



wtcg
warmte
transitiecentrum
GRONINGEN

Handreiking Groninger Warmteparticipatie

Versie 1.0 – juni 2021

Deze handreiking is opgesteld door het Warmte transitiecentrum Groningen (WTCG). Het is bedoeld als handreiking naar de deelnemende gemeenten om met ondersteuning van het WTCG participatie voor de warmtetransitie te realiseren. De in dit document gepresenteerde opbouw en inhoud mag door deelnemende gemeenten naar eigen inzicht worden gebruikt en aangepast. Het WTCG is niet verantwoordelijk voor het gebruik of delen van deze handreiking en/of de aan de hand hiervan opgestelde beleidsdocumenten.

Versie 1.0 – juni 2021



Inleiding

De gemeente is regisseur van de warmtetransitie, maar voert deze voor een groot deel niet zelf uit. Ondanks ambities en plannen zijn overheden in de warmtetransitie binnen de gebouwde omgeving vooral afhankelijk van vastgoed- en woningeigenaren. Met andere woorden: als we klimaatdoelen willen halen vraagt dat handelen van anderen. Hoe nemen we hen op een goede manier mee? Op welke manier gaan zij daadwerkelijk handelen?

Technisch is de warmtetransitie eigenlijk niet zo ingewikkeld; er zijn maar een paar alternatieven voor aardgas. De transitie is wél complex door alle soorten en smaken in met name financiën en doelgroepen. Het vraagt verandering bij alle doelgroepen, van woningcorporaties, huurders, particuliere woningeigenaren tot bedrijfspanden van ondernemers en maatschappelijk vastgoed. En verandering geeft per definitie weerstand. Het is daarom verstandig om een participatieplan te maken. Niet alleen voor een Transitievisie Warmte of een wijkuitvoeringsplan, maar een plan hoe je de verschillende doelgroepen door de jaren heen kunt betrekken.

Voor de Groninger Warmteparticipatie adviseert het WTCG een aanpak te kiezen op basis van drie inhoudelijke kernwaarden:

1. Niet opleggen, maar meenemen en verleiden
2. Niet over anderen, maar met anderen
3. Niet incidenteel, maar doorlopend

Leeswijzer

Deze handreiking helpt gemeenten het participatieproces in te richten door te beginnen met een plan. Vanzelfsprekend zijn er meerdere manieren om tot een dergelijk plan te komen. Dit document geeft inhoudelijke handreikingen per onderdeel met een format voor een duidelijke opbouw van een participatieplan. In het eerste hoofdstuk schetsen we het doel en kader van participeren. In het tweede hoofdstuk verschaffen we helderheid over het speelveld van stakeholders. Tot slot gaan hoofdstuk 3 en 4 over de werkvormen om bewoners, bedrijven en anderen doorlopend in de warmtetransitie te betrekken.



Inhoudsopgave

Inleiding	2
Leeswijzer	2
Inhoudsopgave	3
Hoofdstuk 1: aanleiding	4
1.1 Waarom een participatieplan?.....	4
1.2 Doel en kader	4
Hoofdstuk 2: het speelveld	6
2.1 Welke stakeholders betrekken?.....	6
2.2 Mate van betrokkenheid	8
2.4 Het betrekken van bewoners.....	8
2.5 Buurttyperingen	10
2.6 Parallele trajecten	10
Hoofdstuk 3: de werkvormen	11
3.1 Campagne.....	12
3.2 Fysiek.....	12
3.3 Online	12
3.4 Groepen.....	13
3.5 Kiezen uit werkvormen	13
Hoofdstuk 4: doorlopende betrokkenheid	15



Hoofdstuk 1: aanleiding

In dit hoofdstuk schrijf je als gemeente het doel en kader van het participatieplan. De warmtetransitie is een complexe opgave met veel haken en ogen. Voor de vormgeving van dit proces is het van belang om bewoners, bedrijven en andere stakeholders op het juiste moment en op een goede manier te betrekken. Dit alleen al is een enorme uitdaging.

1.1 Waarom een participatieplan?

De warmtetransitie komt bij mensen achter de voordeur. En achter iedere voordeur wonen andere mensen, met andere voorkeuren en andere mogelijkheden. Als er gekozen wordt voor een individuele oplossing word er van mensen verwacht dat ze zelf actie gaan ondernemen. Wordt er gekozen voor een collectieve oplossing dan hebben mensen minder eigen keuzemogelijkheid. In beide gevallen is het zo dat de gemeente de regie voert en dat de uitkomst altijd invloed heeft op wat er van mensen gevraagd wordt. Transparantie en een open proces zijn sleutelwoorden. Verwachtingsmanagement neemt een deel van de weestand voor veranderingen weg. En ook al zijn mensen het niet eens over de oplossingsrichting: zorg ervoor dat iedereen een serieuze gesprekspartner kan zijn.

Tekstvoorbeeld: waarom een participatieplan?

De warmtetransitie is een complexe opgave waar iedereen de aankomende decennia mee te maken krijgt. Als gemeente hebben wij de regierol in deze transitie, terwijl de uitvoering vooral handelen van anderen vraagt. In een proces van vele jaren vraagt het verandering bij alle doelgroepen, van woningcorporaties, huurders, particuliere woningeigenaren tot bedrijfspanden van ondernemers en maatschappelijk vastgoed. En verandering geeft per definitie weerstand. Daarom hebben wij een participatieplan opgesteld. Niet alleen voor een Transitievisie Warmte of een wijkuitvoeringsplan, maar een plan om de verschillende doelgroepen door de jaren heen op een goede manier te betrekken.

1.2 Doel en kader

Voordat je begint aan het participatietraject is het belangrijk om na te denken over het doel van het participatietraject want participatie is geen doel op zich. Wil je bijvoorbeeld het draagvlak vergroten, nieuwe kennis ophalen of urgentie vergoten? Door duidelijk te weten wat het doel is kan het participatieproces betere invulling krijgen. Het doel van de participatie kan per fase anders zijn, hierdoor is het mogelijk dat het participatieproces verschillende doelen heeft. Door verschillende doelen op verschillende momenten zijn er ook verschillende aanpakken gewenst. Het is belangrijk om over de verschillende doelen en de aanpakken duidelijkheid te scheppen naar de betrokken partijen.

Beschrijf in deze paragraaf een helder hoofddoel met het kader voor het betrekken van bewoners en bedrijven. Gaat participatie alleen over de warmtetransitie? Of wil je als gemeente ook andere zaken betrekken? Maak hiervoor een heldere afweging en besef dat het betrekken van andere (veranderings)opgaven voor- en nadelen heeft. Dit kan ook per buurt of dorp verschillen.



Voordelen: participatie vanuit andere invalshoeken, niet alleen over energie/warmte. Dit kan bijdragen aan het betrekken van een bredere doelgroep.

Nadelen: 'verwateren' van het proces waar het echt om draait, te weinig focus. Hierdoor ontstaat het risico dat de eigenlijke opgave te weinig aan bod komt en pas later echt (met weerstand) op tafel komt.

Tip: het participatieproces start bij het maken van dit plan. Vraag de belangrijkste stakeholders op welke manier zij betrokken willen worden. Willen zij alleen goed geïnformeerd worden? Of adviseren? Of misschien zelfs meebeslissen?

Tekstvoorbeeld: doel en kader

Doel: Zorgen dat bewoners en bedrijven in onze gemeente op een positieve manier betrokken raken en blijven bij de warmtetransitie. Wij willen hen een handelingsperspectief bieden.

Kader: Iedereen moet mee kunnen doen. De vorm van participatie kan per wijk of dorp verschillen, afhankelijk van de wensen van bewoners en bedrijven. We vinden het daarom belangrijk hen doorlopend te vragen op welke manier zij betrokken willen worden.

Onze inwoners en ondernemers weten...

- wat de transitievisie warmte inhoud en zijn bekend met de visie;
- dat we toewerken naar een aardgasvrije gemeente;
- dat energie besparen een zinnige stap is die altijd kan;
- waar ze terecht kunnen voor onafhankelijk (gratis) advies;
- waar ze informatie kunnen vinden over de voortgang;
- hoe en waar ze kunnen participeren.

Inwoners en ondernemers in een buurt of dorp weten...

- of hun buurt of dorp vóór 2030 aan de beurt is;
- welke alternatieven voor hen kansrijk zijn;
- hoe het wijkuitvoeringsplan tot stand komt;
- wat zij de komende jaren al kunnen doen;
- wat de kosten en opbrengsten kunnen zijn;
- welke onzekerheden er nog zijn.



Hoofdstuk 2: het speelveld

In dit hoofdstuk geef je een beeld van stakeholders in het participatieproces. Dit wordt gedaan met een stakeholdersanalyse. Aan de hand van deze analyse stel je een doelgerichte participatie- en communicatiestrategie op. Het verloop van het proces wordt bepaald door deze strategie en is afhankelijk van de houding, belangen en invloed van stakeholders. In dit hoofdstuk schetsen we het Groninger speelveld.

2.1 Welke stakeholders betrekken?

Om er achter te komen welke stakeholders je het beste kunt betrekken zijn er een aantal vragen om te beantwoorden:

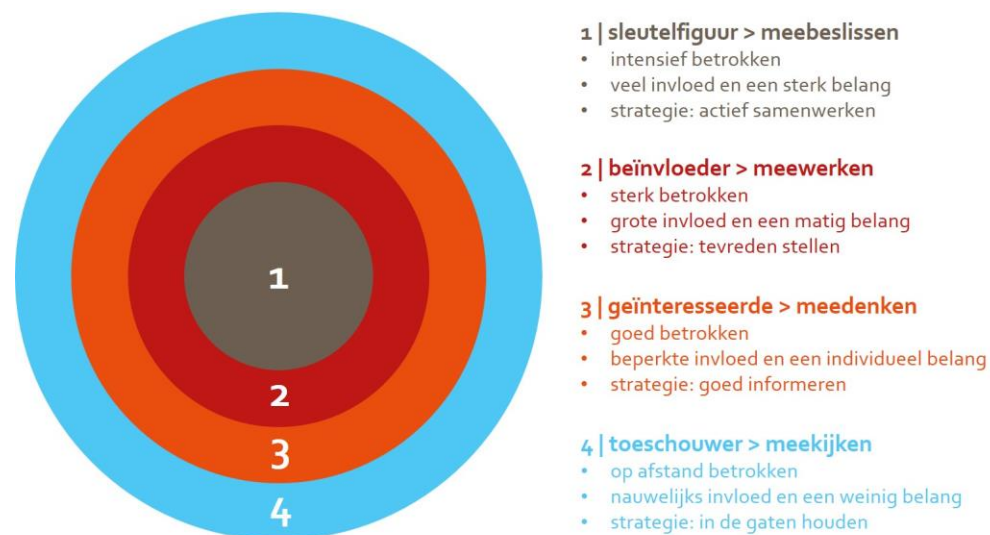
- Welke stakeholders krijgen te maken met de warmtetransitie?
- Welke stakeholders en partijen heb je nodig om de transitie voor te bereiden en op gang te brengen?
- Van welke partijen weet je dat ze actief zijn in de warmtetransitie?
- Wat is hun belang in deelname en welke invloed hebben zij op het doel?

Op basis van deze vragen stel je een stakeholdersanalyse op. Afhankelijk van de invloed en het belang van een stakeholder zijn zij grofweg in 4 categorieën in te delen. Per categorie geldt een andere voorkeursstrategie voor het betrekken van de stakeholders in een proces of project. Onderstaande figuur is een weergave van deze categorieën.

Voor sleutelfiguren geldt dat voor het gewenste projectresultaat het belangrijk is om hen intensief te betrekken. Niet alleen om draagvlak te creëren, maar ook omdat sleutelfiguren veel informatie hebben over bijvoorbeeld mogelijke koppelkansen, de kwaliteit van woningen of ontwikkelingen in een wijk.

Het kan lastig zijn om beïnvloeders aanhaakt te houden. Stakeholders geven immers vaak meer prioriteit aan zaken waarin hun belang groot is. Om de beïnvloeder niet te verliezen in een proces of project is goed om te zoeken naar een mogelijk gemeenschappelijk belang. Dit draagt bij aan de voorkeursstrategie voor beïnvloeders 'tevreden stellen'.

Geïnteresseerde stakeholders hebben een groter belang, maar beperkte invloed op het resultaat. Deze groep stakeholders is met name geïnteresseerd in welke impact het project heeft op hun eigen belang en blijven daarom graag op de hoogte.



Figuur: weergave van de categorieën stakeholders



Stakeholders met weinig belang en invloed zijn als het ware toeschouwers bij het proces of project. Toch is het van belang deze toeschouwers niet uit het oog te verliezen. Zij kunnen namelijk ook in positie veranderen naar geïnteresseerde of beïnvloeder. Door hen in de gaten te houden komt in beeld wanneer zij betrokken moeten worden.

Stakeholderanalyse

Afhankelijk van de mate van invloed en belang kunnen stakeholders ingedeeld worden in de vier verschillende categorieën. Hieronder is een schematisch voorbeeld gegeven van een stakeholdersanalyse met daarin de verschillende groepen stakeholders die met de warmtetransitie in aanraking komen.

De definitie van belang is: het belang dat de stakeholder heeft bij het slagen van de warmtetransitie.

De definitie van impact is: de mate van impact die een stakeholder heeft op het slagen van de warmtetransitie.



Figuur: schematische stakeholdersanalyse

Tip: maak jouw eigen stakeholdersanalyse zo specifiek mogelijk. Benoem de namen van organisaties, verenigingen en organisaties. Kijk ook hoe bewoners of huurders zich hebben georganiseerd, bijvoorbeeld in een dorpsvereniging of huurdersorganisatie.



2.2 Mate van betrokkenheid

Een bekend hulpmiddel voor participatie is de participatieladder. Het is een handig hulpmiddel om inzicht te krijgen in de mate van betrokkenheid bij de verschillende stakeholders. In hoofdstuk 2.1 hebben we inzichtelijk gemaakt welke stakeholders betrokken zijn bij de warmtetransitie in hoofdstuk 2.2 bepalen we hun mate van betrokkenheid.



Let op: de mate van betrokkenheid van een stakeholder kan verschillen tijdens de fase of het schaalniveau van in een proces of project. Een wijkvereniging is een belangrijke stakeholder bij het opstellen van een wijkuitvoeringsplan, maar heeft een minder groot belang en minder invloed bij bijvoorbeeld het opstellen van een transitievisie warmte.

Tip: vraag stakeholders zelf hoe zij betrokken willen worden. Met die vraag start je de participatie al.

Stappen om de mate van betrokkenheid te bepalen:

- Is een stakeholder een sleutelfiguur, beïnvloeder, geïnteresseerde of toeschouwer?
- Hoe wil een stakeholder zelf betrokken worden?
- Welke bijdrage gaat de stakeholder zelf geven?
- Welke input verwacht de gemeente van een stakeholder?
- In welke fase zit het proces of project?

2.4 Het betrekken van bewoners

De stakeholder bewoners (huiseigenaren/huurders) is een complexe stakeholder met een zeer grote diversiteit in behoefte om te participeren en informatie te ontvangen. Sommige bewoners willen het liefst meebeslissen, waar andere bewoners zeer weinig interesse hebben in de warmtetransitie. Ook voor de communicatie met bewoners geldt dat de verschillende behoeften groot zijn. Waar de ene bewoner het liefst informatie tot zich nemen met een nieuwsbrief hebben andere bewoners meer behoefte aan een fysieke bewonersavond.

Tip: Zet meerdere werkvormen in om de verschillende bewoners op verschillende momenten betrokken te krijgen.



Bewoners indelen in doelgroepen

Om meer inzicht te krijgen in hoe je welke bewoners betreft kun je bewoners indelen in doelgroepen. Door vervolgens per doelgroep na te denken welke kenmerken passen bij een doelgroep is het eenvoudiger om in te vullen welke participatie- en communicatieaanpak past bij een doelgroep. Op deze manier kun je als gemeente checken welke doelgroepen je bereikt met de participatieaanpak die je kiest. Het streven is om een participatie- en communicatieaanpak op te stellen die zoveel mogelijk doelgroepen bereikt.

Lastig is dat niet iedereen in een hokje past en dat hokjes vaak samen gaan met vooroordelen. Hierdoor is het ook mogelijk om binnen de doelgroepen verschillende typen te onderscheiden en komt niet elk kenmerk overeen met iedereen uit de doelgroep. De doelgroep senioren is bijvoorbeeld onder te verdelen in actieve 65-plussers, zorgbehoevende ouderen en zelfstandige wonende ouderen. Ook binnen deze subgroepen zijn vervolgens weer subgroepen te onderscheiden. Bij het opstellen participatieplan onderscheiden we de volgende doelgroepen.

doelgroep	kenmerken	doelgroep	kenmerken
Senioren	<ul style="list-style-type: none"> • Hebben veel tijd • Digitale vaardigheden soms beperkt • Minder mobiel 	Stakeholders met direct belang Bijvoorbeeld: woningcorporaties, netbeheerders, warmtebedrijven	<ul style="list-style-type: none"> • Geïnteresseerd, willen graag meebeslissen • Makkelijk te bereiken • Kritisch op inhoud
Jonge Gezinnen	<ul style="list-style-type: none"> • Weinig tijd • Focus op het gezin • Kennis en invloed via kinderen 	Stakeholders zonder direct belang Bijvoorbeeld: provincie, waterschap	<ul style="list-style-type: none"> • Willen betrokken worden op hoofdlijnen • Hebben algemener belang • Belangrijke partner
Studenten/jongeren	<ul style="list-style-type: none"> • Wonen vaak in huurwoningen • Weinig financiële middelen • Veel op sociale media 	ZZP-ers en kleine bedrijven	<ul style="list-style-type: none"> • Weinig tijd • Moeilijk te betrekken
Werkenden (hoger inkomen)	<ul style="list-style-type: none"> • Overdag weinig tijd • Uitgesproken mening • Grotere woningen 	Grote bedrijven	<ul style="list-style-type: none"> • Vaak ook een groter milieubelang • Minder betrokken omgeving • Koppelkans (restwarmte)
Werkenden (lager inkomen)	<ul style="list-style-type: none"> • Overdag weinig tijd • Vaker huurwoningen • Minder geïnteresseerd 	Energiecoöperaties	<ul style="list-style-type: none"> • Geïnteresseerd, willen graag meewerken • Hart voor het thema • Lokale invloed, soms wel eenzijdig
Migranten	<ul style="list-style-type: none"> • Beheersen de taal minder goed • Vaker huurwoningen • Lastig te betrekken 	Dorps- en buurtverenigingen	<ul style="list-style-type: none"> • Vertegenwoordiging van de buurt • Invloed in het dorp / de buurt • Willen graag meedenken



Hoe ver je gaat als gemeente met dit onderscheid is afhankelijk van het doel dat je wilt bereiken en het schaalniveau waarop de participatie en communicatie plaats vindt. Hoe kleiner het schaalniveau, hoe belangrijker het onderscheid in de verschillende doelgroepen en subgroepen is.

2.5 Buurttypingen

Naast een onderscheid tussen verschillende doelgroepen kan ook het type buurt waarmee je wilt participeren en communiceren invloed hebben om de werkvormen die je als gemeente kiest. Wat is een buurttyping? In het kader van participatie onderscheiden we vanuit onze ervaring een aantal buurttypingen. Ook hier: niet bedoeld om de buurten en bewoners in een bepaald hokje te plaatsen, maar de vorm van participatie kan onderling erg verschillend zijn om betrokken te raken.

We onderscheiden de volgende buurttypes:

- **De doe-het-zelf-buurt**
Kenmerkend: 'heft in eigen hand' > bewoners en/of ondernemers nemen graag zelf initiatief > hebben in het verleden zelf al veel opgepakt > of zijn al een energie-initiatief gestart.
Advies: deze buurten zijn zeer kansrijk om in de eerste jaren te faciliteren.
- **De neem-ons-serieus-buurt**
Kenmerkend: 'samenwerken' > bewoners en/of ondernemers denken graag actief mee > vaak via verenigingen dorpsbelangen, energiecoöperaties, e.d. > zijn actief in het verenigingsleven > of doen mee aan een energie-initiatief.
Advies: deze buurten hebben een goed potentieel om mee aan de slag te gaan.
- **De ik-kan-niet-investeren-buurt**
Kenmerkend: 'geen middelen' > relatief lage inkomens of zit vast in allerlei leningen, tophypotheek > willen misschien wel, maar kunnen niet (veel) > andere zorgen: elke maand rondkomen of al veel uitgaven.
Advies: vanuit het idee "iedereen moet mee kunnen doen" een extra uitdaging om met een dergelijk buurten aan de slag te gaan, als er zicht op middelen is. Anders organiseer je met participatie teleurstelling.
- **De ik-heb-geen-interesse-buurt**
Kenmerkend: 'individueel belang' > er is weinig activiteit vanuit bewoners en/of ondernemers > er zijn geen of weinig gezamenlijke activiteiten > er is geen energie-initiatief of hebben geen idee wat dat is.
Advies: deze buurten zijn moeilijk te betrekken. Steek je energie eerst in andere buurten. Bij succes volgen deze later wel.

2.6 Parallele trajecten

Niet alleen binnen de warmtetransitie start de gemeente een participatietraject, ook bij andere vraagstukken (zoals de omgevingswet of een woonvisie) is de gemeente op zoek naar informatie en ideeën van stakeholders. Daarbij hebben veel van deze gemeentelijke opgaven een ruimtelijk



component. Hierdoor is het mogelijk dat soortgelijke vragen terug komen tijdens verschillende participatietrajecten. Daarnaast organiseren ook andere organisaties zoals de Groninger Energiekoepel, het Energieloket of energiecoöperaties bijeenkomsten rondom de warmtetransitie. Dit alles bij elkaar kan bijdragen aan participatiemoedigheid en wil je daarom als gemeente voorkomen. Ons advies is om daarom een overzicht te maken om scherp te krijgen welke vragen je stelt over de warmtetransitie en welke informatie al beschikbaar is op basis van de volgende vragen:

- Welke trajecten lopen binnen de gemeente?
- Welke andere organisaties houden zich bezig met de warmtetransitie en hoe betrekken zij stakeholders? (GREK, Energieloket, Energiecoöperaties)
- Wanneer vinden hun contactmomenten plaats?
- Welke onderwerpen bespreken zij tijdens deze contactmomenten?
- Welke informatie kun je hiervan gebruiken voor de warmtetransitie?

Tip: In parallelle trajecten schuilt ook een kans: gebruik andere urgenties of thema's om ook de warmtetransitie op tafel te krijgen. Bijvoorbeeld bij wijk- en dorpsvernieuwing en (grootschalig) onderhoud.

Hoofdstuk 3: de werkvormen

Er zijn vele werkvormen om de communicatie- en participatiestrategie uit te voeren en het participatieproces daadwerkelijk vorm te geven. In dit hoofdstuk kies je de werkvormen die bij de strategie van jouw gemeente passen. Vanuit het WTCG schetsen we in dit hoofdstuk werkvormen die goed in de Groninger context en verschillende deelprocessen passen.

Na het uitwerken van de voorgaande hoofdstukken heb je de nodige informatie verzameld om uit de vele verschillende werkvormen een keuze te maken. Je hebt nu de volgende informatie:

- Doel participatie
- Welke stakeholders betrek je?
- In welke categorie vallen zij (sleutelfiguur, beïnvloeder, geïnteresseerde, toeschouwer)
- Wat is de mate van betrokkenheid?
- Wat is de doelgroep?
- Wat is de Buurttyping?
- Welke parallelle trajecten spelen?

Dit is belangrijke informatie voor de selectie van verschillende werkvormen. Daarnaast zijn er een aantal praktische zaken om de juiste werkvormen te kiezen:



- Moeilijkheidsgraad
- Omvang aantal deelnemers
- Moment in het proces
- Schaal
- Beoogd resultaat

De verschillende werkvormen delen we op in vier categorieën.

3.1 Campagne

Zoals eerder beschreven hebben stakeholders een belangrijke rol in het succesvol uitvoeren van de warmtetransitie. Niet alle stakeholders zijn bezig met de warmtetransitie en zich bewust van het feit dat ze belangrijke rol vervullen in de uitvoering hiervan. Om de bewustwording te stimuleren en daarmee stakeholders te enthousiasmeren zijn er verschillende werkvormen om een campagne kracht bij te zetten.

De werkvormen binnen de campagne richten zich grotendeels op het informeren van een grote groepen stakeholders. Het opzetten van een campagne vraagt de meeste inzet aan het begin van het participatietraject, maar is een doorlopend traject. Door met de campagne bewustwording te stimuleren is het eenvoudiger om de fysieke en online werkvormen later in het participatietraject uit te voeren.

3.2 Fysiek

Fysieke werkvormen zijn bedoeld om letterlijk in contact met stakeholders te komen. Daarnaast zetten een aantal van de fysieke werkvormen aan tot actie van de stakeholders. Een groot voordeel aan fysieke werkvormen is het persoonlijk contact met de stakeholders. Waar een campagne zich richt op het bereiken van zo veel mogelijk stakeholders, richt de fysieke tools zich op de kwaliteit van de opgehaalde informatie, contactmomenten en relatie. Het inzetten van fysieke tools is niet alleen voor de gemeente een intensieve klus, ook stakeholders moeten bereid zijn om hier hun tijd in te investeren. Het kan daarom lastig zijn een diverse groep stakeholders te laten participeren met fysieke werkvormen.

3.3 Online

Tot voor kort vond participatie vooral fysiek plaats. Doordat we door het coronavirus gedwongen zijn om fysieke contacten om te zetten naar online contacten zijn online werkvormen gebruikelijker geworden. Hierdoor staan stakeholders hier ook meer voor open. Wij verwachten dat dit voor een deel zo blijft en het voor het doel (betrokkenheid) nuttig is om online werkvormen in te zetten.

Een groot voordeel van online werkvormen is dat stakeholders vaak zelf kunnen bepalen op welk tijdstip zij deelnemen aan de werkvorm. Hierdoor bereiken online werkvormen andere doelgroepen dan de fysieke werkvormen die wel sterk tijd gebonden zijn. Ook is het via online werkvormen eenvoudiger voor stakeholders om informatie terug te vinden omdat deze online staan opgeslagen.



Online werkvormen worden over het algemeen gezien als een minder persoonlijke vorm van contact. Het is erg doelgericht en non-verbale communicatie is minder of niet zichtbaar. Doorvragen op een gegeven antwoord is hierdoor lastig. Daarom passen online werkvormen goed bij het informeren, raadplegen en advies vragen van stakeholders. Wanneer stakeholders gaan co-creëren of meebeslissen past een fysieke vorm van participatie beter.

Tip: kijk ook naar combinaties van fysieke en online werkvormen. Online werkvormen kunnen fysieke werkvormen versterken of makkelijker maken.

3.4 Groepen

Een aantal doelgroepen zijn of hebben zichzelf georganiseerd. Deze groepen zijn meestal goede ingangen om met hen achterban in contact te komen en hebben een professioneel karakter. Vaak zijn het (mee)beslissers of beïnvloeders. Denk bijvoorbeeld aan huurdersorganisaties, bedrijvenverenigingen of buurtverenigingen. Ook kan het waardevol zijn een klankbordgroep met een bepaald mandaat op te richten.

Het is van belang deze groepen intensief te betrekken en voor hen ook verschillende werkvormen in te zetten. Of met hen werkvormen voor de achterban voor te bereiden.

3.5 Kiezen uit werkvormen

Op de volgende pagina geven we uitgebreid overzicht van de vele werkvormen welke je kunt inzetten om bewoners, bedrijven en andere organisaties te betrekken bij de warmtetransitie. Het overzicht laat per werkvorm zien wanneer je deze het beste kunt inzetten op basis van categorie stakeholder, betrokkenheid, doelgroep, buurttypering, moeilijkheidsgraad, aantal deelnemers, het moment in het proces en op welke schaal de betreffende werkvorm het beste te gebruiken is.

Tip: voordat je begint aan een participatietraject is het verstandig om te communiceren wat je gaat doen met de uitkomsten zodat elke betrokkenen weet waar hij of zij aan toe is. Wil je bijvoorbeeld kennis en ervaringen ophalen voor de uitwerking van een transitievisie warmte? Of wil je dat er een meerderheid komt voor een bepaalde warmteoptie in een wijk? Zo maak je het doel voor iedereen duidelijk en zijn de verwachtingen helder.



WERKVORM	CATEGORIE	BETROKKENHEID	DOELGROEP	BUURTTYPERING	MOEILIKHEIDSGRAAD	AANTAL DEELNEMERS	MOMENT IN PROCES	SCHAAL
CAMPAGNE								
Filmpje	Geïnteresseerde/toeschouwer	Informereren	Jonge gezinnen, Jongeren, Werkenden, Bedrijven	-	Middel	Onbeperkt	TVW	Gemeente
Buurtpostkaart	Geïnteresseerde/ toeschouwer	Raadplegen, adviseren	Senioren, Jonge gezinnen, Jongeren, Werkenden, Bedrijven	Alle	Laag	Onbeperkt	TVW/WUP	Gemeente, wijk
Infographic	Alle	Informereren	Alle	Alle	Middel	Onbeperkt	TVW/WUP	Gemeente, wijk
Social Media	Alle	Informereren, raadplegen	Alle	Alle	Laag	Onbeperkt	Doorlopend	Gemeente, wijk
Publicaties	Beïnvloeder/geïnteresseerde/toeschouwer	Informereren	Alle	-	Middel	Onbeperkt	Doorlopend	Gemeente
FYSIEK								
Demowoning	Sleutelfiguren/beïnvloeder/geïnteresseerde	Informereren	Senioren, jonge gezinnen, werkenden, zzp'ers	DHZB/NOSB	Hoog	3 per geopend uur	Doorlopend	Dorp, wijk
Energiesafari	Sleutelfiguren/beïnvloeder	Informereren, raadplegen, adviseren	Senioren, gezinnen, studenten, werkenden, migranten,	-	Middel	30 per safari	TVW	Gemeente
Energiefestival	Alle	Informereren, raadplegen	Alle	DHZB/NOSB	Hoog	Afhankelijk van de opzet	TVW/WUP	Gemeente, wijk
Energiecoach	Geïnteresseerde/toeschouwer	Informereren	Senioren, gezinnen, werkenden, migranten	NOSB/IKNIB	Hoog	1 per 2 uur	Doorlopend	Gemeente, wijk
Inloopmarkt	Alle	Informereren, raadplegen	Alle	Alle	Middel	20 tot 100	WUP	Gemeente, wijk
Energiechallenge	Sleutelfiguren/beïnvloeder/geïnteresseerde	Informereren, raadplegen	Jongeren	-	Middel	In een aantal groepen	TVW	Gemeente
Buurtstem	Geïnteresseerde/ toeschouwer	Adviseren, co-creëren, meebeslissen	Senioren, gezinnen, studenten, werkenden	DHZB/NOSB/IKNIB	Hoog	Afhankelijk van de opzet	WUP	Dorp, wijk
Buurtshouw	Alle	Raadplegen, adviseren, co-creëren	Energiecoöperatie, dorpsverenigingen	DHZB/NOSB	Middel	5 tot 15	WUP	Dorp, wijk
ONLINE								
Website	Alle	Informereren	Alle	-	Hoog	Onbeperkt	Doorlopend	Gemeente
Swipocratie	Geïnteresseerde	Raadplegen	Jongeren	-	Middel	Onbeperkt	TVW	Gemeente
Webinar	Sleutelfiguren/beïnvloeder/geïnteresseerde	Informereren, raadplegen	Gezinnen, werkenden, jongeren	Alle	Middel	Onbeperkt	TVW/WUP	Gemeente, wijk
Buurtmaps	Alle	Informereren, raadplegen, adviseren	Gezinnen, werkenden	NOSB/IKNIB	Hoog	Onbeperkt	WUP	Gemeente, wijk
Participatieplatform	Alle	Informereren, raadplegen, adviseren	Alle	-	Hoog	Onbeperkt	Doorlopend	Gemeente
Enquête	Sleutelfiguren/ beïnvloeder/geïnteresseerde	Raadplegen	Alle	Alle	Middel	Onbeperkt	TVW/WUP	Gemeente, wijk
GROEPEN								
Stakeholdersessie	Alle	Adviseren, co-creëren, meebeslissen	Stakeholders met direct belang	Alle	Laag	10 tot 30	TVW/WUP	Gemeente, wijk
Ontbijtsessie	Sleutelfiguren/beïnvloeder	Informereren, raadplegen, adviseren	Stakeholders direct belang, werkenden, zzp-ers, bedrijven	Alle	Laag	15 per sessie	TVW/WUP	Gemeente, wijk
Bewonerspanel	Sleutelfiguren/beïnvloeder	Adviseren, co-creëren	Bewoners, huurdersorganisatie, ondernemers	DHZB/NOSB	Middel	15 tot 20	TVW/WUP	Gemeente, wijk
Dialogavond	Alle	Informereren, raadplegen, adviseren	Alle	DHZB/NOSB/IKNIB	Laag	tot 200	TVW/WUP	Gemeente, wijk
Wereldcafé	Sleutelfiguren/beïnvloeder/geïnteresseerde	Raadplegen, adviseren	Alle	DHZB/NOSB	Laag	30 tot 80	WUP	Dorp, wijk
Energiespel	Geïnteresseerde/toeschouwer	Informereren	Bewoners in alle doelgroepen	-	Middel	30 tot 80	TVW/WUP	Gemeente, wijk
Consensusconferentie	Sleutelfiguren/beïnvloeder	Co-creëren, meebeslissen	Alle	-	Middel	50 tot 150	TVW	Gemeente
VE-studie	Sleutelfiguren/beïnvloeder	Co-creëren, meebeslissen	Eis: gemengde groep	DHZB/NOSB/IKNIB	Hoog	Ideaal is 15	WUP	Dorp, wijk



Hoofdstuk 4: doorlopende betrokkenheid

In onze visie is de warmtetransitie één doorlopend programma. Daarin is de transitievisie warmte het begin van een langer participatietraject. Zo voelt dat ook voor bewoners. Dit hoofdstuk laat zien op welke manier doorlopende betrokkenheid in de Groninger context bereikt kan worden.

Bedenk goed voor welke fase je een plan schrijft. Trajecten in de warmtetransitie zijn langlopend; hiervoor is een goede participatiestrategie nodig. Schrijf één strategisch plan dat richtinggevend is voor het gehele participatieproces. En maak kleine deelplannen voor nadere, specifiekere, uitwerkingen in dat proces. De deelplannen kun je bijsturen op voortschrijdend inzicht, maar zijn onderdeel van het geheel.

<hoofdstuk nader uitwerken op basis van leer-werksessie woensdag 23 juni>

Tekstvoorbeeld: doorlopende betrokkenheid

Wij zijn ons ervan bewust dat de warmtetransitie niet een project op zich is. Er gaat de aankomende 30 jaar veel veranderen in de leefomgeving van onze inwoners en daarom vinden wij het belangrijk om goed contact met onze inwoners te onderhouden. We kiezen daarom voor diverse communicatie- en participatiemomenten in het jaar. Daarnaast hebben inwoners elk moment de mogelijkheid om vragen te stellen en input te leveren via <...>.

