



Agentschap NL  
Ministerie van Binnenlandse Zaken en  
Koninkrijksrelaties

Thema uitgewerkt voor de corporatiesector:

# Bewonersparticipatie bij renovatieprojecten

Duurzaam renoveren? Bewonersparticipatie is een succesfactor!

*>> Als het gaat om energie en klimaat*

Woningcorporaties zijn hard bezig om de bestaande woningvoorraad energiezuiniger te maken. Dat vereist in veel gevallen een grondige renovatie van de woningen, met ingrijpende gevolgen voor de bewoners, zoals overlast tijdens de uitvoering of onzekerheid over de toekomstige woonlasten. Goede communicatie en overleg met bewoners is daarbij niet alleen een wettelijke plicht, maar ook een belangrijke voorwaarde voor een succesvol project. Het is echter niet altijd eenvoudig om de participatie van bewoners goed vorm te geven, ook al omdat de emoties soms hoog kunnen oplopen. Voorbeelden en inzichten uit de praktijk laten zien hoe corporaties samen met de bewoners duurzame plannen kunnen realiseren.

Een corporatie die het energielabel van oudere woningen wil optrekken naar een hoger niveau heeft draagvlak nodig voor de plannen die worden ontwikkeld. De bewoners willen graag tijdig geïnformeerd worden en ook een open oor voor hun wensen en verlangens. Het is in het belang van beide partijen dat er vanaf het begin een overlegklimaat ontstaat waarin men openstaat voor elkaars ideeën. Om dat te bereiken is het verstandig om de volgende spelregels te volgen.





### Een goede voorbereiding is het halve werk

Aan het begin van een informatie- en communicatietraject is het van belang om te zorgen dat u de juiste verwachtingen hebt van de bewoners. Daarbij spelen een aantal factoren een rol.

- Om te beginnen is het belangrijk om uw eigen doelstellingen helder te hebben. Wat zijn uw duurzame ambities met het project, wilt u een huurverhoging doorvoeren of niet, geeft u woonlastengarantie, etc.? Uw doelstellingen zijn mede bepalend voor de verwachtingen die bewoners zullen hebben en hun mogelijke reactie op de plannen.
- Probeer u vooraf te verplaatsen in de gedachtegang van bewoners. Zij zullen vanuit hun eigen perspectief tegen de plannen aankijken. Bewoners zijn bijvoorbeeld niet geïnteresseerd in de techniek (materialen, isolatiewaarden) maar des te meer in het wooncomfort dat energiebesparende maatregelen opleveren (minder tocht, minder vocht, warme voeten). Energiebesparing, terugverdientijden of een goed energielabel zijn voor de meeste bewoners niet interessant, voor hen gaat het pas echt leven als het over de hoogte van de huur en de energierekening gaat. En bij de planning let u op logistiek en kosten, terwijl de bewoners graag zo kort mogelijk overlast hebben.

- Wat speelt er onder de bewoners van de woningen die gerenoveerd gaan worden? Ze kunnen specifieke klachten hebben over hun eigen woning, maar er kunnen bijvoorbeeld ook sociale problemen zijn in de wijk, of misschien zijn sommige bewoners ontevreden over eerdere contacten met de woningcorporatie. Dergelijke onderwerpen komen vaak naar voren als u de bewoners gaat informeren over een project. Weten wat er leeft en welke vragen een antwoord nodig hebben – ook als ze niet direct betrekking hebben op het project – kan helpen om de juiste toon te zetten voor de rest van het project.
- In de persoon van beheerders, woonconsulenten e.d. heeft u als corporatie kennis in huis over uw klanten. Maak gebruik van deze kennis door hen in een vroeg stadium te betrekken bij het voorbereiden van de communicatie met bewoners. En ook de communicatiemedewerkers in uw organisatie kunnen hierbij uiteraard een belangrijke rol spelen.

*Marlou Boermans is energieconsulent voor Aedes en Agentschap NL in Zeeland, West Brabant en de Zuid-Hollandse eilanden, en weet vanuit haar ervaring met corporaties en de particuliere sector hoe belangrijk het is om de belangen van de bewoner als uitgangspunt te nemen. “De bewoners zien het algemeen belang niet als hun eigen belang. Als je ze duidelijk maakt dat ze er zelf beter van worden, zal de steun voor het project snel toenemen. Zorg dus dat je huurders kent, bijvoorbeeld wat ze feitelijk aan energie verbruiken. Dan kun je mensen met concrete en herkenbare informatie overtuigen.”*



### Begin op tijd met communiceren over de plannen



Adri Bakker, adjunct-directeur van Woningstichting Weststellingwerf

*“De bewoners hadden een aantal kritiepunten waardoor we werden overvallen. We kregen een storm van kritiek over ons heen. Het ging zelfs zo ver dat een aantal huurders het vertrouwen in het bestuur van de huurdersvereniging wilde opzeggen,” aldus Adri Bakker, adjunct-directeur van Woningstichting Weststellingwerf. “Het bleek dat we niet duidelijk hadden gecommuniceerd dat het om een concept-renovatieplan ging.”*

Het is geen goed idee om bewoners meteen te confronteren met uitgewerkte plannen. Daardoor ontstaat al snel de indruk dat ‘alles al in kannen en kruiken is’, wat een vruchtbare voedingsbodem kan opleveren voor conflict. Onbekend maakt onbemind, geldt ook hier.

- Begin snel met de communicatie richting bewoners. Het gaat om ingrijpende veranderingen in de woonomgeving van mensen. Geef ze daarom de tijd om te wennen aan het project.
- Beleg een informatiebijeenkomst niet voor de bewoners, maar met de bewoners. Zie het niet alleen als een gelegenheid om informatie te verschaffen, maar wees ook bereid om te luisteren naar de bewoners. Dat kan de kwaliteit van het project en een soepel verloop ervan alleen maar ten goede komen.
- Laat de bewoners meedenken als de plannen nog in de concept-fase zijn. Dat geeft meer ruimte voor echte dialoog en maakt het makkelijker om wensen van bewoners in de plannen te verwerken.
- Maak vooraf duidelijk op welke manier je de bewoners bij het project wil betrekken. Laat zien waarover kunnen ze meebeslissen, en waarover adviseren. Dat geeft duidelijkheid en rust.



André van den Berg, directeur Wonen Wateringen

*Wonen Wateringen is een van de corporaties die goede ervaringen heeft met deze aanpak. Directeur André van den Berg: “Als we onze plannen presenteren zijn die nog schetsmatig. Dat geeft ruimte om naar de mensen te luisteren en rekening te houden met hun wensen en ideeën. Zo was het plaatsen van verhuisramen een suggestie van de bewoners die we hebben overgenomen. Dat verhoogt de acceptatie van de uiteindelijke plannen.”*

*Energieconsulent Marlou Boermans kan dit beamen: “Mensen willen graag iets te kiezen hebben, dat motiveert. Als je bijvoorbeeld drie samenhangende pakketten voorstelt, blijkt in de praktijk de middelste optie het meest populair. Daar kun je als woningcorporatie op sturen door maatregelen die mensen graag willen hebben, zoals HR++ glas, te koppelen aan minder populaire maatregelen, zoals isolatie van de schil. Zo kun je zorgen dat wat voor de bewoners het meest aantrekkelijk is, samenvalt met de ambities van de corporatie.”*



### Wat voor soort bijeenkomst?

De wijze waarop een informatiebijeenkomst wordt georganiseerd, kan bepalend zijn voor het resultaat. Ook hierbij gaat het erom goed in de gaten te houden wat u met de bijeenkomst wil bereiken en wat de verwachtingen van de bewoners zijn.

- Denk bijvoorbeeld aan de zaalopstelling. Door de stoelen op te stellen in rijen wordt eenrichtingsverkeer gesuggereerd, vanuit de sprekers naar de zaal. Als u tafels en stoelen in groepjes zet en u tussen de aanwezigen beweegt, ontstaat sneller een 'wij'-gevoel.
- Ruim op een informatieavond voldoende tijd in voor discussie en het stellen van vragen. Dat is een belangrijk onderdeel voor de bewoners, maar het schiet er door tijdnood vaak bij in.
- Kies de juiste schaalgrootte. Soms domineert een klein aantal sprekers en een negatieve stemming in een zaal kan snel escaleren. Dergelijke groepeffecten zijn niet alleen vervelend voor de corporatie, maar ook voor de bewoners, die zich geremd kunnen voelen in het uiten van hun mening of het stellen van vragen. In beladen situaties kan een keuze voor een aantal kleinere bijeenkomsten uitkomst bieden. Ook als u graag met de mensen in discussie wil, zijn kleinere groepen aan te bevelen.

- Een informatiemarkt geeft een informele sfeer waarin medewerkers van de corporatie en bewoners makkelijk met elkaar in contact komen. Het geeft u de gelegenheid veel te laten zien (modellen, afbeeldingen, materialen) en maakt het makkelijk informatie en ideeën uit te wisselen.

Als aanvulling op een of meer informatiebijeenkomsten, kan het nuttig zijn bewoners individueel te benaderen. De corporatie kan dan goed uitleggen wat de energiebesparende maatregelen inhouden en waarom ze nodig zijn. Tegelijkertijd hebben de bewoners alle ruimte om hun ideeën naar voren te brengen en hun individuele situatie te bespreken. Dit levert de corporatie waardevolle informatie op en zorgt dat de bewoners zich serieus genomen voelen.



### Zien is geloven

Laten zien is effectiever dan vertellen. Door voorbeelden van materialen en apparatuur te tonen, en te demonstreren hoe het werkt en wat het oplevert, is het vaak makkelijker om mensen te overtuigen van de voordelen van uw plannen. Bij grotere projecten kan het nuttig zijn om dat te doen in de vorm van een demonstratiewoning waar mensen met eigen ogen kunnen zien hoe hun vernieuwde woning eruit gaat zien en ook de voordelen, zoals een hoger comfort, kunnen ervaren.

Met behulp van warmtefoto's kun je laten zien hoeveel warmte er uit een woning verloren gaat, en in de praktijk blijkt dat veel bewoners zich hierdoor laten overtuigen. Een aantal corporaties in Zeeland hebben hier gezamenlijk geïnvesteerd en zetten deze techniek nu standaard in bij het onderhouds- en renovatieproces. Hoewel veel energiebesparende technieken inmiddels gemeengoed zijn, zoals warmtepompen of warmteterugwinning, zijn de bewoners er meestal niet mee bekend. Daarom is het belangrijk om naar de bewoners duidelijk te communiceren dat deze technieken zich in de praktijk hebben bewezen. Zij kunnen dan vertrouwen ontlenen aan het feit dat ook bij andere corporaties met succes vergelijkbare projecten zijn uitgevoerd, waardoor sneller draagvlak ontstaat.



Jan Jaap Vogel, manager Vastgoedbeheer

*Woningcorporatie Ymere richtte voor een project in Almere een demonstratiewoning in. "Vooral de modelwoning waar alles te zien was, heeft enorm geholpen. Bewoners konden daar niet alleen nieuwe kozijnen en de zonnepanelen zien, maar bijvoorbeeld ook allerlei soorten passende gordijnroedes. Wie wilde mocht er zelfs een nachtje gaan slapen," aldus Jan Jaap Vogel, manager Vastgoedbeheer.*





### Betrokken bewoners stellen hoge eisen aan communicatie

De bewoners zijn per definitie zeer betrokken bij de renovatie van hun woningen. Bovendien zijn ze deskundig: zij kennen hun eigen woonomgeving als geen ander. Hoewel die betrokkenheid sterke emoties kan oproepen, leert de ervaring dat de bewoners sneller geneigd zijn de aangeboden informatie grondig te verwerken en vaker gevoelig zijn voor goede argumenten.

Het hebben van goede argumenten is echter nog geen garantie dat ze de ander ook overtuigen. De manier waarop ze worden gepresenteerd speelt daarom een grote rol:

- Presenteer de belangrijke argumenten meteen in het begin, of bewaar ze tot het einde. De informatie daar tussenin wordt minder goed opgenomen en onthouden.
- Bespreek de tegenargumenten en probeer ze te ontcrachten. Het versterkt de geloofwaardigheid van uw standpunt.
- Kom zo snel mogelijk to the point, in dit geval: wat betekent het voor de bewoner.
- Probeer zoveel mogelijk aan te sluiten bij wat er leeft bij de bewoners. Wat vinden ze belangrijk? Waarover hebben ze twijfels? Welke kennis hebben ze?
- Spreek de taal van de bewoners, dus vermijd ambtelijk en technisch jargon.

- Geef bewoners met positieve ervaringen uit eerdere renovatieprojecten een rol in het communicatieproces. Mensen staan sneller open voor informatie die afkomstig is van mensen uit de eigen gemeenschap. Het gebruik van nieuwe media – bijvoorbeeld filmpjes op internet – kan hierbij heel effectief zijn.
- Verlies is erger dan niet winnen. In tegenstelling tot de gangbare mythe dat positieve informatie de meeste impact heeft, denken we juist harder na over negatieve informatie. Van de woonlasten na renovatie kan bijvoorbeeld worden gezegd dat die gelijk blijven of iets lager uitvallen. Op veel mensen zal het echter meer indruk maken om te melden dat als er niets gebeurt, de stookkosten straks hoger zullen zijn dan de huur.

Uiteraard bieden de adviezen in deze brochure geen blauwdruk voor een rimpelloze communicatie met de bewoners. Ze laten wel zien dat een professionele en doordachte aanpak van bewonersparticipatie kan bijdragen aan een vruchtbare dialoog met de bewoners en daarmee aan het succes van uw projecten.



### Woonlastenwaarborg maakt ruimte voor huurverhoging

Met een huurverhoging na renovatie maakt u zich als woningcorporatie meestal niet populair bij bewoners, ook al staat daar voor hen een daling van de energielasten tegenover. Veel corporaties voeren daarom een huurverhoging pas bij mutatie door, of nemen genoegen met minder huurverhoging om de bewoners over de streep te trekken. Aedes en de Woonbond hebben hiervoor de woonlastenwaarborg ontwikkeld. Uitgangspunt is dat het treffen van energiebesparende maatregelen in woningen mag leiden tot een redelijke huurverhoging, maar dat deze huurverhoging lager is dan de gemiddelde daling op de energierekening in het gehele wooncomplex. De daadwerkelijke besparing in het complex wordt na een jaar gemeten. Als de woonlasten gemiddeld op complexniveau niet gedaald zijn, vindt een eenmalige compensatie en herberekening van de huurverhoging plaats.

Ruime een jaar na introductie van de woonlastenwaarborg heeft Agentschap NL de effectiviteit van dit instrument laten onderzoeken. Het blijkt dat deze methodiek niet alleen discussie met bewoners over cijfers en percentages voorkomt, het leidt ook tot de meeste labelstappen (3,4) en een hoog percentage huurverhoging ten opzichte van de verwachte energiebesparing (gemiddeld bijna 70%). Dezelfde methodiek maar dan zonder garantie leidt gemiddeld tot eenzelfde huurverhoging (70%) maar levert minder labelstappen op (gemiddeld 2,8). Bovendien is dan meer inspanning nodig om bewoners te overtuigen. In projecten waar geen huurverhoging wordt gevraagd worden gemiddeld slechts 2,2 labelstappen gemaakt. De woonlastenwaarborg blijkt dus een uitstekend middel om met instemming van de bewoners de huuropbrengst te optimaliseren en stelt corporaties in staat hogere ambities te realiseren.



### De juiste aanpak levert veel op

Wonen Wateringen heeft ervaren dat een geleidelijke en intensieve communicatie met bewoners vruchten afwerpt. Directeur André van den Berg: "We organiseren een aantal kleinere bewonersbijeenkomsten. Daardoor ontstaat sneller een open sfeer waarin mensen ontvankelijk zijn voor de plannen, die dan nog in de schetsfase zijn. Vervolgens vragen we de bewoners per brief of ze op hoofdlijnen akkoord zijn met de plannen alvorens door te gaan met uitwerken. Bij elke woning gaat daarna een woonconsulent langs die precies uitlegt wat de uitgewerkte plannen voor de huurder betekenen: hoe verlopen de werkzaamheden, waarom een huurverhoging, welke besparing op de stookkosten kunnen ze verwachten. Het is veel werk, maar dat betaalt zich terug in een probleemloos verloop van het project."

Kennemer Wonen koos voor de Alkmaarse Waalstraat wel voor een algemene presentatie over de maatregelen, maar combineerde dat met een individuele benadering via een brochure, individuele huisbezoeken en het inrichten van een demowoning waar kleine groepen konden worden rondgeleid. Volgens Daan van Nieuwmegen, projectleider vastgoedbeheer bij Kennemer Wonen, kon dankzij deze gestructureerde aanpak in drie weken tijd 80 procent van de huurders voor de plannen worden gewonnen.



Links Daan van Nieuwmegen projectleider vastgoedbeheer Kennemer Wonen

Bij dit themablad zijn onder meer de volgende voorbeeldbladen beschikbaar:

- Elan Wonen, Provinciënwijk, Heemstede
- Kennemer Wonen, Waalstraat, Alkmaar
- Wonen Wateringen, Oranjewijk
- Woningstichting Weststellingwerf, Martiniwijk
- Huismeesters, Groningen, Tuinwijk

Wilt u meer weten over bewonersparticipatie? Hieronder vindt u een aantal suggesties:

- “Bewonerscommunicatie bij duurzame woningverbetering” van uitgeverij Aeneas is een module van de Toolkit Bestaande Bouw ([www.toolkitonline.nl](http://www.toolkitonline.nl)). Het boek telt bijna 130 bladzijden en bevat onder meer praktische tips, achtergrondinformatie, voorbeelden en checklists.
- De Woonbond heeft veel ervaring in het begeleiden van bewonersparticipatietrajecten. Het Woonbond Kennis- en Adviescentrum zoeken samen met woningcorporaties naar oplossingen op maat ([www.woonbond.nl](http://www.woonbond.nl)).

- In het rapport “Kansrijke aanpakken in gebouwgebonden energiebesparing”, gemaakt voor Meer Met Minder in opdracht van Agentschap NL, zijn inzichten uit binnen- en buitenland verzameld. U kunt dit rapport downloaden via [www.bespaarlokaal.nl](http://www.bespaarlokaal.nl).
- Meer informatie (inclusief een brochure) over de woonlastenwaarborg vindt u op [www.bespaarenergietdewoonbond.nl](http://www.bespaarenergietdewoonbond.nl).
- [www.kwh.nl](http://www.kwh.nl)  
Op deze website vindt u informatie over de activiteiten van het Kwaliteitscentrum Woningcorporaties Huursector, dat onder meer het KWH-Participatielabel heeft ontwikkeld.
- Het Lectoraat Overheidscommunicatie van de Hogeschool Utrecht organiseert cursussen Overheidscommunicatie waarin wetenschappelijke inzichten worden gekoppeld aan de communicatiepraktijk.

Dit is een publicatie van:

Agentschap NL  
NL Energie en Klimaat  
Swentiboldstraat 21  
Postbus 17 | 6130 AA Sittard  
T +31 (0) 88 602 20 00  
[www.agentschapnl.nl/woningbouw](http://www.agentschapnl.nl/woningbouw)  
Agentschap NL | juli 2012  
Publicatienummer: 2EGOW1219

*Hoewel deze publicatie met de grootst mogelijke zorg is samengesteld kan Agentschap NL geen enkele aansprakelijkheid aanvaarden voor eventuele fouten.*

Agentschap NL is een agentschap van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. Agentschap NL voert beleid uit voor diverse ministeries als het gaat om duurzaamheid, innovatie en internationaal. Agentschap NL is hét aanspreekpunt voor bedrijven, kennisinstellingen en overheden. Voor informatie en advies, financiering, netwerken en wet- en regelgeving.

#### Nieuwe praktijkvoorbeelden

Agentschap NL blijft op zoek naar nieuwe praktijkvoorbeelden over technische maatregelen, processen en aanpakken, ter ondersteuning van het Convenant. We nodigen u van harte uit die voorbeelden te melden via [woningbouw@agentschapnl.nl](mailto:woningbouw@agentschapnl.nl) of contact op te nemen met 088 602 23 55. Meer informatie kunt u vinden op [www.agentschapnl.nl/woningbouw](http://www.agentschapnl.nl/woningbouw). Deze website biedt actuele informatie over energiebesparing aan professionele partijen in de woningbouw.

*Agentschap NL ondersteunt in opdracht van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties de convenantpartijen Aedes en de Woonbond bij de uitvoering van het Convenant Energiebesparing Huursector. De doelstelling van dit Convenant is een besparing op het gebouwgebonden energieverbruik van bestaande corporatiewoningen van 33 % in de periode 2008 tot en met 2020. Deze ambitie betreft het gebouw- en installatiegebonden energiegebruik voor met name ruimteverwarming, warm tapwater en ventilatie. Voor de nieuwbouwproductie van de corporaties betreft dit een aanscherping van het gebouwgebonden energieverbruik met 50 % per 1 januari 2015 t.o.v. de EPC in 2007.*

*Divisie NL Energie en Klimaat voert in opdracht van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties het programma ‘Energie & Gebouwde Omgeving’ uit. Wij bieden professionele marktpartijen en overheden ondersteuning bij energiebesparing, duurzame energie en CO<sub>2</sub>-reductie van de gebouwde omgeving.*