

Participatiestrategie Zeeheldenbuurt

Versie 1.0
Definitief

Alphen aan den Rijn



Inhoud

Inhoud	2
1. Aanleiding van de participatie	3
1.1 Inleiding	3
1.2 Uitgangspunten van de strategie (proces)	4
1.3 Leeswijzer	5
2. Participatie	6
2.1 Participatiedoel	6
2.2 Kaders en uitgangspunten (inhoud)	6
2.3 Niveau van participatie	11
2.4 Waarover participeren	12
2.5 Hoe participeren	12
3. Communicatie	15
3.1 Kernboodschap	15
3.2 Uitgangspunten communicatie	16
3.3 Communicatiemiddelen	17
4. Planning	18
5. Projectorganisatie en financiën	18
5.1 Projectorganisatie	18
5.2 Financiën	19
Bijlage 1: Voorgeschiedenis en bronnenlijst	20

1. Aanleiding van de participatie

1.1 Inleiding

In de komende jaren gaat de nieuwbouwontwikkeling Havenfront van start. Dit biedt kansen om ook de bestaande bouw van de naastgelegen Zeeheldenbuurt aardgasvrij te maken met een collectieve warmteoplossing. Een warmtenet lijkt hiervoor een kansrijke optie en momenteel onderzoekt gemeente Alphen aan den Rijn dit verder, samen met Firan. Woonforte is ook een belangrijke partner, met name in fase 1, aangezien er veel huurders in de Zeeheldenbuurt wonen.

We denken op dit moment dat een warmtenet de beste warmteoplossing is voor de Zeeheldenbuurt op basis van de technische kenmerken van de buurt. Woning- en gebouweigenaren mogen zelf beslissen of ze gebruik maken van het aanbod of zelf een gelijkwaardige alternatieve warmteoplossing regelen. Woonforte doorloopt daarnaast een draagvlaktraject samen met haar huurders. Met draagvlak bedoelen we dat voldoende mensen ervoor kiezen mee te willen doen aan het warmtenet. We willen dat het aanbod voor aansluiting zo goed mogelijk op de inwoners¹ van de Zeeheldenbuurt en hun wensen aansluit, daarom starten wij een participatietraject. We starten dit participatietraject om de inwoners van de Zeeheldenbuurt te betrekken en hen goed te informeren over alle ontwikkelingen zodat iedereen een weloverwogen keuze maakt. Dit traject heeft als **doel** om *zoveel mogelijk inwoners van de Zeeheldenbuurt te informeren en betrekken, en wensen op te halen voor het aanbod om uiteindelijk genoeg draagvlak te krijgen voor de overstap van aardgas naar het warmtenet*. Inwoners van de Zeeheldenbuurt bepalen zelf of het draagvlak er komt, dit project doen we met elkaar.

Om dit doel te bereiken moet er een goed aanbod richting inwoners komen. Hierbij hebben we de uitgangspunten: leveringszekerheid, zo laag mogelijke kosten en zoveel mogelijk ontzorging voor de inwoners. De keuze voor een warmtenet maken mensen niet zomaar. Het is een grote verandering die achter de voordeur komt, het vraagt een geld- en tijdsinvestering, de tendens in de media is overwegend negatief en dat brengt voor velen onzekerheid met zich mee (bron: gebiedsadviseurs; bewonerscommissie; buurtteam, 2024). Maar uiteindelijk is de overstap naar aardgasvrij noodzakelijk gezien de afspraken in het Klimaatakkoord en de Transitievisie Warmte. Dit project is een kans voor inwoners om op een laagdrempelige manier aan te haken, met daarbij relatief veel ontzorging. Verder moet het warmtenet bestaanszekerheid voor inwoners creëren op het gebied van warmte. Onder

¹ Onder inwoners verstaan wij zowel huurders, particuliere woningeigenaren, andere gebouweigenaren en waar relevant de gebruikers hiervan, van de bestaande bouw in de Zeeheldenbuurt. In het kader van leesbaarheid van dit document gebruiken we vanaf hier “inwoners” als overkoepelende term voor alle doelgroepen.

het motto: “Met elkaar zorgen we voor betaalbare warmte voor iedereen, nu en in de toekomst”.

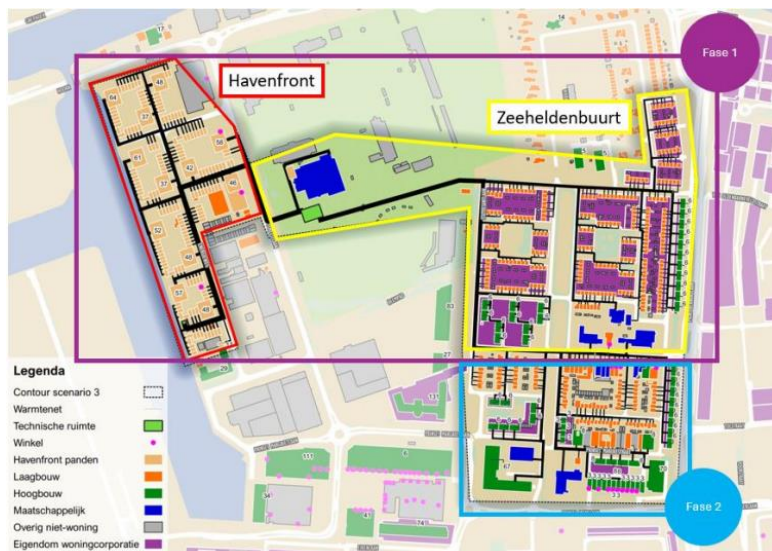
We zetten stevig in op participatie en communiceren de boodschap over het warmtenet helder naar inwoners. Zo weten zij wat een warmtenet voor hen en de buurt zou betekenen en komen ze niet voor verrassingen te staan. Stevige inzet op participatie sluit ook aan bij het coalitieprogramma ‘Zichtbaar en Dichtbij’ 2022 – 2026 van gemeente Alphen aan den Rijn.

De Zeeheldenbuurt in twee fasen

Het project is in twee fasen verdeeld. De gebouwen in fase 1 zijn een combinatie van de nieuwbouw in het Havenfront², zwembad De Hoorn en woningen en een aantal andere gebouwen in het noordelijke deel van de Zeeheldenbuurt. Voor fase 1 zijn dit met name huurwoningen van Woonforte.

Fase 2 bestaat uit onder andere koop- en huurwoningen, een kerk en een basisschool.

Fase 2 start na fase 1. Dat betekent *niet* dat we wachten met communiceren en participeren voor fase 2, maar wel dat de intensiteit en boodschappen tussen de twee fasen verschillen.



1.2 Uitgangspunten van de strategie (proces)

Meerjarige flexibele aanpak

Dit document is een meerjarige participatiestrategie en op basis hiervan werken we gedurende het participatietraject naar concrete communicatie- en participatiedeelplannen voor beide fasen. Zo kunnen we gedurende de lange looptijd van het project plannen maken die aansluiten bij de inhoudelijke ontwikkelingen in het onderzoek, de businesscase en het ontwerp van het warmtenet. Deze passen we vervolgens aan op basis van voortschrijdend inzicht en ervaringen uit de wijk. We evalueren de strategie tussentijds om bij te sturen en geleerde lessen meteen in de praktijk te brengen. Dit sluit aan bij het “blijvend ontwikkelen” uit het participatiekader Iedereen aan Zet (2021).

² Wij focussen ons in deze participatiestrategie uitsluitend op de bestaande bouw in de Zeeheldenbuurt.

Proces opstellen strategie

De **participatieaanpak** (hoofdstuk 2) is opgesteld op basis van een analyse van sociale data van de buurt en een uitvoerige onderzoeksfase. Zoals Factor C-sessies, gesprekken met interne en externe partners en input van de bewonerscommissie van Woonforte en het buurtteam Zeehelden.

We stellen de participatiestrategie op samen met Firan en Woonforte. Zo zorgen we voor één gezamenlijke visie, dat de trajecten van elke partner op elkaar zijn afgestemd en waar mogelijk elkaar versterken. Tijdens de uitvoer en het concretiseren richting deelplannen stemmen we ook met hen af, en zoeken we de samenwerking op met andere (lokale) partners.

Kaders en integrale afstemming

Het participatietraject in de Zeeheldenbuurt wordt een blauwdruk voor volgende participatietrajecten op het gebied van warmte in gemeente Alphen aan den Rijn. Dit maakt het extra belangrijk om de visie en stappen van het participatiekader Alphen aan den Rijn – Iedereen aan Zet te borgen in deze strategie. We passen de uitgangspunten uit het kader: **inclusieve aanpak**, **heldere communicatie** en **blijvend ontwikkelen** doorlopend toe. Uiteraard nemen we ook de ervaringen en kennis van ons onderzoek in de Planetenbuurt (en Ridderveld-West) mee.

We geven het aanbod van en ervaringen met de doelgroep vanuit de programmalijn Isoleren en Besparen een plek in de participatieaanpak. En stemmen af met sociaal domein. Zo verbinden we opgaves binnen de gemeente met elkaar, creëren we extra koppelkansen en dragen we bij aan diverse doelen. Het bundelen van aanbod en informatie zorgt ervoor dat we met één boodschap naar de buurt communiceren. Zo voorkomen we dat we hen overladen met informatie en het draagt bij aan een betere ontvangst van de boodschap.

Ten slotte vormt deze participatiestrategie de basis voor de participatieactiviteiten ten behoeven van het Wijkuitvoeringsplan (WUP). We zorgen dat de hieruit volgende plannen de benodigde informatie voor de WUP ophalen. Met deze efficiëntieslag voorkomen we dat we hiervoor een apart participatietraject moeten doorlopen.

1.3 Leeswijzer

In 2.1 staat het doel van de participatieaanpak, oftewel het **participatiedoel**. In paragraaf 2.2 beschrijven we de inhoudelijke **kaders en uitgangspunten** die we tot en met het einde van het project hanteren. In 2.3 beschrijven we wat voor invloed verschillende stakeholders hebben (**participatieniveau**), in 2.4 **waarover** inwoners kunnen participeren en in 2.5 **hoe** zij dit kunnen doen.

In hoofdstuk 3 staat de **communicatiestrategie**, deze sluit aan bij de resultaten uit de onderzoeksfase en gemaakte keuzes uit de participatieaanpak. Ten slotte staat in hoofdstuk 4 de **planning** en in hoofdstuk 5 een korte schets van de **projectorganisatie en financiën**.

2. Participatie

2.1 Participatiedoel

Het hoofddoel van dit project (zie ook 1.1) is om zoveel mogelijk inwoners van de Zeeheldenbuurt te informeren en betrekken, en om wensen op te halen voor het aanbod om uiteindelijk genoeg draagvlak te krijgen voor de overstap van aardgas naar het warmtenet. Inwoners van de Zeeheldenbuurt bepalen zelf of het draagvlak er komt, dit project doen we met elkaar.

Daarnaast hebben we twee subdoelen:

1. Bij inwoners ophalen op welke manier onder andere hun omgeving verbeterd kan worden (koppelkansen).
2. Informeren van stakeholders binnen en buiten het projectgebied over het warmtenet en de effecten hiervan op hun leven en leefomgeving. Dit doen we zodat inwoners uit de Zeeheldenbuurt beslissingen kunnen maken op basis van volledige informatie. Inwoners buiten het projectgebied informeren we over in hoeverre plannen ook voor hen gelden. Zo weet iedereen waar die aan toe is.

2.2 Kaders en uitgangspunten (inhoud)

We hebben kenmerken van inwoners, de buurt en de impact die het project heeft op inwoners in kaart gebracht (zie tekstvakken). Hier hebben we gedragspsychologie, participatietheorie en de kaders van “Iedereen aan Zet” op toegepast en daarmee inhoudelijke uitgangspunten voor de strategie geformuleerd. In hoofdstuk 3 staat hoe we hier in de communicatiestrategie rekening mee houden.

Punten gebaseerd op kenmerken van de inwoners

- **We werven een zo breed mogelijke groep participanten om mee te denken.**
Waarom? Zo geven we iedereen de kans om te participeren en zorgen we voor een goede afspiegeling van de buurt. Zo weten we dat de opgehaalde input waarschijnlijk ook relevant is voor de rest van de inwoners, ondernemers en andere stakeholders. Om dit te bereiken communiceren we via verschillende kanalen. Ook zetten we sleutelfiguren en -organisaties in om een sneeuwbal effect te creëren.



- **We benaderen inwoners op verschillende manieren en nemen hier zoveel mogelijk de tijd voor.**



Waarom? Zo kan iedereen meedoen op hun eigen tempo, online en offline en via het door hen gekozen kanaal. Zo sluiten we aan bij behoeftes en (digitale) vaardigheden van de inwoners en verlagen we drempels, waardoor we zoveel mogelijk participanten werven. Die uiteindelijk een weloverwogen beslissing maken over het warmtenet. Dit doen we middels een combinatie van online en offline communicatie- en participatiemiddelen en één-op-één contactmomenten.

- **We communiceren zo veel als mogelijk over de prijs van het warmtenet, alternatieve individuele oplossingen en bijbehorende isolatiemaatregelen, ook als we nog niet alles weten.**



Waarom? Betaalbaarheid is een essentieel punt voor deze doelgroep. Er is een goed en betaalbaar aanbod nodig voor deze doelgroep om de participatiedoelen te behalen. Door duidelijk te zijn over de stappen die daarvoor gezet moeten worden en wat de gemeente hiervoor doet, weten inwoners waar ze aan toe zijn. We proberen zo ook onzekerheid en zorgen weg te nemen, te bouwen aan vertrouwen en daarmee een gedegen participatieproces. Dit doen we door transparant te communiceren over wat bekend is met betrekking tot de kosten en opbrengsten. Ook als de boodschap is dat we nog geen prijsindicatie hebben. We bieden waar mogelijk garanties, en een integraal aanbod van subsidies (in overleg met de programmajijn Isoleren en Besparen).

Waarop baseren we deze uitgangspunten?

*De Zeeheldenbuurt is een diverse volksbuurt met een ongeveer gelijk deel **huur- en koopwoningen**. Er speelt ook wat **problematisch** achter de voordeur en sommige inwoners wonen onder begeleiding (Woonforte, 2024). In de buurt wonen verschillende typen mensen, met zowel **positieve als negatieve houdingen** ten opzichte van klimaatregelingen en met wel en geen interesse om te participeren (Citizens, 2021). Dit betekent dat er een diverse aanpak nodig is en bepaalde groepen meer aandacht nodig hebben dan anderen.*

*De inwoners hebben **weinig financiële ruimte**. Het gemiddelde bruto jaarinkomen is € 28.100. Dat is ruim onder het gemiddelde en mediaan inkomen in Nederland (CBS, 2022). De bewonerscommissie, het buurtteam en Woonforte onderstrepen dit en stellen dat de financiën van de huurders en de buurt de afgelopen jaren nog verder onder druk zijn komen te staan. Dit maakt betaalbaarheid een sleutelonderwerp binnen dit project. Verder wonen er mensen met **verschillende (migratie)achtergronden**, waarvan een deel de Nederlandse taal niet (goed) machtig is of moeite heeft met lezen/schrijven (CBS, 2023; gebiedsadviseurs; bewonerscommissie; buurtteam, 2024).*

Punten gebaseerd op kenmerken van de buurt en interesse in participatie

- **We maken zoveel mogelijk gebruik van voor inwoners herkenbare mensen en organisaties (sleutelfiguren).**



Waarom? Dit draagt bij aan het vertrouwen en zo kunnen we effectiever netwerken vormen en participatie-informatie verspreiden door de wijk (sneeuwbaaleffect). Denk

hierbij aan de bewonerscommissie van Woonforte, het buurtteam, buurthuizen, kerken, scholen en verenigingen.

- **We maken gebruik van sprekende voorbeelden van mede-inwoners of succesverhalen uit andere regio's.**



Waarom? Door verhalen van mede-inwoners of inwoners uit soortgelijke wijken te delen of hen aan het woord te laten en hun (positieve) ervaringen met een warmtenet te delen, krijgen inwoners een beeld van de praktijk en bouwen we aan vertrouwen. Het gaat hierbij zowel om vertrouwen in de boodschap vanuit de gemeente, als het vertrouwen van inwoners dat een warmtenet ook mogelijk is in hun persoonlijke situatie en buurt (staat van het huis, kennisniveau, financiële situatie, etc.).

- **We organiseren diverse participatievormen en besteden, naast nut en noodzaak, ook aandacht aan het leuk maken.**



Waarom? Zo geven we gehoor aan de verschillende behoeftes vanuit de buurt, waardoor we zoveel mogelijk participanten werven. We bieden verschillende manieren van participeren aan; van praktisch, concreet en laagdrempelig tot abstract en terugkerend participeren.

Waarop baseren we deze uitgangspunten?

Grote delen van de buurt zijn op sociaal vlak bij elkaar betrokken, kijken naar elkaar om en helpen elkaar. Vaak ook in georganiseerd verband, zoals via de kerken of het buurtteam. De bewonerscommissie van Woonforte gaf aan dat voor inwoners bekende gezichten makkelijker een boodschap kunnen overbrengen, bijvoorbeeld via mede-inwoners of actieve organisaties. En ook onderzoek toont aan dat het gebruik van ervaringsdeskundigen en gelijkgestemden bijdraagt aan het vertrouwen dat inwoners in zichzelf ("dit kan ik ook", oftewel: self-efficacy (Bandura, 1997)) en in de boodschap hebben.

Op basis van de gesprekken tot nu toe is het beeld dat inwoners gemiddeld weinig motivatie en interesse hebben om te participeren. De bewonerscommissie van Woonforte heeft dit eerder ook ervaren. Ook gaven zij en de gebiedsadviseurs aan dat het helpt om activiteiten "leuk" te maken, naast de inhoud. Daarnaast is er in deze buurt een grote groep die graag alleen over concrete keuzes wil meedenken, maar er is ook een groep die ook op een hoger abstractieniveau wil participeren (Citisens, 2021).

Punten gebaseerd op de impact op de doelgroep

- **We zetten tijdig in op participatie.**



Waarom? We willen inwoners, ondernemers en andere stakeholders zo vroeg mogelijk betrekken. Zodat we hun wensen en zorgen zoveel mogelijk mee kunnen nemen in de vervolgstappen en te nemen beslissingen. Dit draagt ook bij aan dat zij een weloverwogen beslissing maken over het warmtenet en tijd hebben om mee te denken.



- **We zijn helder en transparant over de inhoud, het proces en niveau van participatie.**
Waarom? We leggen duidelijk uit binnen welke kaders inwoners kunnen meedenken en hoe de processen eruitzien. Ook als er onzekerheden of geen ontwikkelingen zijn wordt dit helder en transparant gecommuniceerd. Zo weten inwoners wat ze kunnen verwachten. Dit draagt bij aan het vertrouwen in het proces en de resultaten.



- **We zorgen ervoor dat inwoners beschikken over voldoende en tijdige informatie om een betekenisvolle bijdrage te kunnen leveren.**

Waarom? We nemen inwoners serieus en zorgen dat ze de kans krijgen om onderbouwd input te leveren en beslissingen te maken. Bijvoorbeeld bij het inbrengen van wensen en in de keuze voor het warmtenet of gelijkwaardige individuele oplossing.



- **We geven inwoners zoveel mogelijk beïnvloedingsruimte.**

Waarom? We willen zoveel mogelijk van de inbreng van inwoners verwerken in het project. Zo zorgen we dat het project beter aansluit op de wensen van de Zeeheldenbuurt en dragen we bij aan draagvlak over de gemaakte keuzes. Dit gaat zowel over het participatietraject (hoe communiceren en participeren we?) als de inhoud (bijvoorbeeld over koppelkansen en de uitstraling van onderstations). Zie ook paragraaf 2.4. We zijn duidelijk over wanneer dit kan en binnen welke kaders.



- **De wensen en belangen van alle stakeholders worden inzichtelijk gemaakt en erkend.**

Waarom? Zo weten we wat er leeft onder stakeholders en zorgen we dat het project zo goed mogelijk aansluit hierop. Zo krijgen inwoners ook inzicht in elkaars wensen en belangen, voorkomen we zoveel mogelijk weerstand en maken we koppelkansen inzichtelijk. Alle ideeën die geopperd worden leggen we naast elkaar en we koppelen terug waarom we iets wel of niet meenemen.



- **Inwoners krijgen altijd en binnen twee maanden terugkoppeling over de manier waarop hun inbreng is verwerkt.**

Waarom? Hiermee maken we duidelijk dat hun inbreng waardevol is en dat we, binnen de afgesproken kaders, samen optrekken. Dit draagt ook bij aan het verwachtingsmanagement en draagvlak voor het participatietraject. Dit gebeurt altijd op B1-niveau, zodat het goed leesbaar is.



- **Er is minimaal één aanspreekpunt vanuit de gemeente: voor en in de wijk.**

Waarom? Continuïteit, persoonlijk contact en herkenbaarheid dragen bij aan het vertrouwen onder inwoners. Deze aanspreekpunten komen terug in fysieke participatiemomenten en communicatiemiddelen zoals brieven en flyers.



- **We zorgen ervoor dat inwoners met vragen gemakkelijk bij de gemeente terecht kunnen.**

Waarom? De meningen en vragen van inwoners doen ertoe en we willen tegemoetkomen aan de grote impact en onzekerheid die gepaard gaan met dit project. Dit betekent dat we zo snel mogelijk reageren op vragen en eventuele ontstane onrust. Dit doen we bijvoorbeeld via de vaste aanspreekpunten, webpagina, FAQ, en door bij communicatiemiddelen altijd contactgegevens van de gemeente neer te zetten.

Waarop baseren we deze uitgangspunten?

*Bij projecten die nieuw, ingrijpend en onzeker zijn is het verstandig om een intensiever participatietraject te doorlopen, mensen zoveel mogelijk handelingsperspectief te geven en stevig in te zetten op **verwachtingsmanagement en communicatie** (Cornwall, 2008). Zo kun je inwoners het beste meenemen in de stappen, betrek je hen bij beslissingen, voorkom je onnodige weerstand en creëer je draagvlak. De **onzekerheid**, zorgen, praktische vragen en de onrust die hiermee gepaard gaat **leeft nu al bij sommigen in de buurt**, bevestigen de bewonerscommissie en het buurtteam. Bijvoorbeeld het overschakelen van koken op gas naar elektriciteit en het opengaan van de straten voor de aanleg. Op zowel lokaal als nationaal niveau is er **onrust** op maatschappelijk en politiek vlak omtrent warmtenetten. **Warmtenetten** hebben een **overwegend negatief imago** en de nadruk ligt vaak op de niet-succesvolle voorbeelden van het aansluiten van bestaande bouw op een warmtenet (NPLW, 2024). Dit betekent we ons voorbereiden op vragen uit de buurt, **zorgen erkennen en zoveel mogelijk wegnemen** en de positieve kanten van dit project goed communiceren. Het positioneren van ten minste één duidelijk en terugkerend aanspreekpunt kan ook bijdragen aan het vertrouwen bij inwoners (Van Stokkom, 2012). Ten slotte zitten er afhankelijkheden in het project. Hier moeten we in onze boodschappen en communicatiemomenten rekening mee houden.*

2.3 Niveau van participatie

Op basis van de Factor C-sessies en andere gesprekken met stakeholders is onderstaande indeling van participatieniveaus opgesteld. Je ziet hier enkel het gewenste participatieniveau tijdens het participatietraject, niet voor *participatie over de participatie*. Alle stakeholders mogen *meedenken* over en input leveren voor het participatietraject.

- *Meebepalen*: zij hebben een doorslaggevende invloed op het participatietraject
- *Meewerken*: zij zullen daadwerkelijk meewerken in het participatietraject (bijv. door het inzetten van hun netwerk)
- *Meedenken*: zij leveren een bepaalde inhoudelijke inbreng
- *Meeweten*: zij spelen geen actieve rol, maar worden op de hoogte gehouden.

Belangrijke partijen	Rol/functie	Participatieniveau (t.t.v. participatietraject)
Gemeente Alphen a/d Rijn	Opdrachtgever, ambtelijke en technische input, besluitvormend	Meebepalen
Woonforte	Behartigt belangen van huurders, invloed op besluitvorming	Meebepalen
Firan	Ontwerpen, ontwikkelen en mogelijk ook beheren van warmtenet	Meewerken
Bewonerscommissie Woonforte	Potentiële gebruikers en belangenbehartigers huurders Woonforte	Meewerken
Organisaties in gebied (zwembad, scholen, kerken, buurthuis)	Potentiële gebruikers die vroegtijdig worden betrokken met netwerk in de wijk	Meewerken
Buurtteam Zeeheldenbuurt	Zet zich in voor leefbaarheid met netwerk in de wijk	Meewerken
Inwoners fase 1 (huurders Woonforte en eigenaar-bewoners)	Potentiële gebruikers, direct betrokken	Meedenken
Inwoners fase 2 (eigenaar-bewoners, particuliere huurders, huurders Woonforte, VvE's)	Potentiële gebruikers, direct betrokken	Meedenken
Ondernemers en andere utiliteitsbouw in gebied (eigenaren winkels en overige)	Potentiële gebruikers	Meedenken
Omwonenden projectgebied	Vangen mogelijk geluiden op, informeren over hun toekomst	Meeweten

2.4 Waarover participeren

Om de verwachtingen naar inwoners toe te managen zijn we helder over de aspecten waar zij wel en geen invloed op kunnen uitoefenen, welke kaders hiervoor gelden en uit welke opties ze kunnen kiezen³ (Kennisknooppunt Participatie, 2020). Deze aspecten staan in de tabel hieronder. Naast de beïnvloedbare aspecten staat de bijbehorende participatievraag.

Geen invloed op	Wel invloed op	Participatievraag
Verkennen optie warmtenet ⁴	Wel of niet aansluiten op het warmtenet	Aansluiten op het warmtenet of een individuele aardgasvrije warmteoplossing kiezen?
Soort warmtetechniek (aquathermie)	Koppelkansen	Welke koppelkansen zien inwoners voor hun buurt?
Komst publiek warmtebedrijf	Compensatieregelingen	Hoe willen inwoners gecompenseerd worden voor ongemakken als gevolg van het warmtenet?
Wie de warmte levert (Gemeente en Firan)	Uitstraling onderstations warmtenet	Welke uitstraling krijgen de onderstations?
	Oplossingen in de uitvoeringsfase	Hoe wordt overlast door het project opgelost en wilt u hierbij betrokken worden?
	Communicatie- en participatietraject (<i>participatie over de participatie</i>)	Hoe inwoners betrekken en welke communicatie- en participatiemiddelen (wat, wanneer, waarover en hoe)?

2.5 Hoe participeren

In dit document beschrijven we de communicatie- en participatiestrategie in hoofdlijnen. Desalniettemin hebben we al een aantal concrete stappen gezet, aangezien we in september 2024 voor het eerst gecommuniceerd hebben richting de Zeeheldenbuurt over het onderzoek naar een warmtenet. In het figuur hieronder staan deze communicatie- en

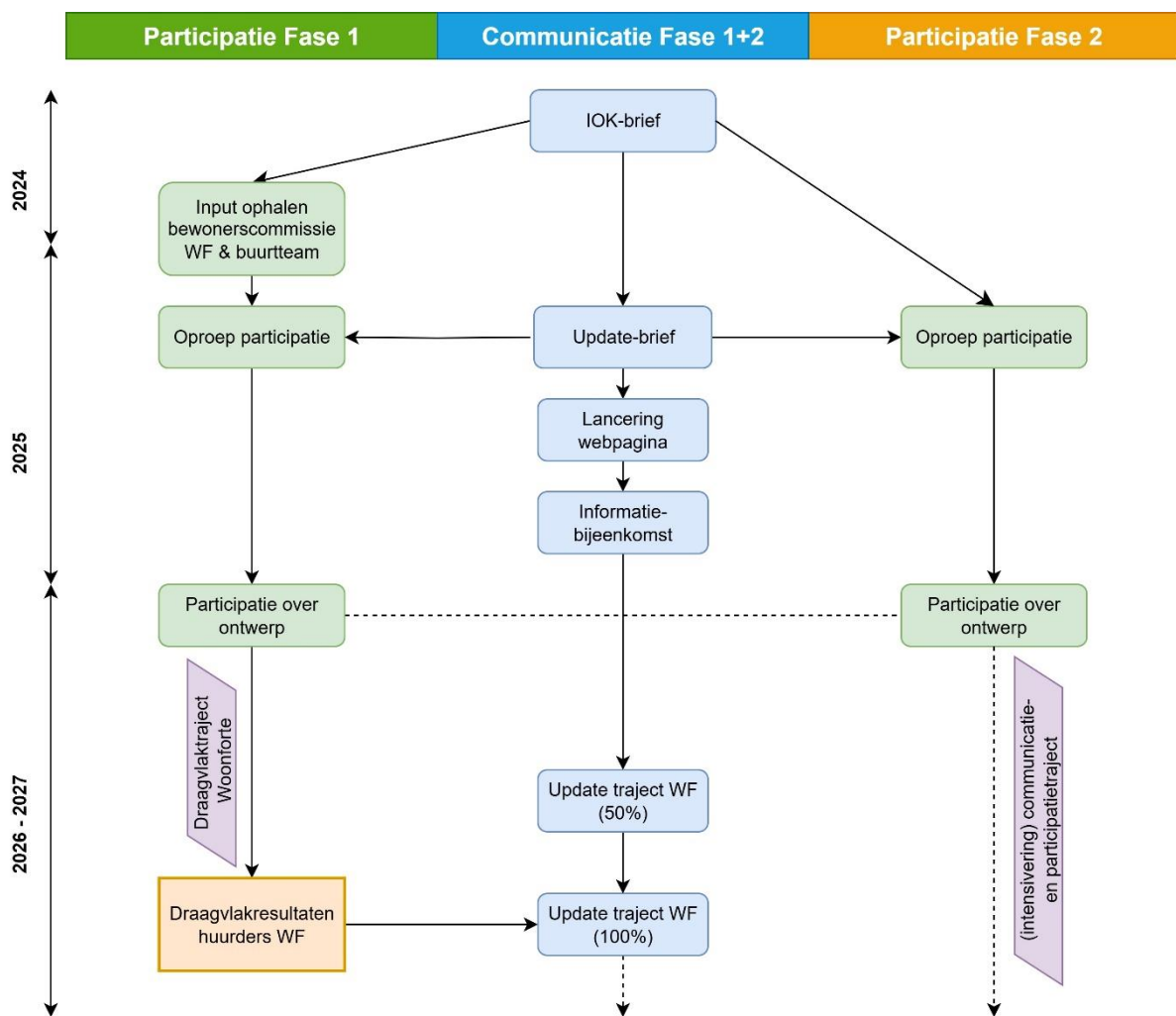
³ Alle wensen van de inwoners worden genoteerd, waarna mogelijk afwegingen gemaakt moeten worden. Het kan zijn dat niet alles haalbaar is binnen het budget van de gemeente. Definitieve keuzes maken we zoveel mogelijk in samenspraak met de inwoners.

⁴ Uiteindelijk bepalen inwoners indirect of het warmtenet er komt: als te weinig mensen willen aansluiten is de business case niet rendabel. Dit is een indirecte invloed, ze hebben geen directe invloed op welke collectieve warmteoplossing we verkennen.

participatiestappen en een aantal van de stappen die we nog nemen, en hoe deze zich tot elkaar verhouden.

Vanaf het vaststellen van deze strategie vullen we dit figuur verder in voor fase 1 en fase 2 en maken we de bijbehorende communicatie- en participatiedeelplannen. Daarin staat concreet uitgewerkt welke inhoudelijke aanpak we voor elke fase toepassen, welke middelen en wat voor capaciteit we inzetten en maken we een planning.

In de basis geldt: de communicatiemomenten voor fase 1 en 2 lopen parallel en de participatiemomenten worden waar mogelijk aan elkaar gekoppeld. Het figuur hieronder laat de volgorde van de stappen zien, een eerste planning staat in hoofdstuk 4.



Algemene aandachtspunten bij bovenstaand figuur zijn:

- De **updatebrief over het onderzoek** gebruiken we als moment om participanten te werven. Dit geeft inwoners een handelingsperspectief, naast dat wij hen informeren. Via een vragenlijst vroegen we uit waarover en hoe zij geïnformeerd willen worden en op welke manier zij willen participeren. Voor deze oproep **gebruikten we de inzichten vanuit de gesprekken** met de bewonerscommissie van Woonforte en het buurtteam.

- We willen fase 1 en 2 zoveel mogelijk van dezelfde informatie voorzien, **daarom zijn er algemene communicatiemomenten** (centrale blauwe blokken) **en willen we hen gezamenlijk in gesprek laten gaan**. Ze mogen samen discussiëren over koppelkansen voor de buurt en onderdelen van het ontwerp.
- Inwoners van fase 1 en 2 krijgen vanaf Q1 2026 gezamenlijk de **kans om mee te denken over het ontwerp van het warmtenet**. Dat houdt in dat inwoners, waar mogelijk, mogen meedenken over elementen uit het ontwerp die zich bovengronds afspelen of hier effect op hebben. Bijvoorbeeld de uitstraling van de onderstations (deze zijn vergelijkbaar met transformatorhuisjes).

Aandachtspunten fase 1:

- Het **participatietraject van Woonforte** start naar verwachting in 2026. Dit gebeurt uiteraard **in afstemming met de gemeente**.
- Als **70% van de huurders instemt** en aan de andere projectcondities is voldaan (vergunningen, toekenning van subsidies etc.), gaat de aansluiting van het warmtenet voor de sociale huurwoningen in deze fase door.

Aandachtspunten fase 2:

- Ook voor fase 2 geldt dat we **inwoners vragen wanneer, waarover en hoe zij willen participeren**. In de eerste periode van het project gaat dit gepaard met veel onzekerheden. Hier communiceren we helder over.
- We hopen, ondanks de onzekerheden, direct een groep enthousiastelingen te werven om mee te denken over het participatietraject. We gebruiken meerdere communicatiemomenten om hier een oproep voor te doen (bijv. lancering webpagina en updates over traject Woonforte). Dit **netwerk** onderhouden we gedurende het hele participatietraject.
- We informeren inwoners, bijvoorbeeld op **de website**, tijdig over **no-regret maatregelen** (zoals isolatie) en geven advies over het wel of niet vervangen van cv-ketels. Doel hiervan is inwoners op tijd voor te bereiden op het warmtenet, maar ook als ze niet aansluiten zijn dit stappen richting een aardgasvrije toekomst.

3. Communicatie

3.1 Kernboodschap

Gedurende het hele project werken we, samen met de partners, met een eenduidige kernboodschap:

“Met elkaar zorgen we voor betaalbare warmte voor iedereen, nu en in de toekomst.”

Gemeente Alphen aan den Rijn maakt zich klaar voor een toekomst zonder aardgas, waarin we koken en ons huis verwarmen met duurzame warmtebronnen. Zo zorgen we voor een duurzame en gezonde wereld. Voor onszelf, maar ook voor de mensen om ons heen. Ook houden we zo onze energierekening in de hand.

De overgang naar duurzame energie doen we stap voor stap. In uw buurt onderzoeken we wat de beste oplossing is voor verwarmen zonder aardgas. Dit lijkt een warmtenet te zijn. U bepaalt zelf of u aansluit op een warmtenet of kiest voor een vergelijkbare warmteoplossing, zoals een warmtepomp. Maar wat zeker is, is dat we uiteindelijk allemaal met het gebruik van aardgas stoppen.

We begrijpen dat als u ervoor kiest aan te sluiten op een warmtenet dit een grote overgang is. Laten we samen kijken hoe we dit het beste kunnen laten werken. Als u er nu voor kiest om aan te sluiten op een warmtenet helpt de gemeente u bij het zetten van deze stap.”

Overige in te zetten communicatiealinea's

Naast de kernboodschap gebruiken we enkele standaard beschrijvingen op een aantal thema's. Hier spelen nog wel een aantal essentiële onzekerheden.

- De oprichting van een publiek warmtebedrijf, de eventuele rol van de gemeente hierin en wat dit betekent voor de prijs voor warmte.
- Wat is de precieze planning en wat moet er achter de voordeur gebeuren.
- Welke garanties we kunnen geven als het gaat over betaalbaarheid. Is de prijs voor lokale warmte inderdaad stabielere dan gas? Op welke manier helpt de gemeente inwoners om de prijs voor warmte betaalbaar te houden? Wat betekent betaalbaar precies?

Zodra de volgende zaken helder zijn, kunnen onderstaande alinea's hierop worden aangepast:

- Uitleg warmtenet:
Een warmtenet is een netwerk van leidingen onder de grond, waar warm water door stroomt. Dit warme water wordt gebruikt om huizen en gebouwen te verwarmen. Voor het verwarmen van dit water wordt een duurzame bron gebruikt en veel minder

aardgas. Voor uw buurt lijkt het water uit de Rijnhaven een goede bron. Het water wordt verwarmd tot 70 graden in een technische ruimte met een warmtepomp. Het warme water gaat vervolgens met buizen onder de grond naar woningen in de Zeeheldenbuurt.

- Niet meer volledig afhankelijk van buitenlands gas:
Als u besluit aan te sluiten op het warmtenet en uw huis is goed geïsoleerd, dan bent u straks 's winters verzekerd van een warm thuis. Doordat de energie grotendeels uit Alphen aan den Rijn komt, zijn we minder afhankelijk van gas dat uit het buitenland moet komen. Dat houdt de kosten stabiel.
- Publiek warmtenet:
In Alphen aan den Rijn willen we een publiek warmtenet. Het warmtenet is dan geen eigendom van een commercieel warmtebedrijf maar publiek eigendom. Mogelijk wordt de gemeente mede-eigenaar van dit warmtebedrijf. Zo kan de gemeente beter sturen op maatschappelijke belangen zoals leveringszekerheid, betaalbaarheid en duurzaamheid. Wetgeving zorgt ervoor dat de prijs niet plotseling omhoog zal gaan.
- De gemeente helpt:
We gaan allemaal een toekomst zonder gas tegemoet. Als u er nu voor kiest aan te sluiten op een warmtenet helpt de gemeente u met het zetten van deze stap. Ook kunt u meedenken over de toekomst van uw wijk en wordt u financieel ondersteund.

3.2 Uitgangspunten communicatie

- **Gedurende het hele traject is er heldere en transparante communicatie. Ook als er geen ontwikkelingen, of juist onzekerheden, zijn.**
Waarom? Zo houden we regie op de boodschap en informatie die richting inwoners gaat en zorgen we dat inwoners weten waar ze aan toe zijn. Dit betekent dat we op zijn minst communiceren bij mijlpalen en ontwikkelingen in het project die effect hebben op (het aanbod aan) inwoners. Voor communicatie richting huurders trekt de gemeente op met Woonforte.
- **We gebruiken eenvoudige taal (B1), met zoveel mogelijk ondersteunend beeldmateriaal en concrete voorbeelden.**
Waarom? Zo zorgen we dat de boodschap voor een zo groot mogelijke groep begrijpelijk is, ook voor mensen die de Nederlandse taal minder goed machtig zijn. Hiervoor schakelen we hulp in van een specialist in het schrijven op B1-niveau. Bovendien proberen we zoveel mogelijk aan te sluiten bij de belevingswereld van de inwoners en hen de informatie te geven die zij wensen en nodig hebben.
- **We vragen inwoners welke manier van communiceren (digitaal, fysieke bijeenkomsten, enquêtes, gesprekken, etc.) zij het prettigst vinden.**
Waarom? Zo sluiten we zoveel mogelijk aan bij de wensen van inwoners op dit vlak en dragen we bij aan de positieve ontvangst van de boodschap.

- **We anticiperen op mogelijke zorgen en geven concrete antwoorden of verwijzen mensen door naar een plaats waar deze vragen worden behandeld.**
Waarom? Hiermee voorkomen we dat misvattingen een eigen leven gaan leiden.
- **Onze informatie is makkelijk te begrijpen en zo volledig mogelijk.**
Waarom? Op deze manier kunnen mensen zelf de juiste keuze maken met voldoende kennis van zaken.
- **We laten aan inwoners zien dat Gemeente Alphen aan den Rijn dit project samen doet met haar partners, Woonforte en Firan.**
Waarom? Hiermee zetten we in op het wekken van vertrouwen en het publieke karakter van het project.
- **Inwoners krijgen regelmatig updates en terugkoppeling van opgehaalde resultaten.**
Waarom? De wensen en belangen van alle stakeholders worden zo inzichtelijk gemaakt en erkend. Zo zorgen we ervoor dat inwoners zich gehoord voelen, voorkomen we zoveel mogelijk weerstand en maken we koppelkansen inzichtelijk. Dit doen we via verschillende kanalen, zoals de gemeentelijke website.

3.3 Communicatiemiddelen

Uit de data van de wijk en de eerste verkennende gesprekken is gebleken dat in de Zeeheldenbuurt verschillende groepen mensen wonen. Al deze mensen hebben een eigen voorkeur hoe zij het liefst worden geïnformeerd. Daarom zetten we diverse middelen in, zowel digitaal als fysiek. Als het gedurende het project nodig blijkt, bijvoorbeeld door feedback uit de buurt, passen we middelen aan of voegen deze toe.

De middelen die we sowieso inzetten zijn:

- Website van de gemeente;
- Website duurzaam.alphenaandenrijn.nl;
- Brieven;
- Posters, brochures, nieuwsbrieven en/of flyers;
- Directe communicatiemiddelen (bijv. inloopspreekuur);
- Via sleutelfiguren en netwerken uit de wijk;
- Visuele middelen (bijv. animaties, infographics en video's)
- Sociale media.

4. Planning

Hieronder de globale planning voor participatie en communicatie, welke gaandeweg wordt aangevuld en waar nodig aangepast. Hier staan onder andere de stappen uit 2.5 ingepland.

	2024			2025				2026				2027
	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
Participatie fase 1												
Oproep tot participatie												
Participatie over ontwerp												
Draagvlaktraject Woonforte												
Participatie fase 2												
Oproep tot participatie												
Participatie over ontwerp												
Intensivering participatietraject												
Communicatie												
IOK-brief												
Update-brief												
Lancering webpagina												
Informereren no-regret maatregelen												
Informatiebijeenkomst												

De deadline van het participatietraject moeten we nog vaststellen, dit doen we als we richting concrete deelplannen gaan.

5. Projectorganisatie en financiën

Aangezien dit een strategie is, is het nog niet mogelijk om de precieze projectorganisatie, benodigde capaciteit en financiën op te nemen. In dit hoofdstuk beschrijven we de grove lijnen, in de volgende fase (planvorming) werken we het uit.

5.1 Projectorganisatie

- Gemeente Alphen aan den Rijn voert de regie op het gebied van communicatie en participatie tijdens de onderzoeksfase en eventuele uitrol van het warmtenet. Wij werken hierin samen en stemmen af met Woonforte (met name fase 1) en Firan. Dit betekent dat we regelmatig afstemmen over de strategie en deelplannen en uiteindelijk ook over de in te zetten middelen (vormgeving, inhoud, activiteiten) en woordvoering.

- Woonforte is verantwoordelijk voor de vertaling van de communicatie- en participatiestrategie en deelplan richting hun huurders. Woonforte is ook verantwoordelijk voor een goed verloop van de procedures gedurende het instemmingstraject. Zij stemmen hiervoor inhoudelijk af met de gemeente.
- De gemeente is verantwoordelijk voor de algemene communicatie richting de buurt en eigenaar-bewoners.
- We stemmen af met andere teams en afdelingen binnen de gemeente, met name die in contact staan met inwoners (denk aan sociaal domein en KCC). Doel hiervan is om te zorgen dat het intern bekend is dat dit traject loopt, anderen weten naar wie ze vragen kunnen doorzetten, communicatie over het traject consistent is en lopende processen en communicatie-uitingen op elkaar zijn afgestemd en elkaar mogelijk versterken.
- We borgen de uitvoeringscapaciteit voor participatieactiviteiten via een raamwerkovereenkomst die de gemeente aangaat met een participatiebureau. Onder de taken van deze overeenkomst vallen inhoudelijke adviestaken en uitvoeringscapaciteit voor het organiseren en uitvoeren van participatieactiviteiten.

Bestuurlijke afstemming

- We zorgen dat het college van burgemeester en wethouders en de gemeenteraad geïnformeerd worden bij het bereiken van mijlpalen. Hierbij denken we aan resultaten uit fase 1 (instemmingsbesluit huurders), opstellen van communicatie- en participatieplannen (deelplannen per fase) en start fase 2.
- De bestuurscommunicatieadviseur is aangehaakt bij dit traject. Diegene blijft ook betrokken bij het concretiseren richting communicatie- en participatiedeelplannen zodat we inhoudelijk aansluiten op bestuurlijke wensen.

5.2 Financiën

De uitvoer van de participatiestrategie wordt gedekt door de CDOKE-middelen. Hieronder valt het projectmanagement voor communicatie en participatie, inzet uitvoeringsbureau, communicatie- en participatiemiddelen (ontwerp, verzending, huur etc.) en benodigd budget voor het realiseren van koppelkansen.

Bijlage 1: Voorgeschiedenis en bronnenlijst

Voorgeschiedenis van de participatiestrategie

In het voorjaar van 2024 hebben we verschillende Factor-C sessies georganiseerd met onder andere intern betrokkenen van het project Havenfront-Zeeheldenbuurt, gebiedsadviseurs, Woonforte en Firan. We hebben stakeholders van het gehele project Havenfront-Zeeheldenbuurt in kaart gebracht. Daarna hebben we bepaald wat voor invloed elke groep of individuele stakeholder heeft en zou moeten hebben en waarop ze invloed kunnen uitoefenen. In de analysefase hebben we (sociale) data uit de wijk geanalyseerd en getoetst bij verschillende inhoudelijk betrokkenen, zoals de projectleider, collega's uit andere programmalijnen van het Programma Energietransitie, gebiedsadviseurs, Firan en Woonforte. Ook haalden we input voor de participatiestrategie op bij de bewonerscommissie van Woonforte en het buurtteam Zeehelden. Deze resultaten vormen de inhoudelijke basis van de participatiestrategie. Door deze onderzoeksfase hebben we een goed beeld van hoe de Zeeheldenbuurt in elkaar steekt, en kunnen we in 2025 meteen aan de slag met het uitvoeren van de strategie.

Voorgeschiedenis in de wijk

In de TVW is vastgelegd dat de Zeeheldenbuurt onderdeel is van een verkenningsgebied. Na vaststelling van de TVW is het gehele verkenningsgebied in 2022 hiervan op de hoogte gesteld per brief. Sindsdien is er niet meer direct met deze inwoners gecommuniceerd over de warmtetransitie. In september 2024 hebben we de draad weer opgepakt met de Zeeheldenbuurt⁵, door een brief te sturen over de stappen die we nu zetten: het verkennen van het warmtenet en het tekenen van een intentieovereenkomst. Vanaf nu zorgen we dat er geen grote communicatiegaten meer vallen, we streven ernaar om de buurt ten minste eens per drie maanden te updaten.

Bronnenlijst

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215.
- CBS (2022). *Kerncijfers wijken en buurten 2022*. StatLine Open Data. Geraadpleegd van [StatLine – Kerncijfers wijken en buurten 2022](#)
- CBS (2023). *Kerncijfers wijken en buurten 2023*. StatLine Open Data. Geraadpleegd van [StatLine – Kerncijfers wijken en buurten 2023](#)
- Citisens (2021). *Betrokkenheidsanalyse Alphen aan den Rijn – update*.

⁵ Het Groene Dorp en Tolstraat zijn onderdelen van het verkenningsgebied, maar niet van dit project.

- Cornwall, A. (2008). Unpacking 'Participation': models, meanings and practices. *Community development journal*, 43(3), 269–283.
- Gemeente Alphen aan den Rijn. (2021). *Iedereen aan zet. Participatie in Gemeente Alphen aan den Rijn*.
- Gemeente Alphen aan den Rijn. (2022). *Coalitieakkoord 'Zichtbaar en dichtbij' 2022–2026*. Geraadpleegd op [Coalitieakkoord 'Zichtbaar en dichtbij' 2022 – 2026 – Gemeente Alphen aan den Rijn](#)
- Kennisknooppunt Participatie. (2020). *Handreiking participatieplan*. Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat.
- Luttmer, C., Van den Akker, M., & Oosterveer, H. (2019). *Een goed begin is het halve werk. Een onderzoek naar participatie bij infrastructurele rijksprojecten*. Nationale Ombudsman, nr. 2019/041.
- Nationaal Programma Lokale Warmtetransitie (NPLW). (2024). *“We moeten echt inzetten op een versnelling van de aanleg van warmtenetten”*. Geraadpleegd op [Nationaal Programma Lokale Warmtetransitie | “We moeten echt inzetten...”](#)
- Van Stokkom, B., Becker, M. J., & Elkenaar, T. (2012). *Participatie en vertegenwoordiging: burgers als trustees*. Amsterdam University Press.

Alphen aan den Rijn

Gemeente Alphen aan den Rijn

Stadhuisplein 1

Postbus 13

2400 AA Alphen aan den Rijn

Telefoon 14 0172

gemeente@alphenaandenrijn.nl

www.alphenaandenrijn.nl