



Algemene adviezen voor Warmtevisie Woerden

Participatietraject Warmtevisie Woerden

Bureau Stroom – mei 2021

Achtergrondinformatie meedenkgroepen

Veel inwoners en ondernemers hebben ideeën over de warmtetransitie in gemeente Woerden. Reacties kwamen binnen via de online enquête, de pollvragen, tijdens de vragenuurtjes en via het online reactieplatform WarmWoerden. Ook meldden 25 inwoners en ondernemers zich aan om in groepen verder te praten over de warmtetransitie. De meedenkgroepen kwamen twee keer samen en besteden veel aandacht aan alle ideeën van alle inwoners en ondernemers

In dit document

De opbrengsten van de tweede ronde meedenkgroepen zijn vertaald naar algemene adviezen voor Warmtevisie Woerden en onderverdeeld in verschillende thema's. De adviezen worden door gemeente Woerden gebruikt om uitgangspunten te schrijven voor de warmtetransitie in de gemeente Woerden.

Thema	Aanbevelingen
<p>Communicatie, informatie en participatie</p> <p><i>Het is belangrijk dat iedereen doet wat hij kan in de warmtetransitie. Het is ook belangrijk dat iedereen mee kan doen. Hoe kunnen we ervoor zorgen dat iedereen mee kan doen? En dat iedereen mee wil doen? Wie doet wat? Hoe organiseren we de warmtetransitie in Woerden?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Inwoners en ondernemers informeren over noodzaak én doelen. Voor welk probleem staan we met z'n allen? En wat is ons doel? Het doel formuleren is noodzakelijk om de middelen (tijd, geld) te verantwoorden en actie te stimuleren. Leg in de communicatie nadruk op het algemeen belang (klimaatverandering, schone lucht) en informeer mensen over wat de warmtetransitie voor mensen persoonlijk betekent (investeringen, wooncomfort, lagere energierekening). • De informatiebehoefte van inwoners en ondernemers voeden. Welke stappen willen we als gemeente de komende 10 jaar en op de lange termijn zetten? Het is belangrijk dat iedereen weet welke richting het op gaat en wat inwoners en ondernemers wanneer kunnen verwachten. Welke afweging mogen woningbezitters en ondernemers zelf maken? En wat worden harde eisen? Stel als gemeente een communicatieplan op per oplossingsrichting. De oplossing bepaalt hoeveel en welke communicatie wanneer nodig is. Bijvoorbeeld: als een warmtenet kansrijk in een wijk dan is andere communicatie nodig dan bij individuele oplossingen. • Bied handvatten waarmee inwoners en ondernemers iets kunnen. Welke technische mogelijkheden zijn nu beschikbaar per wijk en per woning? Wat zijn de voor- en nadelen hiervan en de kosten? Zijn deze mogelijkheden in lijn met de landelijke klimaatdoelen? Zet hierbij succesverhalen in van inwoners en ondernemers. Of start een energieloket waar mensen advies kunnen krijgen (denk ook aan voorbeeldwoningen). Je kunt door naar bouwjaar en -karakteristieken te kijken de warmtetransitie voor mensen concreet maken (waar kan iemand meteen mee aan de slag).
<p>Fasering en prioritering</p> <p><i>Wat is logisch om eerst te doen? En waarom? Is dat waar de meeste energie te besparen is? Of waar de kosten voor verandering het laagst zijn? Wat kan de</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Richten op bestaande initiatieven en mensen die al willen. Waar al energie zit in de wijk, daar moet je beginnen. Wanneer er geen energie is, moet eerst gecommuniceerd worden: what's in it for me? In de warmtevisie moet ook beschreven worden hoe mensen samen aan de slag kunnen gaan. Via welke weg kunnen inwoners en ondernemers zelf met voorstellen komen? • Isoleren is laaghangend fruit, dat is dan ook de eerste stap. Informeer mensen als ze gaan vervangen of verbouwen wat

<p><i>gemeente doen?</i></p>	<p>duurzame mogelijkheden zijn. Dat is het moment om over duurzaamheid te beginnen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkelen van warmtenetten duurt lang, communiceer hierover. De ontwikkeling en bouw van een warmtenet duurt vijf tot tien jaar. Daar waar een warmtenet kansrijk is of zelfs de enige oplossing moet dat helder met inwoners gecommuniceerd worden, inclusief verwachtingen over wanneer verdere verkenning plaatsvindt en wat het tijdsfad is. Informeer bewoners over wat ze kunnen doen en wat ze mogen verwachten.
<p>Kosten en betaalbaarheid</p> <p><i>Hoe wordt de warmtetransitie betaald? Hoe kunnen we er voor zorgen dat iedereen mee kan doen? Wat is de rol van de landelijke en gemeentelijke overheid?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Warmtetransitie moet voor iedereen zijn, ook met een kleine beurs. Veel mensen zijn al begonnen met het verduurzamen van hun huizen en hebben hier dan ook de middelen voor. Maar hoe zorgen we ervoor dat ook mensen met een kleine beurs mee kunnen doen? Ook praktisch kan niet iedereen de organisatie van het verbouwen van de woning overzien. Daar de pijlen op richten. • Subsidie is van invloed op de keuze van de bewoner. Neem subsidieregelingen van Europa naar gemeenten toe mee. En maak een plan wat stap voor stap nodig is om huizen en gebouwen stap voor stap duurzamer te maken, zodat subsidies daarop aansluiten. Kleine stapjes zijn vaak beter uitvoerbaar dan grote veranderingen. • Maak kosten bespreekbaar. Investerings in verduurzaming levert niet alleen maar geld op. Wat zijn nou echt de kosten van verschillende maatregelen? En wat kunnen inwoners en ondernemers zelf oppakken en wat kunnen ze met steun van de overheid doen? Geef mensen informatie en handvatten.
<p>Ondernemers en de warmtetransitie</p> <p><i>Wat kunnen lokale ondernemers betekenen in de warmtetransitie?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ondernemers kunnen een faciliterende rol innemen. Ze hebben veel kennis en staan voor hun producten. Lokale ondernemers hebben een betrouwbaarheidsfactor en aan betrouwbaarheid hebben mensen behoefte. Welke technische mogelijkheid past bij hun huis of gebouw en welke niet? • Informeert als gemeente de consument. Het is niet de bedoeling dat de overheid ondernemers aan gaat aanwijzen, maar consumenten (en bedrijven) de weg wijzen met de juiste informatie kan wel. Gebruik hiervoor bijvoorbeeld de TechnoHub. • Maak een onderscheid tussen wat bedrijven te wachten staat en wat van particulieren worden verwacht. Bedrijven kunnen op een andere manier worden benaderd dan particulieren. Ga het gesprek met bedrijven aan en kom samen tot een goed plan. Belangrijk daarbij is dat bedrijven en particulieren wel dezelfde subsidies moeten kunnen krijgen. Het krijgen van een subsidie moet niet afhangen van een particulier of bedrijf zijn.
<p>Technie keuze</p> <p><i>Hoe kunnen we op andere manieren onze woningen en gebouwen gaan verwarmen? Hoe kunnen</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Besparen gaat voor aardgasvrij. Isoleren is altijd goed. Welke eisen worden gesteld aan de isolatiegraad van woningen en gebouwen? Communiceer hierover. Maar denk ook verder dan isoleren: thermostaat lager zetten, ledlampen gebruiken, was ophangen i.p.v. in de wasdroger etc. • Maak een duidelijk onderscheid tussen welke technieken binnen

<p><i>we besparen op aardgas? Wat kunnen inwoners of ondernemers doen? Wat kunnen we samen doen? En wat kan de gemeente doen?</i></p>	<p>10 jaar waar mogelijk zijn en welke pas (of misschien) op lange termijn. Welke opties hebben mensen de komende tien jaar? En wat gebeurt daarna/loont het om te wachten? Sluit alternatieven die nu of op korte termijn nog niet haalbaar zijn niet uit. Biogas of waterstof kunnen op de lange termijn wel mogelijk zijn.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Er is weerstand tegen warmtenetten. Vertrouwen in de maatregel is nodig als deze kansrijk is in een buurt. Daarvoor is voldoende informatie over voordelen, nadelen en kosten nodig. Dit geldt ook voor andere technologische oplossingen: imago is key.
<p>Inhoud van de warmtevisie</p> <p><i>Wat moet in de Warmtevisie Woerden staan? Welke onderwerpen moeten aan bod komen?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Houd bij de uitwerking van de visie rekening met de gebouw- en wijkkarakteristieken. Schrijf op basis van de karakteristieken een plan: wat kan iemand verwachten die een woning heeft uit de jaren 80? Op basis van de oplossingen per gebouw- en wijkkarakteristiek kan er ook een doelgericht communicatieplan worden opgesteld. Neem dit mee in de participatieparagraaf. • Een goede visie zegt in welke richting aardgasvrije oplossing wordt gezocht en ook wat het zeker niet gaat worden. Bied perspectief over wat we van de gemeente mogen verwachten op korte termijn (2022-2030) en lange termijn (2030-2050). Wat moet en wat kan? Bewoners moeten invloed hebben op de eindoplossing. Dit moet je in de visie duidelijk maken, dat creëert draagvlak. De warmtevisie is een richtinggevend startpunt waarin keuzes worden gemaakt, maar niet een uitgewerkt stappenplan. • Maak de inhoud van de warmtevisie behapbaar en toegankelijk wat betreft vorm en taalgebruik. Gebruik hiervoor bijvoorbeeld een infographic waarin je de kern uiteenzet (zonder politiek). Op die manier bereik je burgers met de warmtevisie.