

Buurtacties energiebesparing effectief

Buurtacties zijn inmiddels een beproefd recept om energiebesparing bij woningeigenaren in de bestaande bouw te bevorderen¹. Er is echter nog weinig bekend over de resultaten. In Capelle aan den IJssel zijn er vanaf 2016 zeven buurtacties uitgevoerd die systematisch zijn gemonitord. Dit artikel presenteert een werkwijze voor buurtacties waarmee bij particuliere woningen een energiebesparing kan worden gerealiseerd van circa 20%.

In de Duurzaamheidsagenda 2015-2018 van de gemeente Capelle aan den IJssel zijn vijf samenwerkingsprojecten uitgewerkt. Eén daarvan, het project Energiecampagne Wonen, heeft als doel om bij 1000 particuliere woningen een energiebesparing van 20% te realiseren (1 ton CO₂-reductie per woning per jaar). Dit komt dus neer op een besparing van 1.000 ton CO₂. Het belangrijkste middel om deze doelstelling te bereiken is de uitvoering van in totaal negen buurtacties om bij 400 particuliere woningen een energiebesparing te realiseren van 20%. De besparing bij de overige 600 woningen wordt gerealiseerd met andere acties. In dit artikel wordt dieper ingegaan op de organisatie en de behaalde resultaten van zeven buurtacties in Capelle aan den IJssel in 2016, 2017 en begin 2018.

Opzet en organisatie

Het project wordt getrokken door het Energie Collectief Capelle (ECC) en de gemeente Capelle aan den IJssel. Het ECC is een groep van vrijwilligers die zich inzet om energiebesparing en duurzame energie in Capelle aan den IJssel te bevorderen. Daarnaast is de WoonWijzerWinkel een belangrijke partner in het project. Zij zorgt voor de organisatie van het aanbod van energiebesparende maatregelen en het maken van energiescans. Het ECC vervult

een cruciale rol, namelijk de werving van deelnemers aan de buurtacties en het leveren van onafhankelijk advies en persoonlijke begeleiding gedurende de klantreis, de stappen die een woningeigenaar doorloopt bij het energiezuiniger maken van de eigen woning. De gemeente zorgt voor een projectleider en biedt ondersteuning, met name in de communicatie.

In het project is als eerste stap een analyse gemaakt van buurten met een relatief hoog energieverbruik en hoge CO₂-uitstoot. Er is vervolgens een top tien gemaakt van buurten met een CO₂-uitstoot tussen de 4000 en 6000 kg per woning per jaar. De woningen in deze buurten zijn vooral gebouwd tussen 1960 en 1980 en hebben daardoor ook een relatief hoog gasverbruik. De sociaaleconomische status van de inwoners van deze buurten loopt niet al te ver uiteen. De verwachting was dat in deze buurten het energiegebruik substantieel omlaag kon worden gebracht. Bij de selectie was tevens meegewogen dat de buurt niet te groot is, ca. 200 tot 600 woningen. Met deze omvang was het met de beschikbare vrijwilligers mogelijk om deelnemers te werven door middel van huis-aan-huisbezoeken.

Er is gekozen om te starten met een pilot in de Merelbuurt en de Waardenbuurt.

In de Merelbuurt zijn twee verenigingen van huiseigenaren actief, die graag mewe wilden doen aan de buurtactie en de communicatie met hun leden wilden verzorgen. In de Waardenbuurt, een buurt met circa 235 koopwoningen, werden deelnemers deur aan deur geworven door energieambassadeurs van het ECC. In beide buurten hebben bewonersbijeenkomsten plaatsgevonden. Na de pilot in de Waarden- en Merelbuurt volgden nog vijf buurten. Net als bij de Waardenbuurt vond de werving van deelnemers plaats door eerst een informatiebrief te sturen en vervolgens langs de deuren te gaan.

Voorbereiding

Uitgangspunten voor de uitvoering van de buurtactie zijn: persoonlijke begeleiding van de deelnemers door de energieambassadeurs tijdens de hele klantreis, een concreet aanbod van diverse energiebesparende maatregelen (WoonWijzerWinkel), een deskundig en professioneel advies (door de WoonWijzerWinkel en het ECC) en de mogelijkheid om tegen gereduceerd tarief een energiescan te laten maken. Hiermee worden de deelnemers zo veel mogelijk ontzorgd. Daarnaast is het belangrijk dat de deelnemers voldoende ruimte krijgen voor een persoonlijk en onafhankelijk advies.

Voor de start van de buurtactie is het tevens belangrijk om te kijken of er nog specifieke aandachtspunten in de buurt zijn. Zo is er in Capelle aan den IJssel een programma voor de ophoging van de straten. Omdat dit veel aandacht vraagt van de buurtbewoners en de woningen toegankelijk moeten zijn voor de leveranciers zal bij de planning van de buurtactie hier rekening mee gehouden moeten worden. Ook is het van belang om vooraf

Dr. ir. A. T. Kiewiet, projectleider gemeente Capelle aan den IJssel (anton.kiewiet@ziggo.nl), Ir. A. Kellert project-manager wijkaanpak/adviseur duurzaam bouwen, Woonwijzerwinkel, Ir. D.J.G. Biesta, Drs. A.E.M. Beier en Ing. J.W. Monster zijn lid van het Energie Collectief Capelle, laatstgenoemde is tevens projectmanager duurzame energie.



contacten te leggen in de buurt met het wijkplatform of met bewoners die al energiebesparende maatregelen hebben getroffen. Wellicht is het bij de werving van deelnemers mogelijk gebruik te maken van het buurtnetwerk (bijvoorbeeld via de buurtapp Nextdoor).

Ook is het zinvol om vóór de start van de buurtactie een opname te doen van één of twee representatieve woningen in de buurt. Hiermee wordt geanticipeerd op eventuele specifieke woningkenmerken die van invloed zijn op energiebesparing. Een voorbeeld is de aanwezigheid van water in de kruipruimte of aan- of afwezigheid van spouwmuurisolatie.

Informatiebijeenkomst

Het belangrijkste moment van de buurtactie is de informatiebijeenkomst. Een

goede opkomst is cruciaal, omdat de praktijk uitwijst dat bewoners zich vooral op de bewonersbijeenkomst aanmelden voor verdere stappen. Om een goede opkomst te bewerkstelligen, is een uitgekiende communicatie noodzakelijk. Alle buurtbewoners worden door de gemeente uitgenodigd door middel van een informatiebrief, met daarbij een flyer over de inhoud van de bijeenkomst. Daarnaast wordt de buurtbijeenkomst aangekondigd via een persbericht aan de plaatselijke pers. In de twee weken voor de bijeenkomst gaan vrijwilligers van het ECC de deuren langs om de bewoners te interesseren voor de bijeenkomst. Elke vrijwilliger neemt ongeveer honderd woningen voor zijn/haar rekening en blijft ook aanspreekpunt voor de bewoners gedurende het hele traject. Aan bewoners die interesse tonen, wordt een vragenformulier afgegeven en wordt het e-mailadres

gevraagd. Mocht er in de buurt gebruik worden gemaakt van een app, bijvoorbeeld Nextdoor, dan kan die ook worden gebruikt om bewoners op de informatiebijeenkomst te attenderen. De keuze van een locatie voor de bijeenkomst dicht in de buurt is eveneens belangrijk. Meestal is dit een school of buurtcentrum.

Ook een goede organisatie van de informatiebijeenkomst zelf is belangrijk; opening door de wethouder, registratie bij binnenkomst, workshops met deskundige sprekers, de mogelijkheid voor individueel advies, de inname van de vragenformulieren en de mogelijkheid om direct een afspraak te maken voor een energiescan.

Follow up

Zodra de bewoners hebben ingetekend voor een energiescan of aanvraag van een offerte, start de klantreis. Essentieel



is dat deze reis goed gemonitord wordt en dat hier met de betrokken partijen duidelijke afspraken over worden gemaakt. Wij hebben er voor gekozen om de monitoring eenmaal per week te updaten. Van elke klant worden gegevens bijgehouden van de energiescan, het ECC-advies, de offerteaanvraag, de opdrachtverlening, de uitvoering van de opdracht en de evaluatie ervan. Op deze manier wordt goed gevolgd hoe de voortgang is en of zaken (met name offerteaanvragen) niet te lang blijven liggen. Ook zijn er met de Woonwijzerwinkel en uitvoerders afspraken gemaakt over de termijnen waarop energiescans worden gemaakt en besproken, offertes worden uitgebracht, er nagebeeld wordt en de uitvoering plaatsvindt. De buurtactie krijgt een extra impuls

wanneer er publiciteit wordt gegeven aan de uitvoering van de eerste energiebesparende maatregel.

Resultaten

In Tabel 1 staan de resultaten vermeld van de buurtacties in Capelle aan den IJssel die gehouden zijn in de periode 1-2-2016 tot 1-1-2018 in de Waardenbuurt, Merelbuurt, Dalenbuurt, Eilanden- en Baaienbuurt, Molenbuurt, de Scandinavische en Amerikaanse buurt en de Dichters- en Schildersbuurt; in de tabel respectievelijk genoemd als Waarden, Merel, EiBaai, Molen, ScanAm en DS. Daarnaast staan onder 'Overig' de resultaten van deelnemers die buiten de buurten wonen.

De voortgang van de CO₂-besparing is voor

de verschillende buurtacties elk kwartaal gemonitord door de maatregelen door te rekenen. Hieruit blijkt dat vanaf het begin van de buurtactie het gemiddeld 3 tot 9 maanden duurt voordat bewoners opdracht geven voor een energiebesparende maatregel (zie figuur 1). De meeste maatregelen worden in het tweede kwartaal genomen. Daarna neemt het aantal opdrachten sterk af, maar tot zelfs twee jaar later maken bewoners gebruik van de buurtactie.

In figuur 2 is de verdeling weergegeven van de soort maatregel die de deelnemers hebben genomen. De meeste maatregelen betroffen gevel- en vloerisolatie. Daarnaast was er veel belangstelling voor het ophogen van de kruipkelder met zand of kalkkorrels; een enkele keer gebeurde dit met bodemisolatie. De zonnepanelen kwamen vooral het laatste jaar in de belangstelling, evenals de hybride warmtepomp.

Evaluatie

De buurtactie is geëvalueerd met behulp van een korte enquête. 87 van de deelnemers (ca. 11%) hebben de enquête ingevuld. 72% van de respondenten heeft het contact tijdens de buurtactie zeer positief of positief gewaardeerd. 68% gaf aan dat ze maatregelen hebben getroffen, 32% niet. 45% koos voor isolatie, 32% voor zonnepanelen en 31% voor snelle winstpakkers zoals LED verlichting. 37% wil nog meer doen, 43% misschien. Van de respondenten die geen maatregelen hebben genomen, is 32% nog niet overtuigd of wil meer informatie; 25% vindt de maatregelen te duur of heeft geen geld. De respondenten willen vooral graag meer weten over zonnepanelen, warmtepompen en 'van het gas af'.

Daarnaast is voor de eerste buurtactie in de Waardenbuurt onderzocht of er een verband is tussen de berekende besparing van de uitgevoerde maatregelen en de werkelijke besparing in gasverbruik. Hierbij is gebruik gemaakt van gegevens van Stedin van het gasgebruik in 2015 (voor de buurtactie) en 2017 (na de buurtactie). De gegevens laten

Tabel 1 Resultaten buurtacties Capelle aan den IJssel (stand maart 2018)

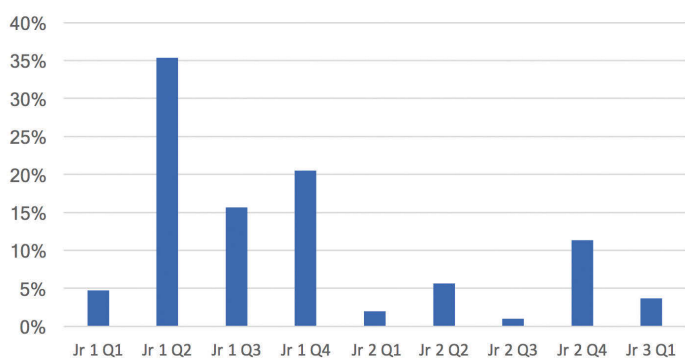
Start buurtactie	feb 16	feb 16	sept 16	feb 17	sept 17	sept 17	feb 18	mrt 2018	
Naam	Waarden	Merel	Dalen	EiBaai	Molen	ScanAm	DS	Overig	Totaal
Aantal woningen	235	589	640	672	402	255	476	14	3283
Besparingsdoel (kg CO ₂ /jr)	23.500	58.900	64.000	67.200	40.200	25.500	47.600	14.000	340.900
Deelnemers ¹	66	104	150	114	65	40	45	14	598
Energiescans	27	63	57	56	35	33	28	6	312
Offertes	102	126	112	134	53	43	9	11	590
Opdrachten ²	72	56	75	111	25	13	4	8	364
Gerealiseerde besparing (kg CO ₂ /jr)	45.464	23.625	53.718	77.003	19.873	9.369	3.652	11.062	243.766
% Besparing t.o.v. doel	193%	40%	84%	115%	49%	37%	8%	79%	72%
Prognose eind 2018 t.o.v. doel (%) ³	200%	50%	100%	130%	60%	60%	80%	80%	93%

1 Het gaat hier om bewoners die in het monitoringssysteem gevolgd worden. Verreweg het grootste deel komt voort uit de bewonersbijeenkomsten.

2 Het gaat hier om de opdrachten die door de Woonwijzerwinkel én derden zijn uitgevoerd.

3 De prognose is gebaseerd op een inschatting van de projectleden en de fase waarin de buurtactie zich bevindt.

Figuur 1 CO₂ besparing bereikt per kwartaal



duidelijk zien dat in de postcodes waar maatregelen getroffen zijn het gasgebruik was teruggebracht. De werkelijke besparing per postcode groep lag zelfs wat hoger dan de berekende. Waar geen maatregelen waren genomen, was er geen besparing.

Discussie en conclusie

De buurtacties in Capelle aan den IJssel leveren in het algemeen goede resultaten op.

Bijna 20% van de bewoners van de buurten doet mee aan de buurtactie en daarvan neemt meer dan de helft ook daadwerkelijk maatregelen. Dit is regionaal gezien een zeer goede conversie. Essentie van dit succes is dat de buurtacties laagdrempelig zijn, er veel persoonlijk contact is met de bewoners, bewoners een concreet aanbod wordt gedaan en de follow up goed georganiseerd is. De inzet van de vrijwilligers van het ECC is wellicht de belangrijkste succesfactor voor de aansprekende resultaten.

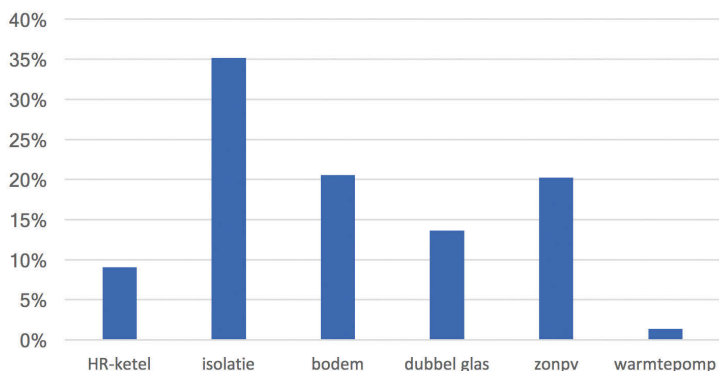
Tegelijkertijd maakt de inzet van vrijwilligers de buurtacties ook kwetsbaar. Bij de buurtactie in de Dichters- en Schildersbuurt

is een tekort aan vrijwilligers opgelost door de inzet van studenten en een uitbreiding van de taken door de Woonwijzerwinkel. De evaluatie laat bovendien zien dat de bewoners de buurtacties positief waarderen. Ook bieden de buurtacties perspectief voor een vervolg. Al met al een mooie basis om met de volgende stap in de verduurzaming aan de slag te gaan: de warmteplannen per wijk.

Overigens lopen de buurtacties in de Molen-, Scandinavische en Amerikaanse, en Dichters en Schildersbuurt nog niet zo lang en de verwachting is dat het aantal opdrachten daar nog verder zal oplopen. De deelname van 20% is landelijk gezien goed te noemen, maar 80% van de bewoners doet dus nog niet mee. Uiteraard zijn er ook bewoners die maatregelen nemen buiten de buurtacties om, maar dit is wel een aandachtspunt. Zeker met de uitdagingen waar we de komende jaren voor staan.

Anton Kiewiet, Dick Biesta, Johan Monster, Arne Beier en Andreas Kellert

Figuur 2 Verdeling soort maatregelen



Tips voor buurtacties energiebesparing

1. Maak vooraf meerjarige afspraken met gemeente, vrijwilligers en kennisloket over gemeenschappelijke doelstellingen en rollen, en leg deze bij voorkeur vast in het gemeentelijk beleid.
2. Maak de buurtacties laagdrempelig door de werving en inzet van vrijwilligers en veel persoonlijk contact.
3. Stem de grootte van de buurtactie af op het aantal beschikbare vrijwilligers.
4. Laat de vrijwilligers de bewoners ook begeleiden gedurende de hele klantreis en na de uitvoering vragen hoe het gegaan is. Ook als er fouten zijn gemaakt, blijft daardoor de beleving van de bewoner en dus de buurt positief.
5. Zorg voor een concreet, helder en zo aantrekkelijk mogelijk aanbod.
6. Meer dan de helft van de bewoners heeft veel tijd (een half jaar of langer) nodig om tot een besluit te komen. Blijf ze benaderen, vooral ook nadat ze een offerte hebben ontvangen.
7. Registreer de voortgang van de beoogde doelstellingen en de klantreis per stap. Koppel dat regelmatig terug naar de vrijwilligers en bespreek de nodige acties.
8. Geef erkenning aan de vrijwilligers door artikelen in de lokale krant. Vier regelmatig de successen met de vrijwilligers en stimuleer ze om deel te nemen aan excursies en congressen (zoals HIER Opgevekt).
9. Aannemers en installateurs zijn de komende jaren druk bezet in een krappe arbeidsmarkt. Heb daar begrip voor. Het duurt allemaal langer en kan niet altijd meer tegen de laagste prijs.

Referentie

1. De Wilde, M. en G. Spaargaren, 2017. Samen op reis naar een energiezuinige woning. Wageningen University & Research rapport, Wageningen.