



# Een vliegende start voor jouw wijk

De Houtense wijkaanpak

# Een vliegende start voor jouw wijk

## De Houtense wijkaanpak

De energietransitie is naast een technische transitie ook een sociale transitie. Het vraagt ons om anders omgaan met de beschikbare duurzame energie én het vraagt om aanpassingen in woningen. EnergieRijk Houten weet dit als geen ander. Buurt voor buurt start zij nieuwe teams op van actieve bewoners om zelf aan de slag te gaan met de energietransitie in hun buurt.

**Energierijk Houten** is een stichting in Houten. EnergieRijk Houten helpt buurtgenoten op weg met het verduurzamen van hun woning. Zij werkt met een grote groep lokale Houtense vrijwilligers. Met veel enthousiasme informeren, ondersteunen en ontzorgen zij bewoners. Dat doen zij onafhankelijk en belangeloos. Met een persoonlijke aanpak en zoveel mogelijk maatwerk. EnergieRijk Houten speelt organisch en flexibel in op wat er speelt en op de mogelijkheden die ontstaan. Met als belangrijkste goed het vertrouwen van bewoners. Hiermee bereikt zij concrete resultaten op weg naar een aardgasvrij Houten.

In dit document vind je het stappenplan van EnergieRijk Houten om een lokale wijkaanpak te starten. Je krijgt concrete tips en tricks. Zo kun je zelf aan de slag om in jouw wijk een succesvolle wijkaanpak op te zetten.

Wil je ook een vliegende start om in je wijk aan de slag te gaan? Neem dan contact op met het servicepunt ([info@servicepuntenergie.nl](mailto:info@servicepuntenergie.nl)) of ga naar [de vliegende start toolbox](#). Je krijgt dan toegang tot de bewerkbare bestanden van de enquête en de flyers zodat je het kan aanpassen voor jouw initiatief.

### Servicepunt Energie

Deze publicatie is gemaakt door Natuur en Milieufederatie Utrecht vanuit het Servicepunt Energie. Het Servicepunt Energie ondersteunt bewonersinitiatieven met het ontwikkelen en uitvoeren van aanpakken voor de energietransitie in de provincie Utrecht. Je kunt bij ons terecht voor adviesgesprekken, hulp bij het aanvragen van subsidie en je bent welkom bij onze cursussen en bijeenkomsten om te leren van andere initiatieven. Het Servicepunt Energie is een samenwerking tussen Natuur en Milieufederatie Utrecht en Energie van Utrecht. Het wordt gefinancierd door de Provincie Utrecht.

Heb je vragen over dit document? Of kun je ondersteuning gebruiken? Stuur een mail naar [info@servicepuntenergie.nl](mailto:info@servicepuntenergie.nl) en we helpen je graag verder!

# Inhoudsopgave

<b>1. Inleiding</b> .....	3
ONTSTAAN WIJKAANPAK.....	3
DE DOELEN.....	3
<b>2. Stappenplan Wijkaanpak</b> .....	5
TIJDSPAD.....	5
<b>3. Stap-voor-stap</b> .....	6
1E STAP – INVENTARISEREN INFO STRAAT, BUURT OF WIJK.....	6
2E STAP – SAMENSTELLEN BEWONERSTEAM.....	9
3E STAP – ENQUETE.....	14
4E STAP – VOORBEREIDING ACTIES / UITVOERING.....	18
5E STAP INFORMEREN EN ACTIVEREN BEWONERS.....	22
6E STAP – EVALUATIE EN VERVOLG.....	23
<b>Aan de slag!</b> .....	25
<b>Bijlage: Mogelijke vervolgacties</b> .....	26

# 1. Inleiding

## ONTSTAAN WIJKAANPAK

In 2015 startte in Houten in de wijk De Hoeven een nieuw bewonersinitiatief. De eerste actie van het initiatief was een enquête voor de hele wijk. De initiatiefnemers belden aan bij buurtgenoten en overhandigden een flyer met een weblink naar de enquête. De communicatieboodschap hierbij was: voor en door buren. Dat leidde tot een respons van meer dan 30%. En belangrijker nog: het werd de start van een succesvol initiatief: De Hoeven Energie. Dit initiatief bereikte veel op het gebied van het isoleren van woningen en het besparen van energie.

3,5 jaar later ontstond het Houten-brede initiatief EnergieRijk Houten. De aanpak "samen met buren in de wijk" werkte goed en smaakte naar meer. Met behoud van de persoonlijke aanpak. Lokale verhalen van betrouwbare buren met vergelijkbare woningen. Dat geeft vertrouwen. Deze verhalen stimuleren bewoners om makkelijk en snel aan de slag te gaan met hun eigen woning.



In de zomer van 2020 ging EnergieRijk Houten aan de slag in de eerste wijk, de Sloten. Later volgden andere wijken en zes jaar later staat de teller op acht wijken. Door de jarenlange ervaring ontwikkelde EnergieRijk Houten een basis wijkaanpak

## DE DOELLEN

EnergieRijk Houten werkt aan de volgende doelen:

1. **Een actief bewonersteam in de wijk.** We werken met een sterke groep lokale vrijwilligers. Vanuit enthousiasme inspireren en ondersteunen zij hun wijk, buurt of straat om in beweging te komen.
2. **Een groot bereik in de wijk.** We bereiken zoveel mogelijk bewoners actief via één of meer van onze communicatieacties. We verzamelen mailadressen. Zo kunnen we bewoners regelmatig informeren over en betrekken bij activiteiten in de wijk.
3. **Een hoge participatiegraad.** De participatiegraad geeft het aantal bewoners aan dat zich actief informeert, zich actief laat informeren over het isoleren van de woning en de bewoners die tot het uitvoeren van maatregelen overgaan.
4. **Een hoge deelnamegraad aan collectieve inkoopacties.** Dit geeft het aandeel bewoners aan dat een maatregel genomen heeft in verhouding tot het totaal aantal potentiële bewoners in de doelgroep.

## RESULTATEN IN HOUTEN

In 2025 activeert EnergieRijk Houten de elfde wijk. In de wijken waar ze actief is bereikt zij 22% tot 80% van de bewoners met een maandelijkse nieuwsbrief. Bij huiseigenaren is het minimale bereik meer dan 30%. Huurders zijn lastiger te motiveren om mee te doen. Een bereik van 10% huurders is al heel mooi.

Een groot bereik zorgt voor deelname aan activiteiten zoals informatiesessies, gesprekken en inkoopacties. Ook ontstaan er in de geactiveerde wijken meer collectieve warmte-initiatieven. Er ontstonden bijvoorbeeld twee miniwarmtenet-initiatieven. En een groot Zeerlagetemperatuur (ZLT)-bronnet initiatief. Die laatste leidde tot een eerste spin-off met serieuze plannen: de Coöperatie Buurtwarmte Houten.



Foto 1: Burendag in de oorden

Een van de lessen van deze projecten is dat er financiering nodig is voor de inzet van professionals om de wijk te activeren. Maar dat er ook zeker geld nodig is voor het in beweging houden van de wijk. Die financiële middelen passen vaak niet in subsidievoorwaarden. De activiteiten in deze fase lijken namelijk niet innovatief en nieuw. Maar ze zijn essentieel voor een lange termijn effect. De opstart en de eerste activiteiten kunnen binnen een jaar plaatsvinden. De periode daarna is belangrijk om het proces gaande te houden.

### Hybride organisatie en andere voorwaarden

Een succesvolle wijkaanpak vraagt om een hybride organisatie. Dat betekent dat de bewonersteams en alle andere betrokken vrijwilligers ondersteuning krijgen van professionals. Deze professionals helpen de vrijwilligers op het gebied van organisatie, communicatie en administratie. Dit zijn taken die continuïteit vereisen. Bovendien zijn hiervoor vaak moeilijk vrijwilligers te vinden. De inzet van professionals bewaakt de voortgang. Zo kunnen de bewonersteams de dingen doen waar ze plezier en voldoening aan beleven. Bovendien blijft de benodigde tijdsinzet acceptabel voor de vrijwilligers.

Een hybride organisatie heeft geld nodig om de professionele krachten te kunnen betalen. Hiervoor kun je subsidies aanvragen. Of steunen op giften (denk aan een lokaal duurzaamheidsfonds).

In een hybride organisatievorm zorgen de professionals en vrijwilligers samen voor het resultaat. Mis je één van beiden, dan is de kans op succes een stuk kwetsbaarder.

## 2. Stappenplan Wijkaanpak

Welke activiteiten moet je uitvoeren om een vliegende start met je wijkaanpak te maken? Volg deze stappen en je hebt aan het einde een actief en enthousiast buurtteam om aan de slag te gaan.



### TIJDSPAD

Alle stappen kunnen in principe binnen 6 maanden uitgevoerd worden. Het is daarbij belangrijk om te bedenken op welk moment je de enquête uit wil zetten. Een goed startmoment is het najaar. De koude periode helpt bewoners namelijk om tot actie over te gaan. Uit ervaring blijkt dat er minder animo is voor isolatie en warmteactiviteiten in de periode mei-september. De enquête kan ook prima in het voorjaar uitgezet worden. Het liefst ruim voor de zomervakantie. Bij voorkeur koppel je de resultaten dan na de zomervakantie terug. De activiteiten kunnen vervolgens in het najaar starten.

Wordt je focus niet isolatie, maar groene daken? Dan hebben bewoners daar in het voorjaar en de zomer juist wel belangstelling voor. Het belangrijkste is: denk na over een voor de bewoner logisch moment. Dat komt niet altijd overeen met wat vanuit jullie als bewonersinitiatief logisch lijkt. Isoleren in de zomer is juist slim, maar helaas komen daar weinig bewoners op af.

Stelt de overheid nieuwe prioriteiten of stijgt de gasprijs plotseling? Dan kunnen mensen opeens heel ander gedrag laten zien. Het voorgestelde tijdspad is dan opeens niet meer actueel.

## 3. Stap-voor-stap

### 1E STAP – INVENTARISEREN INFO STRAAT, BUURT OF WIJK

#### Keuze wijk

In deze eerste stap maak je een analyse van de wijken en buurten in de gemeente. Gebruik hiervoor bijvoorbeeld de BSR-leefstijlen. En bekijk technische data via verschillende websites. Daarnaast inventariseer je of er enthousiastelingen bekend zijn die bij willen dragen aan de wijkaanpak. Op basis van deze analyse besluit je met welke wijk je aan de slag wil.

Stap 1 – Inventariseren info straat/ buurt/ wijk	
Beoogd Resultaat:	Keuze van een wijk
Materialen:	Website alle cijfers en BSR-data die context bieden

#### Het BSR leefstijlen-model en de analyse

Het BSR leefstijlen-model energietransitie<sup>1</sup> van het bureau Market Response kan je helpen om te bepalen welke wijk je kiest. Vaak is deze tool via je gemeente beschikbaar. De data van de leefstijlen zijn waardevol, maar moeten niet alleen leidend zijn. Een goed gevoel voor de wijk kan ook een goede start zijn. Of misschien is er een concrete aanleiding zoals asbest in de huizen, het vergroenen van de openbare ruimte of wateroverlast. Twijfel je tussen een aantal wijken? Dan kunnen de BSR data je helpen om te kiezen in welke wijk je start.

<sup>1</sup> <https://marketresponse.nl/bsr/bsr-lifestyles/bsr-energietransitie/>

## Een leefstijlen analyse (BSR)

Een leefstijlen analyse laat zien hoe de verdeling van de verschillende leefstijlen in de wijk is. De leefstijlen zeggen iets over hoe gemotiveerd de bewoners in deze wijk zijn om te verduurzamen. En dus om aan de slag te gaan met energie besparen en het werken aan een aardgasvrije manier van wonen (individueel of als groep). Daarbij geeft de verdeling in wijk ook inzicht in hoe je de bewoners het beste kunt benaderen en overtuigen. En welke communicatietoon en -middelen je daarvoor kunt gebruiken.

In het algemeen geldt dat:

- de leefstijl rood (**Vooruitstrevende Veronique**) het meest intrinsiek gemotiveerd is.
- de leefstijl blauw (**Berekenende Bryan**) goed meedoet als hij overtuigd wordt met cijfers en bewijs.
- de leefstijl oranje (**Dynamische Daphne**) meedoet als je rekening houdt met de beperkte tijd van deze groep.
- de leefstijl lime (**Welwillende Wilma**) ook intrinsiek gemotiveerd is en meedoet. Zij wordt geremd door de overtuiging dat ze al veel doet en het allemaal niet te snel moet gaan.
- de leefstijl geel (**Hulpbehoevende Hester**) niet uit zichzelf begint, maar wel meedoet als het vooral 'samen' gaat.
- de leefstijl groen (**Afwachtende Andre**) de meest moeilijke is om mee te krijgen. Hier veel klimaatntkenners. Zij moeten op een andere manier gemotiveerd worden (financieel of 'actie tegen het systeem').

## Les uit de praktijk: Keuze met leefstijlen analyse

"Ondertussen gebruiken we het BSR model bij het kiezen van wijken voor een wijkaanpak. We combineren dit altijd met de andere genoemde factoren (bouwjaren, inkomen, leeftijd bewoners, en bovenal: al aanwezig EnergieRijk netwerk in de wijk).

In de wijk de Borchten maakten we op deze manier begin 2025 meteen een groot bewonersteam enthousiast. De wijk-enquête was binnen een mum van tijd uitgerold. Zowel de bewoners van het bewonersteam als de bewoners die de voordeur opendeden, waren positief over het initiatief. Er was een grote respons op de enquête. En de wijk heeft onlangs een eerste goed bezochte informatieavond over verduurzaming achter de rug.

Het advies na de leefstijlenanalyse: "Interessante wijk voor Houten, kijkt behoorlijk af: heel veel rood en iets minder blauw. Zeker een wijk om iets te doen. Dat wil zeggen: verduurzamen en bewegen richting aardgasvrije manier van verwarmen, met eerst nog focus op isolatie."

### Les uit de praktijk: Keuze zonder leefstijlen analyse

"In 2020 begonnen we in de wijk de Sloten met een wijkaanpak. Dit was de eerste wijk waar we startten. We hadden destijds goede redenen om voor die wijk te kiezen. We kenden namelijk een aantal bewoners en een energieambassadeur in die wijk die enthousiast waren. Via hen wisten we dat de buurt samen wilde uitzoeken hoe de gevelpanelen van de Sloten-huizen vervangen konden worden. Ook wisten we dat er nog veel oud-dubbel glas in de de huizen zat. En dat de vloerisolatie vrij goed was, maar dat bodemfolie veel vochtproblemen kon oplossen. Deze maatregelen sloten mooi aan bij de inkoopactie isolatie die toen liep via EnergieRijk Houten. De seinen leken dus op groen te staan.

Toch hadden we in de praktijk een moeizame start. De wijk-enquête kwam niet goed van de grond. Ook het in beweging krijgen van de wijkbewoners ging niet van harte. Terwijl het team enthousiast was. We dachten toen dat het te maken had met de Coronapandemie. In 2023 maakten we daarom een herstart met het team. Weer gingen we de wijk in met de de wijk-enquête. En weer bleef het moeizaam gaan.

Ondertussen werden de leefstijlen data van BSR geïntroduceerd. Uit de analyse bleek dat de Sloten allesbehalve een 'gemakkelijke' wijk was om te starten met een wijkaanpak. Degene die ons hielp met de analyse schreef: "Hier veel geel en groen. Dat betekent weinig actie of geloof in klimaatverandering. Dit lijkt een hele lastige wijk om te beginnen. Van alle wijken zou ik hier als laatste beginnen"

### Technische data

Via verschillende websites verzamel je informatie over een wijk. Gebruik hiervoor bijvoorbeeld [www.allecijfers.nl](http://www.allecijfers.nl). Kijk onder andere naar:

- aantal woningen
- bouwjaar
- energielabels
- huur/koop/VVE/monumenten
- energieverbruik
- aantal bewoners
- samenstelling leeftijden
- inkomenshoogte
- politieke voorkeuren



Foto 2: Burendag in de Campen

Deze informatie geeft een beeld van de wijk. Het helpt mee om de keuze voor een wijk te maken. Later in het proces geeft het waardevolle informatie om een wijk en haar bewoners beter te begrijpen. Hiermee kun je gerichtere acties nemen.

## 2E STAP – SAMENSTELLEN BEWONERSTEAM

Stap 2 Samenstellen bewonersteam		A. Inventariseren en benaderen potentiële vrijwilligers in de wijk
Beoogd Resultaat:		Afspraak gemaakt met een x-aantal bewoners voor een kennismakingsgesprek
Materialen		Script voor bellen mogelijke mensen buurtteam

### A. Inventariseren en benaderen potentiële vrijwilligers in de wijk

Heb je als coördinerend team een keuze gemaakt voor de wijk? Dan kun je de wijkbewoners voor het bewonersteam gaan benaderen. Je kunt hiervoor denken aan:

- Vrijwilligers uit je organisatie (energieambassadeurs, energiecoaches, etc.)
- Oud-vrijwilligers
- Mensen uit andere netwerken (van het schoolplein, van de kinderopvang, via je kinderen, sport- of andere verenigingen, etc.)
- Mensen uit je mailbestand van geïnteresseerden: Wie van deze mensen komt vaak naar bijeenkomsten of neemt deel aan een activiteit? Bel hen om te polsen of ze willen helpen.
- Een oproep in je nieuwsbrief of in lokale media kan ook nieuwe mensen opleveren.

Houd een lijstje bij van informele gesprekken die je hebt gevoerd met bewoners. Houd altijd je oren en ogen open voor mogelijke bewonersdeelname aan een wijkteam. Vooral als bewoners bij een ontmoeting (bijvoorbeeld op een algemene informatieavond, een activiteitenmarkt of als ze je herkennen tijdens een wandeling) vertellen dat ze zelf al veel aan hun woning hebben gedaan. Dit kan een aanwijzing zijn dat ze bereid zijn om hun kennis en ervaringen breder te delen en om hun buuren ook enthousiast te maken.

Volg het script zodat je de juiste vragen stelt aan de mensen. [Download het script hier.](#)

De beste aanpak voor het benaderen van mensen is rechtstreeks en persoonlijk. Doe dit bij voorkeur telefonisch of via een whatsapp of signal bericht. Mailen is te vrijblijvend. Het zijn mensen die je goed of enigszins kent, dus bellen is niet vreemd.

Begin bij de mensen die je het beste kent. Bijvoorbeeld bij de vrijwilligers uit je organisatie. Je houdt het eerste telefonische contact simpel. Je vertelt kort wat het plan is. Je vraagt of ze willen helpen om het eerste contact in de buurt te leggen. En om op te halen wat mensen graag voor de buurt wensen. Zo houd je de gevraagde bijdrage aan de mensen klein. Als ze het leuk blijken te vinden, dan blijven ze later betrokken. Zo niet, dan is dat natuurlijk ook prima.

Je vraagt ook of ze nog anderen in hun straat of in hun buurt kennen van wie ze denken dat diegene wil aansluiten. En je bespreekt of zij die persoon zelf willen benaderen. Je nodigt ze uit voor een kennismaking met elkaar en jullie initiatief. Dit kan bij iemand thuis of in een buurthuis of energiehuis.

Om een zekere stabiliteit en slagkracht te hebben is het slim om naar minimaal 5 bewoners in het team te streven. Bij voorkeur uit verschillende straten in de wijk. Per teamlid zijn 50-70 adressen goed te bezoeken in 2-3 middagen of avonden. Bij een grotere wijk is een groter team wenselijk. Afhankelijk van de grootte van de wijk is het handig om meer tijd in de beginfase te besteden om een groter team te bouwen.



Foto 3: Wijkactie in de Sloten

## B. Eerste kennismaking bewonersteam

Stap 2 Samenstellen bewonersteam	B Eerste kennismaking bewonersteam
<b>Beoogd Resultaat:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- enthousiast bewonersteam</li> <li>- heldere afspraken, ingevulde afsprakenlijst</li> </ul>
<b>Materialen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- voorbeeld enquête</li> <li>- voorbeeld flyers <a href="#">2</a> en <a href="#">3</a></li> <li>- korte presentatie</li> <li>- afsprakenlijst (<a href="#">bijlage 3</a>)</li> </ul>

De mensen die je benaderd hebt, zijn nu bij elkaar voor een eerste kennismaking. Het is belangrijk dat ze van elkaar horen wie ze zijn en waarom ze hier zijn. Zorg hierbij voor een gespreksleider.

Agenda van de avond:

- Kennismaking
- Netwerken in de buurt
- Ervaring wijkaanpak
- Kengetallen en bewonerstypen van de wijk
- Voorbeeldenquête en flyer met QR code
- Langs de deuren gaan!
- Afspraken maken

## Vorbereiding vooraf

Het bewonersteam gaat kennis met elkaar maken. Bereid dat goed voor. Bijvoorbeeld met een korte presentatie om een beeld te schetsen van de wijk. Zoek belangrijke kengetallen van de wijk op om samen een helder beeld van de wijk te krijgen. Geef ook het overzicht met BSR typen in de buurt met de korte beschrijving. Dat kan in powerpoint, een flipover of met een ander medium. Zie [voorbeeld 1](#) van mogelijke informatie om te benutten.

Het is handig om concrete voorbeelden van eerder gebruikt communicatiemateriaal bij de hand te hebben. Denk aan een flyer over de enquête en over een eerste actie in de wijk daarna. Of een uitgeprinte nieuwsbrief. Kortom: voorbeelden van andere soortgelijke initiatieven.

## De kennismaking

Vertel duidelijk wat de reden is voor de bijeenkomst. Start met een rondje om te vertellen wie iedereen is, bijvoorbeeld met deze punten:

- > Wat is je naam?
- > Waar in de wijk woon je?
- > Hoe lang woon je al in de wijk?
- > Heb je wel eens met je burens gepraat over verduurzaming?

### Valkuilen

#### Onduidelijk doel

Ervaring leert dat bij de eerste bijeenkomst ook bewoners komen waarvoor het idee toch nog niet helemaal duidelijk is. Ze denken dat het een bijeenkomst is om voor hun eigen huis de verduurzamingsstappen te bespreken. Het is dus goed om bij de startbijeenkomst duidelijk het doel te benoemen.

#### Lange verhalen

**Let op!** Tijdens het voorstelrondje is het verleidelijk om te vragen wat iemand al gedaan heeft aan zijn/haar huis. Het gevolg is vaak dat je lange verhalen krijgt.

Mensen hebben de neiging om uitgebreid te vertellen wat ze allemaal al verduurzaamd hebben in hun huis. De gespreksleider heeft als taak om dit voor te zijn. Bijvoorbeeld door mensen te vragen die verhalen te bewaren tot het einde van de avond in een informeel deel. Doe je dit niet, dan ben je al snel 1,5 uur verder. Dat kan ook, dat is een keuze. Maar dan heb je nog een overleg nodig om tot actie te komen. En sommige mensen haken na zo'n eerste kennismaking dan al af omdat het niet concreet genoeg is. Zie ook de valkuilen hieronder.

#### Tips

- Je kunt dit beperken door te zeggen dat jullie afsluiten met een rondje: dit heb ik al gedaan.
- Je kunt ook vragen de meest recente maatregel te noemen. Of de maatregel waar ze het meest tevreden mee zijn.

## Netwerken in de buurt

Inventariseer samen of er actieve organisaties of mensen in de wijk zijn. Kun je hen betrekken? Ook appgroepen per straat of buurt zijn handig om te kennen. Het is fijn om sociale cohesie in de wijk te benutten. Is die er niet? Geen probleem, je komt ook verder zonder bestaande verbanden. Deze wijkaanpak zorgt namelijk voor nieuwe connecties.

## Ervaring wijkaanpak

Vertel in de bijeenkomst dat er al veel ervaring is met deze wijkaanpak. En dat de eerste stap is om informatie en wensen bij de bewoners op te halen. Dat wil je via een online enquête doen. Deel dat dit eerder in andere wijken of andere gemeenten heel effectief bleek. Hiermee krijg je een goed beeld van de wijk. En je bouwt bereik op.

De enquête kunnen jullie gemakkelijk kopiëren van een eerdere actie of initiatief. Spreek af dat je een voorbeeldversie van de enquête deelt met het team. Dit is een concept dat aangepast kan worden voor de lokale situatie.

## Kengetallen en bewonerstypen van de wijk

Je presentatie met kengetallen over de wijk heb je achter de hand. Je deelt deze op een passend moment om samen een beeld te schetsen van de wijk.

## Voorbeeldenquête en flyer met QR code

Om mensen uit te nodigen om de enquête in te vullen, is een flyer met informatie en een QR-code effectief. Kies hierbij de insteek: voor en door bewoners, voor en door de buurt. Maak daarbij een foto van het buurtteam op een herkenbaar punt in de wijk. Zie voorbeelden van flyers: [voorbeeld 2](#) en [voorbeeld 3](#).

**Tip!** Vraag de toolbox 'Vliegende start' aan via Servicepunt Energie en ontvang de bewerkbare enquête in GoogleForms.

## Langs de deuren gaan!

De meest effectieve manier om veel reacties op de enquête te krijgen, is persoonlijk langs de deuren gaan in je eigen straat en net daar om heen. Mensen kennen jouw gezicht. De ervaring leert dat mensen positief reageren en er leuke gesprekjes zijn aan de deur. Zelfs mensen die het spannend vinden, hebben leuke ervaringen.

Tip: Qua tijdsinzet moet je niet ingaan op uitnodigingen om even binnen te komen. Daarnaast is er soms een bewoner die onaardig is, maar dat is echt zeldzaam. Bij de volgende stap vind je een script om je op weg te helpen.

## Afspraken maken

In deze stap maak je samen afspraken over:

- Wie denkt mee over en geeft feedback op de concept enquête?
- Wie kijkt mee bij de concept flyer?
- Wie inventariseert de straten in de wijk en maakt een verdeling voor de benadering?
- Doet iedereen mee in de appgroep? (Handig voor snelle communicatie)
- Wanneer maken we een foto voor de flyer? (Dit is vaak handig rond etenstijd. Het is in 5 minuten klaar en het is leuk als zoveel mogelijke teamleden hierop staan.)
- Wanneer is de volgende afspraak van een half uur voor de verdeling van de flyers?
- Wat is de einddatum van de enquête? (4-6 weken vanaf het uitdelen werkt vaak goed.)
- In welk(e) week(end) gaat het team de enquête uitdelen?
- Al met al heb je aan het eind van de eerste bijeenkomst een reeks afspraken gemaakt met elkaar (download hier [bijlage 3 afsprakenlijst](#)). Alle punten staan dan op een rij. Het kan zijn dat je dit in twee bijeenkomsten verdeelt, dat is natuurlijk ook goed. Let wel op de mensen die graag snel spijkers met koppen willen slaan.

## C. Voorbereiden flyer over enquête

Stap 2 Samenstellen bewonersteam	C Voorbereiden flyer over enquête
Beoogd Resultaat:	- Flyer gereed en akkoord bewoners - Planning voor communicatie
Materialen	- Voorbeeld flyers - <a href="#">Voorbeeld planning</a> voorbereiding en communicatie enquête

Tijdens de eerste bijeenkomst maakten jullie afspraken over het opstellen van een enquête-flyer. Je kunt nu de flyer invullen met tekst en beeld. Denk aan: informatie over het bewonersteam en hun motivatie, contactinformatie, het doel van de enquête en hoe deze in te vullen. Voeg er een foto aan toe van het bewonersteam. Neem ook een QR-code op en een (verkorte) link naar de enquête. Het is handig om een tijdsplanning te maken. Zo heb je de deadlines voor invullen, ontwerp en aanleveren bij de drukker goed op een rij.

Houd in de planning rekening met:

- Het fotomoment van het bewonersteam.
- Eén of twee feedbackrondes met bewonersteam over de inhoud van de flyer.

Dit kan via mail of Whatsapp.

- Het drukken van de flyer.
- Een bijeenkomst om de flyers te verdelen en te bespreken hoe iedereen langs de deuren gaat.
- De verdere promotie rondom de uitrol van de enquête.

Download [voorbeeld 4](#) voor het overzicht van de planning van deze werkzaamheden.

**Tip!** In de [toolbox 'Vliegende start'](#) zit een flyer die je zelf kan aanpassen voor jouw initiatief via een bewerkbaar bestand in Canva.

## 3E STAP – ENQUETE

De derde stap is het uitzetten van de enquête bij bewoners. Doel van de enquête is het ophalen van informatie over genomen maatregelen, behoeften en wensen van bewoners.



**Hallo fijne buur!**

Wij zijn een initiatief uit de wijk die zich inzet voor het vergroenen van onze woningen en buurt. Denk aan energiebesparende maatregelen, woningisolatie, groene daken en gevels, wateropvang en andere verduurzamende maatregelen die we samen kunnen nemen.

**Waarom?** Omdat we samen meer, sneller en goedkoper acties kunnen uitvoeren voor onze huizen en woonomgeving.

**Ons doel?** Energie besparen, comfort verbeteren en een bijdragen leveren aan een fijnere buurt. Wij zelf hebben al veel uitgezocht en gedaan, en we vinden het leuk en zinvol om dit met jullie te delen, zodat ook jullie hiervan kunnen profiteren.

**Wil je onze enquête invullen?**

Graag willen we weten:

- Wat jullie zelf al hebben gedaan om jullie woningen te verduurzamen.
- Waar jullie interesse ligt om meer over te weten.
- Welke wensen jullie hebben voor acties die we samen zouden kunnen uitvoeren of met behulp van andere organisaties.

We willen hiermee beter weten wat er leeft in onze wijk op het gebied van het verduurzamen van woningen en het vergroenen van de buurt. Zo kunnen we onze activiteiten op jouw wensen afstemmen. Via deze vragenlijst weten we waar we jou mee kunnen helpen!



PLAATS  
HIER DE  
QR-CODE  
NAAR DE  
ENQUETE

Koopwoning



PLAATS  
HIER DE  
QR-CODE  
NAAR DE  
ENQUETE

Koopwoning met VVE



PLAATS  
HIER DE  
QR-CODE  
NAAR DE  
ENQUETE

Huurwoning

 [servicepuntenergie.nl](http://servicepuntenergie.nl)

### A. Vormgeven en aanpassen enquête

Stap 3 Enquête	A. Vormgeven en aanpassen enquête
Beoogd Resultaat:	- Materiaal (Enquête en flyer) klaar voor actie
Materialen	- Enquête met diverse mogelijke routes, ready to go - Flyer om mee langs de deuren te gaan

De enquête bestaat uit een aantal onderdelen met vragen over:

- type en leeftijd woning
- data over de woning en wensen en behoeften
- uitvoering eenvoudige bespaarmaatregelen (isoleren, ventileren, verwarmen, zelf energie opwekken, energie opslaan)
- mogelijke koppelkansen
- inventarisatie ideeën
- interesse om bij te dragen in team
- interesse in ontvangen rapportage en nieuwsbrief

Uit ervaring blijkt dat de respons uit VVE's te laag is om daar conclusies uit te trekken. Om deze reden is het niet aan te raden om VVE's mee te nemen in de enquête. Tenzij een VVE-bestuur enthousiast is en graag mee wil doen met het verspreiden van de enquête.

De enquête is al in meer dan elf wijken uitgevoerd. Na elke keer verbetert EnergieRijk Houten de enquête verder. En past deze aan op basis van actuele ontwikkelingen en wensen in de betreffende wijk. Koppelkansen en routes - voorbeelden van aanpassingen enquête

In de wijk kunnen uitdagingen zijn die niet direct iets met energie of warmte te maken hebben. Dit zijn koppelkansen. Bewoners waarderen het enorm als die meegenomen worden bij het inventariseren. Voorbeelden zijn:

- gevelpanelen die aan vervanging toe zijn
- kalksteenmuren die regelmatig geïmpregneerd moeten worden
- drainage problemen in de kruipruimte/tuin/straat
- het vervangen van dakpannen
- het aanpakken van voegwerk/vochtuitslag op de buitenmuren
- of het vervangen van voordeuren

In iedere wijk is de samenstelling van het type woningen anders. Dit vraagt maatwerk voor het verloop van de enquête. Wij hebben nu vier verschillende routes in de enquête:

- voor koophuizen
- voor huurders
- voor VVE-bewoners
- voor monumenten

## B. Met de flyer langs de deuren in de wijk

Stap 3 Enquête	B. Met de flyer langs de deuren in de wijk
Beoogd Resultaat:	- Meer dan 30% van de doelgroep heeft de enquête ingevuld
Materialen	- <a href="#">Script</a> langs de deuren - Promotie via diverse kanalen - Herinneringsflyer 1-2 weken vóór de deadline

De enquête en de flyer zijn klaar. De straten zijn verdeeld. En jullie hebben een week afgesproken waarin jullie langs de deuren gaan. Het is tijd om bewoners in de wijk te vragen de enquête in te vullen!

Het team komt zoals afgesproken een half uur bij elkaar om flyers op te halen en te verdelen. Tijdens dit korte overleg nemen jullie het script voor bij het aanbellen door (Download het voorbeeldscript: [bijlage 4](#)).

Om wijkbewoners aan te sporen de enquête in te vullen, kun je extra promotiemiddelen inzetten (download [bijlage 5](#) voor tips en tricks communicatie) . Bijvoorbeeld:

- bericht in het lokale krantje ([voorbeeld 5](#))
- lichtkrant in de gemeente
- posters in de wijk en op algemene plaatsen ([voorbeeld 6](#))
- digitale nieuwsbrief naar de al bekende mailadressen in de wijk
- bericht in communicatiekanalen van andere organisaties in de wijk, bijvoorbeeld een wijkcentrum
- een bericht in de appgroepen in de straat en wijk
- social media, zoals Nextdoor

**Tip: Verspreid een herinneringsflyer**

Doe één tot twee weken voor het einde van de responstijd een herinneringsflyer bij iedereen in de wijk in de bus. Een A5 van 135-170 grams papier is goed door een brievenbusklep met borstel te duwen. Deze keer is het niet nodig om aan te bellen. Hoe vaker mensen de uitnodiging via verschillende promotiekanalen onder ogen krijgen, hoe groter de kans dat ze de enquête invullen. Uit onderzoek blijkt dat de respons groter is als mensen 7 keer iets onder ogen krijgen.

Zie voorbeeld 7 [herinneringsflyer](#) en [voorbeeld herinneringsflyer 8](#). Heb je al mailadressen in de wijk? Dan kun je daar ook een herinnering naar sturen. Ook in appgroepen kun je herinneringen delen.

### C. Uitwerken enquête tot rapportage

Stap 3 Enquête	C. Uitwerken enquête tot rapportage
<b>Beoogd Resultaat:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Helder rapport met conclusies</li> <li>- Lijst met namen van potentiële nieuwe vrijwilligers</li> <li>- Lijst met mailadressen om toe te voegen aan het mailingbestand</li> </ul>
<b>Materialen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Voorbeeldrapportage</li> </ul>

De antwoorden op de enquête zijn binnen. Inventariseer voorafgaand aan het uitzetten van de enquête wie er ervaring heeft met het verwerken van onderzoeksgegevens of grote hoeveelheden data. En wie het leuk vindt om hier een rapportage van te maken. Het kan ook zijn dat een vrijwilliger

uit een andere wijk hier heel goed in is en dit voor meerdere wijken wil doen. Een diversiteit aan vrijwilligers is goud waard.

Het is belangrijk om een feitelijk verslag te maken van de onderzoeksgegevens. In een apart hoofdstuk kun je dan conclusies trekken. Combineer de feiten met contextinformatie. Zo vergroot je de meerwaarde. Zie [voorbeeld 9](#) van een uitgebreide rapportage die voor de wijk de Borchten is gemaakt.

**Tip!** Een versimpelde bewerkbare versie van een rapportage is in de [toolbox 'Vliegende Start'](#) beschikbaar via Servicepunt Energie.

Denk bij het verwerken van de resultaten verder aan het volgende:

- Uit de enquête kun je ook namen en contactgegevens van potentiële nieuwe teamleden halen. Handig om hier al snel een lijst van te maken.
- Er kunnen ook opmerkingen uit de enquête naar voren komen die belangrijk zijn om op te volgen.
- In de enquête kunnen bewoners aangeven dat zij een nieuwsbrief van het initiatief willen ontvangen. Voeg deze bewoners toe aan de maillijst.

#### **Bottleneck**

De rapportage kan een bottleneck zijn en het proces enorm vertragen. Als er geen bekwame rapportage-maker is, komt het rapport er niet of niet op redelijke termijn. Het is dus essentieel om al vroeg in het proces te zoeken naar een vrijwilliger die deze rapportage kan en wil maken. Het maken ervan vraagt een flinke tijdsinvestering in korte tijd. We hebben gemerkt dat mensen die in hun loopbaan eerder als onderzoeker of dataverwerker (datacruncher) actief waren veel plezier halen uit het maken van de rapportage. Als je zo iemand vindt, is deze persoon van grote waarde voor meerdere wijken en projecten. Bijvoorbeeld ook voor het analyseren van data uit inkoopacties tot een resultaatoverzicht.

Gezien de benodigde tijdsinvestering raden we af om dit door betaalde krachten te laten uitvoeren. Die kun je beter voor het begeleiden van het wijkaanpakproces benutten.

## 4E STAP – VOORBEREIDING ACTIES / UITVOERING

### A. Benaderen nieuwe mensen en uitnodigen voor afspraak onder B

Stap 4 Voorbereiding acties en uitvoering	A. Benaderen nieuwe mensen en uitnodigen
Beoogd Resultaat:	- Vergroten en verstevigen bewonersteam
Materialen	- Lijst met potentieel geïnteresseerden

Een belangrijk resultaat uit de enquête is de namen van bewoners die hebben gezegd bij te willen dragen aan het wijkproject. Mensen gaven daarbij aan welk interessegebied of welke ideeën ze hebben. Maak een lijst van deze namen, met adresgegevens en interessegebied. En houd de status van het contact bij.

Bel deze mensen op om ze te betrekken. Met persoonlijk contact bereik je meer dan met een mail. Lukt dit niet, stuur dan een mail of app. Check met het team wat hun netwerk is in de wijk. Welke buurtgenoten kennen ze? Verdeel vervolgens de namen om contact te leggen.

Het doel is om deze mensen uit te nodigen voor:

- een informele kennismakingsbijeenkomst bij een teamlid thuis (dus in de wijk)
- of een volgend overleg van het buurtteam

#### Les uit de praktijk: Enthousiaste bewoner in 2022 en 2025!

Zo waardevol is de informatie uit de enquête. In 2022 werd in de Oorden de grote wijk enquête uitgerold. Bijna een kwart van de 147 respondenten gaf aan op één of andere manier hun kennis en/of kunde te willen inzetten voor het initiatief. Uit deze groep komen ook in 2025 nog waardevolle bijdragen. Zo werd in november 2025 een bewoner benaderd die in 2022 aangaf graag buurtbewoners meer te vertellen over zijn hybride warmtepomp. Hij was nog steeds enthousiast en stelde zijn huis eind november open voor een warmtepomp-wandeling door de wijk.

### B. Samenkomen met bewonersteam

Stap 4 Voorbereiding acties en uitvoering	B. Samenkomen met het bewonersteam
Beoogd Resultaat:	- groter bewonersteam - keuze volgende actie, - plan voor meerdere acties - (bij voorkeur: ondersteuning door professionals)
Materialen	- Lijst met opties. - Voorbeelden terugkoppeling

## **Kennismaken met potentiële nieuwe teamleden**

De eerste informele bijeenkomst met potentiële nieuwe teamleden is bedoeld om kennis te maken. Hier hoor je waar interesses van mensen liggen en welke aanknopingspunten er zijn om aan te sluiten. Ook krijg je een beeld van waar iemand mee bezig is en welke wensen en soms dromen ze voor de toekomst hebben.

Enthousiasme is essentieel. Als het bestaande team enthousiast is, komt dat over op geïnteresseerden. Mensen willen dan eerder aanhaken. Zijn of worden potentiële teamleden niet enthousiast? Dan is het goed om niet verder te gaan met elkaar en afscheid te nemen. Het is belangrijk dat mensen plezier hebben in de activiteiten. Het is tenslotte vrijwilligerswerk. Als je plezier uitstraalt, maak je bovendien meer impact. Je krijgt als team dan samen meer voor elkaar in de wijk.

Wil iemand aansluiten bij het team? Vraag dan of ze in de team-appgroep willen. Zo kun je ze verder betrekken bij alle activiteiten en bij het team. En nodig ze natuurlijk uit voor het eerstvolgende buurt-teamoverleg.

## **Bespreken conclusies rapportage**

Plan een bijeenkomst met het team als de rapportage met de resultaten van de enquête klaar is. Je kunt dan de resultaten met elkaar bespreken. Grijp deze kans aan om de concept conclusie aan te passen of verder uit te werken. Uit de rapportage volgen inzichten die vorm geven aan het vervolgtraject. Welke wensen en behoeften leven er in de wijk? Welke vervolgactiviteiten passen hierbij? Het is goed om hier met het hele team bij stil te staan.

## **Terugkoppelen rapportage naar bewoners**

De resultaten van de enquête wil je ook terugkoppelen naar de wijkbewoners. Het is handig om dit direct te koppelen aan de eerste actie(s) die je wilt doen in de wijk. Informatie en een handelingsperspectief helpt mensen in beweging te krijgen. En dat is uiteindelijk wat je wilt als wijkinitiatief: dat mensen aan de slag gaan met het verduurzamen van hun huis.

Zorg dat je de hele wijk bereikt in je terugkoppeling van de rapportage en de eerste acties. Dit betekent minimaal een flyer huis-aan-huis in de bus met de belangrijkste inzichten en een link naar de rapportage. [Voorbeeld 10 flyer](#): enquête-resultaten en acties.

Verder zijn dit handige communicatiemiddelen:

- webpagina wijk ([voorbeeld 11a](#) en [voorbeeld 11b](#))
- digitale nieuwsbrief naar bekende mailadressen
- persbericht naar lokale krant

## **Mogelijke vervolgacties bedenken en bespreken**

Het is tijd om concrete vervolgacties vorm te geven. Ter inspiratie vind je hier voorbeelden van activiteiten voor bewoners met een korte toelichting in de bijlage. Deze zijn allemaal minimaal één keer uitgevoerd in een wijk in Houten. Als het om bijeenkomsten gaat: zorg dat ze in de wijk zijn of zo dicht mogelijk daarbij. Check of er scholen, wijkgebouwen, kantoorruimtes of gezelschapsruimtes in appartementengebouwen zijn die je gratis of voor weinig geld kunt gebruiken.

Gezelligheidsactiviteiten als borrels en koffieuurtjes kun je bij mooi weer ook buiten organiseren.



Foto 5: Bespaarmarkt in de Gaarden

### Les uit de praktijk: Vervangen kruipruimteluiken

In een van de wijken was de vloerisolatie al goed. Maar om opkruipend vocht te verminderen, was aanvullend bodemfolie een slimme extra maatregel. Het bewonersteam nodigde een lokale leverancier van bodemfolie uit om mogelijkheden voor een collectieve inkoopactie te bespreken. Tijdens dit gesprek kreeg de leverancier het vermoeden dat er asbest in het kruipruimteluik zat. De bewoners checkten dit bij hun burens en lieten de luiken testen op asbest. Er bleek inderdaad asbest in de kruipruimteluiken van veel huizen te zitten. Het team zette toen een actie met de lokale Praxis op voor op maat gemaakte nieuwe luiken.

### Rollen verdelen in team

Een belangrijke vraag is altijd: wie gaat wat doen? Bepaal eerst de activiteiten die je als team wilt uitvoeren. Kijk daarna welke talenten van iemand je het beste waarvoor in kunt zetten. Dat geldt ook voor ieders beschikbaarheid en tijdbesteding. Het zijn allemaal onderwerpen om met elkaar te bespreken.

De professionals die het wijkteam ondersteunen, kunnen dit helpen bewaken. Dit gaat om ondersteuning voor organisatie, communicatie en administratie in deze fase. Zo houd je de vaart erin en waarborg je continuïteit.

### Les uit de praktijk: Koppelkansen?

Loopt er in jouw gemeente subsidie voor een groen dak of voor het afkoppelen van de regenpijp? Dit kan een mooie koppelkans zijn voor je duurzame wijkinitiatief.

In de wijk de Slagen in Houten kwam uit de wijk-enquête in 2022 dat veel bewoners wel iets wilden met een groen dak. Vanuit het bewonersteam was er meteen veel animo om dit op te pakken. Met een voorbeeld van een andere wijk in de hand, gingen ze voortvarend te werk met het opzetten van een collectieve inkoopactie. En met het organiseren van een gezamenlijke legdag.

Het team verzamelde informatie over de voordelen van een groen dak. En ze vroegen offertes bij leveranciers aan. Daarna brachten de teamleden in de hele wijk een flyer rond (zie voorbeeld 22 voorkant en achterkant). Ze organiseerden een online informatiebijeenkomst (online vanwege corona).

Ruim 50 bewoners hadden interesse in een groen dak. En uiteindelijk gingen 43 bewoners aan de slag. Er werd een grote legdag afgesproken (Burendag september 2022). Op deze dag werd het sedum in wijk afgeleverd voor bewoners die het zelf gingen leggen. Via een appgroep wisselden bewoners tips uit en verdeelden ze overtollig grind. Ze sloten de dag af met een borrel op een grasveld middenin de wijk. Zie Voorbeeld 23 voor de uitnodiging. De actie haalde de voorpagina van de plaatselijke krant.

[website met informatie en filmpje: <https://energierijkhouten.nl/mijnbuurt/energierijke-slagen/> ]

## C. Voorbereiden vervolgacties

Stap 4 Voorbereiding acties en uitvoering	C. Voorbereiden vervolgacties
<b>Beoogd Resultaat:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- concreet actieplan</li><li>- budgetoverzicht</li><li>- draaiboeken</li><li>- promotieplan</li></ul>
<b>Materialen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- lijst met mogelijke promotiekanalen.</li><li>- Voorbeeldflyers</li><li>- promotiebudget</li></ul>

In deze fase bereid je de vervolgacties verder met elkaar voor. Belangrijk om in kaart te brengen:

- Wat is het beschikbare budget en hoe verdelen we dit over de acties?
- Hoe gaan we promotie en voorlichtingscampagne doen?
- Welke draaiboeken voor activiteiten zijn er nodig, zodat alle betrokkenen op de hoogte zijn?

## 5<sup>E</sup> STAP INFORMEREN EN ACTIVEREN BEWONERS

Stap 5 Informeren en activeren bewoners	A. Bereiken bewoners en monitoren van acties
Beoogd Resultaat:	<ul style="list-style-type: none"><li>- deelname en aanmeldingen van veel wijkbewoners</li><li>- concrete maatregelen worden genomen in woningen en wijk</li><li>- behalen gestelde doel #maatregelen/ activiteiten/ etc.</li></ul>
Materialen	<ul style="list-style-type: none"><li>- budget voor promotie en activiteiten</li></ul>

### A. Bereiken bewoners en monitoren van acties

Je bent nu op het punt dat je een activiteit volgens bijbehorend draaiboek uit kunt voeren. Houd in de dagen ervoor goed contact met elkaar en check of iedereen zijn of haar taken kent. Dit zijn altijd hele leuke momenten. Tijdens het ter plekke voorbereiden van de activiteit is iedereen druk en iedereen helpt mee. Het is leuk als de bewoners van het buurtteam goed herkenbaar zijn. Dat kan met een hesje of met een naamkaartje. Sommige teamleden vinden het spannend en hebben wat extra aandacht nodig. Maar deze momenten versterken het team enorm.

Het is slim om in de aanloop naar een activiteit een afspraak in te plannen voor kort erna. Zo kun je met het team napraten, evalueren en eventuele follow-up oppakken (bijvoorbeeld bewoners terugmailen). Zorg daarbij dat je alle gegevens die je het opgehaald, goed bewaart (aantal bezoekers, opgehaalde emailadressen, enzovoorts).

Meet tijdens de activiteit een aantal zaken. Bijvoorbeeld het aantal bezoekers, het aantal offerte-aanvragers en allerlei andere meetbare zaken. Verzamel verhalen en ervaringen, maar ook kwantitatieve data. Deze data geven inzicht in het bereik en het effect van een actie. Dat is handig voor je eigen organisatie. Maar ook voor stakeholders, zoals subsidiegevers.



Foto 6: Blowerdoortest in de Hoeven

## 6<sup>E</sup> STAP – EVALUATIE EN VERVOLG

Stap 6 Evaluatie en vervolg	
Beoogd Resultaat:	<ul style="list-style-type: none"><li>- Verslag en evaluatie, vaak (ook) richting subsidieverstrekker</li><li>- Overzicht van resultaten, ook in cijfers (bijgehouden in een administratie)</li><li>- Vervolgplan: in beweging houden van wijken, Ook wel genoemd: Onderhoud van wijken</li><li>- Vervolgsubsidie-aanvraag</li></ul>
Materialen	<ul style="list-style-type: none"><li>- kansen voor vervolgsubsidie/financiering</li><li>- netwerkgesprekken met subsidiegevers</li></ul>

Je bent aan het eind van het wijkproject gekomen. Bijvoorbeeld omdat de subsidie afloopt en er een formeel (voorlopig) einde aan het project komt. Of omdat alle plannen zijn uitgevoerd en het een natuurlijk moment is om te inventariseren welke resultaten je bereikte. Het is tijd om al je acties te evalueren. Op dit moment vraagt een subsidieverstrekker vaak ook om een verslag.

Je kunt resultaten bijvoorbeeld uitdrukken in het aantal ingevulde enquêtes, ontvangen bezoekers of genomen maatregelen. Hoe concreter de resultaten zijn, hoe beter je de impact van je activiteiten kan laten zien. En hoe tevredener de subsidiegever vaak is. Vooral de overheid wil graag getallen zien.



Foto 7: Debatavond in De Hoeven

Ook richting bewoners en andere stakeholders is het handig om cijfers te verzamelen. Dit vraagt om het bijhouden van gegevens in een administratie. Die moet je vanaf het begin goed opzetten.

Natuurlijk laten cijfers en het verslag maar een deel van het resultaat zien. Belangrijker is de impact die het bewonersteam op de lange termijn maakt doordat zij de wijk in beweging brachten. Als 25% van de bewoners verduurzaamt, wordt verduurzamen het nieuwe normaal. Een geactiveerde wijk kan zorgen voor de beweging richting deze 25%. Ook kan het de voedingsbodem zijn voor warmte-

enthousiasme. Zowel voor individuele, collectieve als door gemeente geïnitieerde warmte-projecten in de toekomst. De kans is groter dat bewoners meedoen als ze al met hun huis aan de slag zijn gegaan. Wie langzaam het bewustzijn voor aardgasvrij ontwikkelt, komt stap voor stap dichterbij een aardgas-ready woning.

### Onderhoud van wijken

Nu de wijk geactiveerd is, is het belangrijk om dat zo te houden. Een wijkaanpak is pas echt geslaagd als de jaren erna het vuurtje brandend wordt gehouden. Hiervoor is aandacht, begeleiding en ondersteuning van het bewonersteam nodig. EnergieRijk Houten was zich hier de eerste jaren niet zo van bewust. Maar kwam er later achter dat actieve ondersteuning van wijken essentieel is voor het behalen van de lange termijn doelen.

Denk bijvoorbeeld aan ondersteuning met communicatie en organisatie. Blijf elk jaar een aantal bijeenkomsten met het bewonersteam organiseren. Verstuur een paar nieuwsbrieven. En organiseer een of twee activiteiten per jaar. Dit houdt het initiatief in de wijk in leven. Helaas zijn subsidiegevers vaak gericht op nieuwe activiteiten in plaats van onderhoud van al geactiveerde wijken.

Een idee is om subsidie voor een bepaalde nieuwe activiteit in de wijk aan te vragen. Bijvoorbeeld voor het vergroenen van boomspiegels, onttegelen en vergroenen van de openbare ruimte of voor een buurtfeest. Gebruik die activiteiten vervolgens om de bewoners ook te informeren over het vervolg op eerdere activiteiten. Bijvoorbeeld een update over de inkoopacties isolatie en het warmteperspectief.

# Aan de slag!

De Houtense wijkaanpak heeft zich afgelopen jaren op meerdere plekken bewezen.

Wil je ook aan de slag in jouw wijk? In de [Vliegende Start toolbox](#) zitten aanpasbare flyers, enquêtes en afsprakenlijsten. Je kan deze bewerken zodat ze passen bij jouw initiatief. Stuur een mail naar [info@servicepuntenergie.nl](mailto:info@servicepuntenergie.nl) en we helpen je graag verder!



Foto 8: Warme borrel in de Oorden

# Bijlage : Mogelijke vervolgacties

- **Lopende collectieve inkoopacties.** Kijk of er al collectieve inkoopacties lopen voor maatregelen die aansluiten op verduurzamingsmogelijkheden en -behoeften van de wijkbewoners. Denk bijvoorbeeld aan inkoopacties voor HR++glas, bodemfolie, vloerisolatie, spouwmuurisolatie en zonnepanelen.
- **Nieuwe inkoopacties.** Is er een maatregel die speciaal geldt voor jouw wijk? Zet daar dan een collectieve inkoopactie voor op. Denk bijvoorbeeld asbestvrije kruipruimteluiken, regentonnen, gevelpanelen, impregneren kalksteengevels of groene daken. Zie [voorbeeld 12](#) flyer en [voorbeeld 13](#) flyer.
- **Energiebespaarmarkt.** Een energiemarkt buiten op een pleintje trekt veel bekijks en aanloop. Organiseer dit in het buitenseizoen (lente, zomer). Aan de markt kun je mini-workshops toevoegen in een grote tent of onder een open dak. Zie voorbeeld 14 flyer aankondiging markt die in iedere brievenbus in de wijk is langsgebracht)
- **Informatieavonden.** Organiseer een informatieavond over de zin en onzin van isoleren, het Stappenplan Verduurzamen Huis of over een specifieke isolatiemaatregel die aansluit op inkoopactie (bijvoorbeeld over HR++ glas in de Sloten of over isolatie in de Slagen- zie voorbeeld 15 flyer). Zoek hiervoor een locatie in de buurt.
- **Specifiek voor huurders: een huurdersbespaaravond.** Laat huurders nieuwe inzichten opdoen over energie besparen. Geef daarbij aandacht aan aanpassingen in huis en aan aanpassingen in gedrag. Het is handig om hier ook de verhuurder voor uit te nodigen. Vaak is dit een woningcorporatie. Je kunt dit bijvoorbeeld samen met de huurdersbelangenvereniging organiseren voor een groter bereik.
- **Debatavond.** Het 'oer' wijkinitiatief in Houten, De Hoeven Energie, waar de wijkenquête voor het eerst werd toegepast, organiseerde heel wat activiteiten. Een daarvan was een bewonersavond in de vorm van een debat. Het team bereidde diverse stellingen voor, deze werden met alle aanwezigen fysiek in de ruimte neergezet, en aan de hand hiervan waren er levendige debatrondes (zie foto 7).
- **Pop-up bespaarcafés** (met bijvoorbeeld bakfiets). Een pop-up bespaarcafé kun je goed gebruiken als je met bewoners in gesprek wilt over de uitslag van de enquête. Je kunt hiermee aanhaken op al bestaande evenementen in de wijk. Bijvoorbeeld op burendagen, buurt bbq's of buurtfeesten. Of je organiseert zelf buurtborrels of koffieacties in de wijk. Wees zichtbaar in de wijk en nodig buurtgenoten uit voor gezellige momenten. In de Oorden organiseerde het bewonersteam in juni een zomerse borrel als aftrap van een project. En een warme-borrel als sluitstuk in november .
- **Blowerdoortest.** Met een blowerdoortest laat je de kierdichtheid testen en de warmtelekken zien. Kies hiervoor een veel voorkomende woning in de wijk. Maak er een leuk wijkspektakel op een zaterdag van met koffie en toelichting voor publiek. Thema: 'Op kierenjacht in de wijk'. Regel een filmcamera voor een leuk filmpje achteraf.
- **Flyeractie.** Met een flyeractie kun je energiecoaches onder de aandacht brengen. Stel dat er in die wijk een of twee energiecoaches wonen. Dan kunnen zij zich voorstellen op de flyer en het maken van een afspraak onder de aandacht brengen. Deze actie kun je ook speciaal richten op bewoners van de huurhuizen in een wijk. Zie voorbeeld 19 voorstelflyer die bij alle huurhuizen in de wijk in de bus is gestopt.

- **Flyeractie & nieuwsbrief.** Help bewoners te besparen op aardgas en te testen of ze al aardgasvrij ready zijn. Een voorbeeld hiervan is de actie "Zet 'm op 60".

#### Zet 'm op 60 in 60 seconden

Wil jij in 1 minuut tot €140 per jaar besparen? Zet dan de temperatuur het radiatorcircuit van je CV-ketel op 60 graden in plaats van de fabrieksinstelling van 80°C. Deze snelle besparing scheelt veel gas én CO<sub>2</sub> zonder verlies van comfort en geen risico op een koude douche. Laat de temperatuur van warm tapwater op 60°C staan!  
Via de website [www.zetmop60.nl](http://www.zetmop60.nl) vind je simpele instructiefilmpjes waarmee je jouw ketel op 60 zet of klik op onderstaande afbeelding.



- **Huiskamerbijeenkomsten.** Organiseer bijeenkomsten in de woningen van mensen die al veel energiebesparende maatregelen hebben genomen. Bewoners vertellen daar aan hun burens over wat ze al in hun huis hebben gedaan. En over wat dit hen oplevert.
- **Uitleen CO<sub>2</sub>-meters.** Schaf een paar CO<sub>2</sub>-meters aan en leen die voor een periode van ongeveer 2 weken uit aan buurtbewoners. Met het meten van de luchtkwaliteit in huis, maak je bewoners concreet bewust van het belang van verse lucht en ventilatie.

#### Twee wijkinitiatieven in Houten leenden CO<sub>2</sub> meters uit.

In de ene wijk liep de uitleen van de CO<sub>2</sub>-meters via een bewoner in de wijk. Buurtgenoten konden contact opnemen met hem voor de uitleen. Deze bewoner was zelf energieambassadeur en kon dus meteen aanvullende informatie geven. Zie voorbeeld 21 voor de flyer die erbij gegeven werd.

In de andere wijk waren de CO<sub>2</sub>-meters te leen via het wijkcentrum in de wijk. De informatie over de uitleen ging via nieuwsbrieven, flyers en een bericht op de webpagina's van de betreffende wijk.

#### CO<sub>2</sub> meten in je huis



Dag buurtbewoner uit de Slagen,

Je hebt een CO<sub>2</sub> meter geleend van de EnergieRijke Slagen omdat je benieuwd bent naar de luchtkwaliteit in jouw woning. Om de CO<sub>2</sub> meter te installeren kun je de bijgesloten handleiding gebruiken.  
Op deze kaart tref je kort wat nuttige informatie.

#### Luchtkwaliteit

CO<sub>2</sub>-waarde weergegeven in PPM (Parts Per Million)



Plaats een CO<sub>2</sub> meter in de woonkamer en slaapkamers. Je ziet dan hoe gezond of ongezond de lucht is als je alleen of met meer mensen bent, en als je naar bed gaat en wakker wordt.

De hoeveelheid CO<sub>2</sub> mag niet hoger zijn dan 1200 ppm. Tot 750-800 ppm is de luchtkwaliteit goed. Tussen 800 en 1200 ppm kan het beter.

Is het CO<sub>2</sub> gehalte steeds of vaak te hoog, dan is de ventilatie onvoldoende. Sommige CO<sub>2</sub> meters kunnen ook vocht meten: handig voor in de badkamer. Een vochtpercentage van 40 tot 70 procent is goed.



**Natuur en Milieufederatie Utrecht**

Arthur van Schendelstraat 600  
3511 MJ Utrecht

info@nmu.nl  
www.nmu.nl  
030-2567350

**Servicepunt Energie**

Arthur van Schendelstraat 600  
3511 MJ Utrecht

info@servicepuntenergie.nl  
www.servicepuntenergie.nl  
030-2567350

NL37 TRIO 0212179500  
KvK 41177152

