit die zij leveren toeneemt worden zij ook assertiever richting overheden om daar fatsoenlijk voor betaald te krijgen. De nieuwe commons hebben zakelijke opdrachten van overheden nodig om hun professionaliteit te vergroten en hun taken serieus uit te kunnen voeren. Voor overheden kan dit betekenen dat bestaande budgetten verschoven worden richting de energiecoöperaties, de nieuwe commons.

III. BESTUURLIJKE DIMENSIE: CREËER EEN SPEELVELD VOOR ONTWIKKELING VAN DE NIEUWE COMMONS

Energiecoöperaties hebben ruimte nodig om hun activiteiten te ontwikkelen. Bijvoorbeeld een ontmoetingsplek, daken voor zonnepanelen, ruimte voor een buurtwarmtepomp en een warmtenet, voor windmolens, voor coöperatieve laadinfrastructuur of deelauto's. In een gemeente werd van de energiecoöperatie gevraagd om duurzame opwek te realiseren om in de vraag van die gemeente naar verduurzaming van hun energie inkoop te voorzien. Prachtig, maar een andere afdeling van de gemeente gunde een stuk grond voor een zonneweide aan een marktpartij, met als gevolg dat de coöperatie niet kan leveren wat het met de gemeente heeft afgesproken. Dit voorbeeld

laat zien dat een gemeente het samenspel met de nieuwe commons, in de volle breedte van de werkorganisatie dient te integreren, zodat de samenwerking niet blijft steken bij de goede intenties.

IV. POLITIEKE DIMENSIE: STEL HELDERE KADERS

Voor het vertrouwen van bewoners is het fnuikend als ze wordt voorgespiegeld dat ze invloed hebben op de warmtetransitie in hun buurt, met het buurtenergieplan dat ze maken, en de ‘status’ van dat plan blijkt een wassen neus te zijn. Als je van buurtbewoners vraagt om een buurtenergieplan te maken, waarin substantieel tijd wordt geïnvesteerd, zorg er dan voor het plan niet door de gemeentelijke politiek afgeschoten kan worden. Dus laat de gemeenteraad, bij voorkeur vooraf, nadenken over de criteria voor de toegang tot warmtebronnen, de verdelingsvraagstukken, het draagvlak, financiering van buurtprocessen, en over het benutten van meekoppelingen (bijvoorbeeld klimaatadaptatie, vergroening, buurtveiligheid). Zolang de RESSen en warmtevisies niet zijn vastgesteld, is het cruciaal dat de gemeenteraad en het initiatief een gesprek voeren over deze kaders. Voorkom dat gemeenteraadsleden zich met de inhoud van een buurtenergieplan bezig gaan houden.

WAT VRAAGT DIT VAN INITIATIEFNEMERS EN KOPLOPERS?

De initiatiefnemers onder de koplopers zijn al begonnen de warmtetransitie vorm te geven en het lukt ze om de middengroepen te betrekken. We hebben een paar voortdurende aandachtspunten voor initiatiefnemers en koplopers, en de besturen of coöperaties die ze ondersteunen.

Begin klein, zoek bondgenoten en hou vol

Elke verandering begint klein. De innovatiecurve begint onder aan de streep. Een paar mensen met een goed idee is genoeg. Begin met één huis, met één gesprek, met één bijeenkomst. Zoek bondgenoten: leuke mensen die ook iets willen, een grote partij die wel oren heeft naar je plan. En hou vol. Het initiatief kan groeien, er gaat van alles mis en er komt weerstand. Hou vol. Leer. En blijf leren.

Breng de kerngroep in positie

Bekrachtig de initiatiefgroep om haar rol te pakken. Zorg voor legitimiteit van de groep. Check of de vaardigheden, kunde, ervaring aanwezig zijn. Zorg voor ondersteuning als dat nodig is. Heb regelmatig reflectie over hoe het gaat.

Aanvaarding van de complexiteit van een sociaal proces

Duidelijk is dat er niet één sociaal proces is. Je kunt geen algemeen toepasbare methodes maken of inzetten, want elk initiatief wil zijn eigen ei leggen en uitbroeden. Wel kan het sociale proces in grote lijnen worden geschetst, zodat je als koploper het vertrouwen hebt dat het proces loopt, zoals het ‘altijd’ loopt. Bepaalde hobbels horen er nu eenmaal bij. En het duurt even voordat een ontwikkeling zich verbreedt.

Energie-U

“De koplopers in mijn project vroegen zich af: “Waar blijven al die mensen toch?,” Toen ik het model van de innovatiecurve presenteerde, begrepen ze: ‘Dit is dus heel oké, en kloppend!’ ”

Vrijstad Energie

“In mijn project zorgde het inzicht in dit model dat we als koplopers eerder tevreden werden: als 50% reageert is dat geweldig! We zijn rustiger geworden. De late meerderheid haakt pas aan als het concrete plan er ligt met het finale aanbod. Ook is dit plaatje geland in onze progressieve wijk: in een koploperswijk is er ook een normaalverdeling.”

Maak onderscheid tussen acceptatie en participatie

Maak onderscheid tussen acceptatie (consent) en participatie (actief meedoen, medeplichtig maken). Regisseer participatie als een clubje om je heen. Probeer geen mensen aan boord te halen die zich nog niet veilig voelen. Het is voldoende als middengroepen de ontwikkeling accepteren, en consent of akkoord geven om verder te gaan.

Werk aan sociale cohesie, want je gaat bij een warmtenet een monopolie vestigen en daarbij wil je iedereen aan boord. Houd daarbij rekening met segregatie in de middengroepen. De mensen uit middengroepen zijn niet allemaal hetzelfde. Iedereen volgt de groep waar hij zich het meest thuis voelt. Neem alle vragen mee en beantwoord ze gedurende het proces, maar zorg dat je ze uiteindelijk allemaal adresseert.

Ken jezelf en wees oprecht

Oprechtheid in het betrekken van de middengroepen is het allerbelangrijkst. Je staat in deze processen als mens tussen de mensen. Positie, functie of professionaliteit beschermen je in deze processen niet. Middengroepen kunnen haarscherp zijn in het herkennen van onvermogen. Ken jezelf dus. Als je dominant bent, gebruik en relativeer dat. Als je iets niet weet, geef dat gewoon toe.

Wees ook bereid om over je eigen standpunten na te denken en er eventueel op terug te komen. Met humor kun je soms ergens de angel uithalen. En als je geen zin hebt in het gedoe met middengroepen, doe dan wat anders. Er is overal gedoe, dus zorg dat je in het gedoe zit waar je blij van wordt, wat voor jou belangrijk is. Persoonlijke vaardigheden zijn in deze complexe buurtprocessen cruciaal. Het belangrijkste wat je in te brengen hebt, ben jezelf.

Grunneger Power:

“Wij zijn zelf wel een mooie tool.”

Onthechten en ontspannen

Het helpt initiatiefnemers om los te komen van het resultaat en te genieten van het proces. Het wordt anders dan je had gedacht. Je initiatief ontwikkelt zich niet zoals gepland. Mensen gaan niet doen wat je had gehoopt. Als je met middengroepen wilt werken, zul je als initiatiefnemer en koploper in staat moeten zijn om te onthechten en los te laten.

TOT SLOT

Het betrekken van de middengroepen vraagt van de initiatiefnemers zelfkennis en deskundigheid in sociale processen en transitie. Ze moeten de grote stap tussen koplopers en middengroepen kunnen nemen, en daarbij reëel zijn in hoeveel tijd en moeite dat kost. Zelfreflectie en onthechten helpen om met enige lichtvoetigheid met het gebruikelijke gedoe van sociale processen om te gaan. Buurtbegeleiders en het buurtteam hebben daarom een goede ondersteuning nodig.

Wij realiseren ons dat sommige overheden vinden dat zij al zorgen voor borging van de energie-initiatieven of nieuwe commons, en dat andere overheden vinden dat deze vragen veel te ver gaan. We zitten in een transitie, en energie-initiatieven zijn hierin koplopers. Koplopers in de beweging van onderop komen als eerste knelpunten en kansen tegen. We willen graag met overheden in overleg hoe de borging van de nieuwe commons goed vorm te geven. Middengroepen doen mee met een ontwikkeling als iets normaal wordt. Daar hebben we de overheid bij nodig.



OVERZICHT SOCIAAL PROCES MET PRINCIPES, ROLLEN EN PARELS

BIJLAGE 1

HET PROCES	DE PARELS	PRINCIPES SOCIAAL PROCES	ROL MIDDENGROEPEN	PLEK, COÖPERATIE, INITIATIEF
FASE 1 INITIËREN				
Stap 1: voorbereiding	De archetypes van de buurt	Inclusiviteit, waardeer wat is	Lid gemeenschap	Warm Heeg
	Team verbinder, techneut, ondernemer	Inclusiviteit, waardeer wat is	Doener	Buurkracht, Assendorp, Zwolle
Stap 2: coalitie	Kennen en kunnen kaart	Inclusiviteit, waardeer wat is	Lid gemeenschap	Buurkracht
	Cirkel van betrokkenheid stakeholderanalyse	Inclusiviteit, waardeer wat is	Lid gemeenschap	Assendorp, Zwolle
	Gesprek over belangen en belangrijk	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Lid gemeenschap	Vrijstad Energie, Culemborg
Stap 3: definitie	Homewarming huiskamerspel	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Lid gemeenschap, Luisteraar, Doener, Dwarsdenker	Assendorp, Zwolle
	10 weken programma	Inclusiviteit, inhoudelijk gesprek	Doener, Lid gemeenschap, Comfortzoeker	Buurkracht, Assendorp, Zwolle
	Zet 'm op '70	Inclusiviteit, inhoudelijk gesprek	Doener, Comfortzoeker, Lid gemeenschap	Vruchtenbuurt Den Haag, Hoom
	Warmtekaarten	Inclusiviteit, inhoudelijk gesprek	Luisteraar, Lid gemeenschap, Doener	Energie-U, Utrecht;
	Van de Kook sessies: luisteren naar wat er leeft	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Lid gemeenschap, Luisteraar, Dwarsdenker, Kritische meedenker, Comfortzoeker,	Blauwvinger Energie, Zwolle
	Participatie campagnes: Energy Killer Race, klimaatstraatfeest	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Luisteraar, Lid gemeenschap, Doener	Wageningen, Benedenbuurt; Assendorp, Zwolle
	Maandelijks update kaart huis aan huis	Inclusiviteit, inhoudelijk gesprek	Luisteraar, Lid gemeenschap,	Wijk 't Ven, Buurkracht, Eindhoven
	Klankbordgroep voor bewonersavond	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Lid gemeenschap, Kritische meedenker, Comfortzoeker, Dwarsdenker Luisteraar	Voorkoop Culemborg, Wijk 't Ven, Eindhoven; Warm Heeg
	Bewonersavond	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Lid gemeenschap, Kritische meedenker, Comfortzoeker, Dwarsdenker, Mandaatgever	Iedereen
	Energy Mix Methode	Inclusiviteit, waardeer wat is, inhoudelijk gesprek	Lid gemeenschap, Kritische meedenker, Dwarsdenker, Mandaatgever	Energiewerkplaats Fryslân
Bewonersenquête/ panel	Inclusiviteit, waardeer wat is, inhoudelijk gesprek	Kritische meedenker, Comfortzoeker, Dwarsdenker	Vruchtenbuurt Den Haag; Wijk 't Ven, Eindhoven; Wageningen, Benedenbuurt; Energie-U, Utrecht	

HET PROCES	DE PARELS	PRINCIPES SOCIAAL PROCES	ROL MIDDENGROEPEN	PLEK, COÖPERATIE, INITIATIEF
FASE 2 ONTWIKKELEN				
Stap 4: ontwikkeling, ontwerp	Steekproef stille mensen	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Kritische meedenker, Mandaatgever	Wageningen, Benedenbuurt
	Hoomdossier met buurtonderhouds-plan	Inclusiviteit, waardeer wat is, inhoudelijk gesprek	Lid gemeenschap, Doener	Hoom; Garenkokers-kwartier, Haarlem
	Huis aan huis concept business case	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid	Mandaatgever	Warm Heeg; Wageningen, Benedenbuurt; Thermo Bello, Culemborg
	Filmpje uitleg teo, veel beeld, simpele taal	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Luisteraar, Comfortzoeker	Warm Heeg
	Ontwerpcriteria business case voor vertrouwen	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Lid gemeenschap, Kritische meedenker, Comfortzoeker, Mandaatgever	Thermo Bello, Culemborg
	Ontzorgen als ophalen van en adresseren zorgen	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Kritische meedenker, Comfortzoeker	Thermo Bello, Culemborg, Wageningen Benedenbuurt; Paddepoel, Groningen
	Financieringsoplossingen: goedkoop kapitaal, esco, waarborgfonds.	Inclusiviteit, inhoudelijk gesprek	Comfortzoeker,	Bres Breda; Wageningen, Benedenbuurt;
	Betekenis betaalbaarheid oprekken.	Inclusiviteit, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Kritische meedenker, Comfortzoeker,	't Ven, Buurkracht, Eindhoven; Paddepoel, Groningen; Wageningen, Benedenbuurt;
Stap 5: alvast een doorkijkje propositie	Vier relaties met mensen aangaan: Buurtbewoner, participant, lid gemeenschap, klant. Hierin de zorgen adresseren.	Inclusiviteit, waardeer wat is, menselijkheid, inhoudelijk gesprek	Lid gemeenschap, Kritische meedenker, Comfortzoeker, mandaatgever	Thermo Bello, Culemborg

De wijk EVA Lanxmeer in Culemborg heeft ontwerpcriteria opgesteld voor de business case, zodat het voor bewoners inzichtelijk hoe zo'n business case in elkaar zit en ze vertrouwen kunnen krijgen.

Ontwerpcriteria met elkaar formuleren

De ontwerpcriteria kun je in de buurt met elkaar formuleren. Ze zijn in drie categorieën onder te verdelen, zoals het IPW in haar publicatie over het waarderen van maatschappelijke initiatief schetst:

- I. **Rendement:** Een initiatief moet rendabel zijn zodat het duurzaam kan bestaan. Het moet duidelijk zijn wat er met winst gebeurt. Dit is het bedrijfsmatige onderdeel van de business case.
- II. **Betrokkenheid:** van wie en voor wie is het initiatief? Dit is het sociale onderdeel van de business case, waarmee het onderdeel wordt van de gemeenschap.
- III. **Legitimiteit:** het draagvlak, goede regels en de waarde voor de buurt. Dit gaat over de positie die het initiatief met de business case inneemt.

I. **RENDEMENT**

1. **Zelfstandig, zakelijk en slagvaardig bedrijf**

Een bewezen, vertrouwde, courante en herkenbare, bestuurs- en rechtsvorm (bijvoorbeeld een stichting, coöperatie of een besloten vennootschap) die een zakelijke, zelfstandige en slagvaardige onderneming mogelijk maakt.

2. **Aansluiting: Overnemen van contracten die er al zijn**

Op die manier zou er voor de klanten/bewoners weinig veranderen in hun warmtelevering, wat tot meer vertrouwen leidt.

3. **Continuïteit: warmtelevering en contractpartners technisch beheer**

Het gaat hierbij om leveringszekerheid vanuit het perspectief van de gebruikers gezien. Het bedrijf verzorgt continuïteit in warmtelevering onder andere door continuïteit van het technisch beheer met dezelfde contractpartners waarmee Vitens heeft samengewerkt.

4. **Maatschappelijk verantwoorde onderneming: niet voor de winst**

Het bedrijf heeft maatschappelijk doelen en zal een deel van de eventuele winsten aanwenden voor investeringen in uitbreidingen, verduurzaming van energiebronnen, energiebesparing, reductie CO₂-emissie. De aandeelhouders kunnen rekenen op een dividend dat niet veel hoger dan de bankrente ligt. Het winststreven is begrensd door de ambitie om de afnemers een redelijk en concurrerend tarief aan te bieden.

5. **Verhouding eigen/vreemd vermogen**

Het bedrijf streeft ernaar om zo snel mogelijk financieel gezond te zijn. De verhouding eigen/vreemd vermogen, de solvabiliteit, is daar een goede indicator van. De inbreng van kapitaal door particuliere

en zakelijke afnemers is gesteld op een minimum van 25%. De bank financiert dan de resterende 75%. Het spreekt echter vanzelf dat een start met een zo hoog mogelijke verhouding eigen/vreemd vermogen de rentelast verlicht en de financiële armslag van het bedrijf vergroot.

II. LEGITIMITEIT

6. Wijkdoelstellingen: duurzame energie en bewonersparticipatie

Voor energiebesparing is in de wijk samenwerking gezocht met de bewonersgroep energie/installaties. Zo sluit je aan bij wat er al aan structuur en doelen in een wijk aanwezig is.

7. Integrale benadering: energie opwek en verbruik

Het bedrijf staat voor een integrale benadering van energie-opwekking én verbruik. Dat houdt in dat de activiteiten van het bedrijf niet bij de voordeur ophouden. Het bedrijf levert niet alleen warmte, maar ook adviezen en technische oplossingen om de in- én uitgaande energiestroom en van de daaraan verbonden geldstromen te minimaliseren.

8. Transparantie

Het bedrijf is transparant over haar doelen, het ontwikkelingsbeleid (uitgewerkt in een voortschrijdend meerjarenplan) en boekhouding. Deze transparantie wordt bevorderd door halfjaarlijkse informatie-bijeenkomsten.

III. BETROKKENHEID

9. Financiële participatie en lokaal eigendom

Het bedrijf stelt particuliere en zakelijke afnemers van het warmtenet in staat om financieel in de onderneming te participeren. Dan is de wijk ook echt eigenaar van het bedrijf. Financiële participatie is vrijwillig.

10. Eenvoud: in structuur en afbakening taken en verantwoordelijkheden

Eenvoudige structuur van het bedrijf met duidelijke afbakening van taken en verantwoordelijkheden. Eenvoudig op te richten ook want het bedrijf moest snel opgericht zijn.

Studies, artikelen en onderzoeken naar sociale processen voor aardgasvrije wijken

Coen Maurice; Eerland, Djoera; Fens, Josje. Gezinspraak. *Hoe gezinnen besluiten over energiebesparing*. Wageningen University & Research Centre, Nyenrode Business Universiteit, Buurkracht, Hoom. Alliander N.V. 2018

Buitelaar, Saskia; Heeger, Anne. *Burgerparticipatie in de warmtetransitie. Een handreiking voor beleidsmakers*. Platform 31, 2018

Gemeente Ermelo. *Van voorlopers tot laatbloeiers. Samen en in eigen tempo naar een aardgasvrije wijk. De Ermelose aanpak in de Wijk van de Toekomst als Gelderse proeftuin*. 2019

Hier opgewekt. *Warmtecoöperaties: wat zijn de tips en geleerde lessen?* 2018 <https://www.hieropgewekt.nl/kennisdossiers/warmtecooperaties-wat-zijn-tips-en-geleerde-lessen>

Notten, Kirsten. *Van de kook. Verhalen voor een gas(t) vrije wijk*. Ministerie BZK, 2016

Notten, Kirsten & Koers, Albert. *Meedenken om mee te doen. Burgers aan het woord over het klimaatakkoord*. Klimaatavontuur en NPBO, 2018

Ooms, Merel; Saskia Buitelaar; Henk-Jan Bierling en Maite Gadellaa. *Optimaal samenspel voor een aardgasvrije wijk. Zeven lessen voor gemeenten over samenwerking, samenspel en democratische besluitvorming op weg naar aardgasvrije wijken*. Platform 31, 2019

Schöne, Sible. *De stem van bewoners in de warmtetransitie. Aanbevelingen voor het klimaatakkoord*. Hier Klimaatbureau, 2018

Schöne, Sible; Schuur, Ruud; Van den Akker, Donald. *Bewonersinitiatieven en gemeenten in de lokale warmtetransitie*. HIER opgewekt en Platform31, 2019

Steg, Linda. *Met informatie red je het klimaat niet*. NRC, april 2019 <https://www.nrc.nl/nieuws/2019/04/05/met-informatie-red-je-het-klimaat-niet-a3955893>

Van der Lugt, Hans. *Maak ruimte voor de burger-energiebeweging*. Energiea, 22 juni 2019

Van Lidht de Jeude; Mastop, Coen, Van Hal. *De derde succesfactor ontrafeld. Inzicht in gedrags- en organisatieprocessen die de transitie naar een energieneutrale gebouwde woonomgeving versnellen*. ECN, Nyenrode Business Universiteit, TU Delft, BAM. 2017

Algemene studies, artikelen en onderzoeken

Akkerboom, Sanne. *Between Public Participation and Energy Transition: The Case of Wind Farms*. Uva, 2018

De Haan, Fjalar, Rotmans, Jan. *A proposed theoretical framework for actors in transformative change. Technological Forecasting & Social Change*, 2018

Duyvendak, Jan Willem; Hurenkamp, Menno. *De lokroep van de kantine*. De Groene Amsterdammer, 2018

Energy Cities, Friends of the earth Europe, Greenpeace, RescoopEU. *Unleashing the power of community renewable energy*, 2018

Fennell, Lee Anne. *Ostrom's Law: Property Rights in the Commons. International Journal of the Commons*. Vol. 5, no 1 February, pp. 9-27, 2011

Hoekstra, Jorrit; Verheggen, Pieter Paul; Hannink, Mariette. *Vijf tinten groen*. Motivaction, 2013

Huygen, Annelies. *Innovatieve warmtenetten vragen om een nieuwe marktordening*. EBS, nummer 4774, juni, p 272-275, 2019

Kruiter, Harry; Kruiter, Albert Jan; Blokker, Eelke. *Hoe waardeer je een maatschappelijk initiatief?* Handboek voor publieke ondernemers. Wolters Kluwer, 2015

Magruder Watkins, Jane; Mohr, Bernard; Kelly, Ralph. *Appreciative Inquiry. Change at the speed of imagination*. Pfeiffer, 2012.

Rogers, Everett, *Diffusion of Innovations*, 1962

Rotmans, Jan. *In het oog van de orkaan*. 2012

Schwencke, Anne Marieke.

- *Lokale warmte-initiatieven en de rol van burgercollectieven in de warmtemarkt*. Programmabureau Warmte Koude Zuid Holland, 2016
- *Verkenning toekomstpotentieel burger-energiebeweging 2030. Energie in eigendom van de lokale gemeenschap*. Ministerie EZK, 2019

Short, Christopher. *The traditional commons of England and Wales in the twenty-first century: meeting new and old challenges. International Journal of the Commons*. Vol. 2, no 2 July, pp. 192-221, 2008

Van Os, René, Bleijenberg, Christine, Van de Meerakker, Anne. *Betrokkenheidsprofielen*. Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, Hogeschool Rotterdam, Hogeschool Utrecht en Citisens; RAAK SIA, 2019

Dit leerprogramma is een samenwerking van Buurtwarmte | Energie Samen en Buurkracht als onderdeel van de Participatietafel Energie van Duurzaam Door.

Energiesamen.nu | Buurkracht.nl | Duurzaamdoor.nl
september 2019

Tekst Kirsten Notten, Buurtwarmte | Energie Samen
Met dank aan alle bijdrages van de deelnemers.

Grafische vormgeving Annemarie Zijl

Fotografie Fotografie: Warm Heeg. De foto's zijn gemaakt in It Sylhus in Heeg, tijdens het leerprogramma. Dit gebouw wordt verwarmd met warmte uit het Heegermeer.

Deelnemers leerprogramma

Gerwin Verschuur, Theo de Bruijn, Steven Volkers, Josje Fens, Lucie Gelderblom, Michel van Ruijven, Rianne Bakker, Djoera Eerland, Yvette Marijnissen, Gera de Bruijn, Sybrand Frietema, Saskia Müller, Krijn Korver, Arien Scholte. Begeleiding en deelnemers Participatietafel Energie: Irma Straathof, Peter Schmeitz, Sanne Tonneijck, Zita van Aggelen.

Deelnemers klankbordgroep

Gerwin Verschuur, Theo de Bruijn, Rianne Bakker, Djoera Eerland, Irma Straathof, Arien Scholte, Yvette Marijnissen, Marjolein Tillema, Roel Woudstra, Hariwa Hayas, Christine Bleijenberg, Femke Merckx.

Begeleiding leerprogramma

Kirsten Notten (Buurtwarmte) & Marianne Zuur (Klimaatavontuur)
Klimaatavontuur.nl

