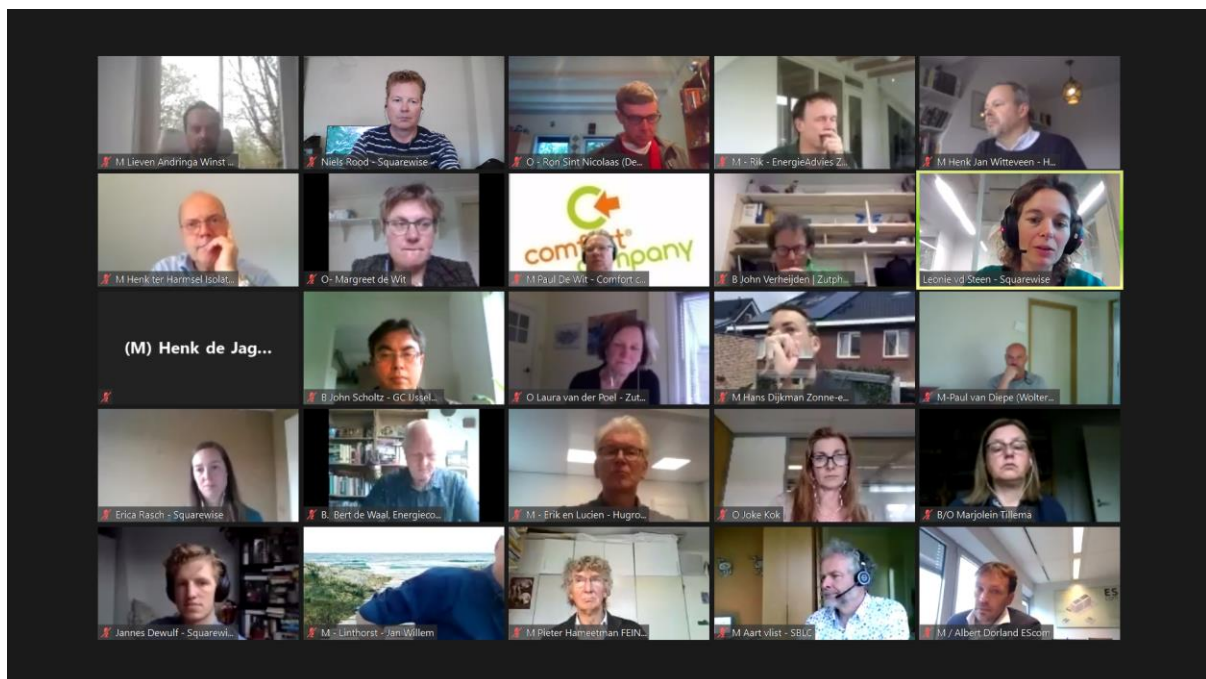


## Terugblik marktconsultatie Transform 11 mei 2021

Op 11 mei 2021 gingen 53 deelnemers in gesprek in het kader van een marktconsultatie voor de inrichting van een marktplein in vier gemeenten, waar geselecteerde wijken in de komende tijd aardgasvrij moeten worden. Welke aanbieders op dat marktplein terecht kunnen om het versnipperde aanbod overzichtelijker te maken voor de particuliere woningbezitter, wordt later dit jaar de inzet van een uitvraag aan de markt. Hoe moeten we die uitvraag inrichten? Daarover gingen aanbieders, gemeenten en bewonersorganisaties met elkaar in gesprek. Het werd een geanimeerde middag met een rijke oogst aan verrassende inzichten. Een aantal daarvan lees je, gegroepeerd naar de drie deelsessies, in deze terugblik terug. In de bijlagen zie je de complete lijst antwoorden uit de mentimeter.



### Sessie A: hoe maken we de uitvraag voor het marktplein zo interessant mogelijk?

We zoeken partijen die een renovatiestroom aan de gang brengen en houden in de vier wijken. Op zo'n manier dat het goed is voor bewoners, marktpartijen en maatschappelijke doelstellingen. Het doel van vandaag is inzichten ophalen om de vraag en selectie zo scherp mogelijk te kunnen verwoorden. Wat willen jullie ons meegeven?

- Het marktplein zou een **lange termijn** verbinding moeten zijn, met ruimte voor leren en om fouten te maken. Er is tijd nodig om – in samenwerking met gemeente en bewonersorganisaties – iedereen in de wijk te betrekken, niet alleen de early adopters. Daarnaast moeten we testen wat goed past en het aanbod van wijk naar wijk doorontwikkelen. Het marktplein zou ook ruimte moeten bieden om bewoners te laten meedenken over wat past. Bewoners kunnen mede-ontwikkelaars zijn.
- Ga aan de slag, maar blijf **open staan** voor nieuwe ontwikkelingen. Wat nu onmogelijk lijkt is over twee jaar misschien haalbaar.

- Voor productinnovaties is werkkapitaal, maar ook procesinnovaties vereisen tijd en geld. **Wie betaalt wat?** De maatregelen laten maar minimaal toe dat deze kosten verhaald worden op de gemaakte omzet. De overheden binnen TRANSFORM erkennen dat er publiek geld nodig is, maar hoe en voor welke stap in de keten? Marktpartijen hebben ook een eigen verantwoordelijkheid. Vanaf uitbrengen offerte komt zeker voor rekening van marktpartijen. Tot waar loopt het voortraject, wat niet voor rekening zou moeten komen van uitvoerende partijen? Hoe financieren we dat in een business case die de gehele keten omvat?
- Welke **schaal** gewenst is, is afhankelijk van je rol in de keten. Voor klantenwerving geldt nu nog dat er hele lage conversies zijn. Dus veel bereik nodig voor voldoende klanten. Daarvoor is de schaal van Transform niet eens groot genoeg. Terwijl voor een installateur van PV op daken 2 woningen in dezelfde buurt op 1 dag al voldoende is om de kostprijs te reduceren.
- Wees **realistisch**; deze woningen gaan niet naar NOM. En bewoners willen stapsgewijze ingrepen.
- Bewoners hebben houvast nodig, bijvoorbeeld in de vorm van een **menukaart per woningtype**, én elke bewoner heeft andere wensen. Een menukaart maakt de zeer diverse vraag van particulieren behapbaar voor de markt, maar geen enkele bewoner neemt exact een standaardpakket af. Een routekaart kan zinvol zijn voor bewoners; welke stappen zet je en waarom? TRANSFORM zou de kans moeten bieden verder te gaan dat we nu al kunnen; voor welke woningtypes is er nog geen passend aanbod?
- Maak in de pakketten ook onderscheid naar **draagkracht** van bewoners en wat een andere warmtebron per bewoner betekent. Voor de ene betekent het dat je geld toe krijgt per maand, de ander speelt quitte en een derde is maandelijks duurder uit. Dat bepaalt je verhaal en je aanbod aan de bewoner. **Ondersteuning** in financiering door bewoners is zeer gewenst!
- Wenselijk is tenminste dat de gemeente afzender is van het marktplein. Zodat de partijen op het marktplein kunnen zeggen dat zij geselecteerd / gesteund worden door de gemeente. Dat is een **betrouwbare naam** voor bewoners. Ondersteuning van bewonersinitiatieven is heel wenselijk, maar is vaak een minder bekende naam bij bewoners.
- Formuleer **minimale vereisten**, zoals veilig werken. Zonder dat kom je niet op het marktplein.

## Sessie B: hoe hangen warmtedistributie en woninggebonden maatregelen samen?

Het marktplein betreft woninggebonden maatregelen, maar de zin of onzin daarvan hangen nauw samen met de gekozen warmte-infrastructuur. De aanvoertemperatuur, maar ook de retourtemperatuur speelt daarbij een rol. Omgekeerd geldt dat de maatregelen in de woning een effect hebben op de businesscase voor de exploitant.

- De **beste business case voor de bewoners** moet de doorslag geven. Wat krijg ik, wat kost het, wat levert het op. Uiteindelijk betaalt de bewoner alles. Als de woonlasten stijgen, wordt de bewoner echt niet enthousiast.
- Laat bedrijven geen offertes maken maar **eerst een plan** indienen **als tussenstap**. Op basis van bovenstaande criteria kan dan bekeken worden wat het beste is. Daar hoeft geen

commercieel resultaat mee verbonden te zijn, de bedrijven vinden het gewoon leuk om hieraan te rekenen. Innovatie zit zo automatisch in de vergelijking.

- In een aantal van de wijken staan vooral **oude, kleine huizen**. Vergaande isolatie beperkt de leefruimte dan teveel. Maar 8mm isolatie kan al genoeg zijn om een label C-achtig niveau te bereiken. Dat is genoeg om ZLT (Zeer Lage Temperatuur, bijvoorbeeld 15°C) te kunnen aanvoeren. Het kierdicht maken van het huis is het belangrijkste. De BENG-eisen c.q. NTA8800 berekeningen moeten dan geen onderdeel zijn van de uitvraag.
- **Zeer lage temperatuur** wint het vaak, ook als je een gratis bron op hoge temperatuur hebt. Zelfs met gratis bron is ZLT de goedkoopste optie. Je moet het uitrekenen, maar kierdicht maken, pragmatisch isoleren en een water-waterwarmtepomp zijn samen niet zo duur. Dan kun je de kosten van geïsoleerde leidingen die ook aan veiligheidseisen moeten voldoen, vermijden. Dat scheelt aanzienlijk.
- Naast zon kun je ook **warmte van het dak** afhalen, bijvoorbeeld met het warmtepomppaneel van Triple Solar. Dit is in veel situaties de moeite waard, zelfs als er hoge temperatuur (70°C of meer) wordt aangevoerd. Het is ook goed om bodembronnen te regenereren. Een bronnet zou bekeken moeten worden op financieel effect voor de bewoners. Een dergelijk pleidooi was er ook voor het mogelijk maken van all electric keuzes op het marktplein; “een warmtenet is een handenbinder”.
- In lijn met het doel van het marktplein: eindeloze keukentafelgesprekken en offerterondes per huis, jagen de bewoner op kosten. Beperk het aantal keuzes zodat je **transactiekosten uitspaart** en slimme logistiek mogelijk maakt. De aantallen in deze uitvraag zijn zeker interessant.
- Zelfs als je hoge temperatuur aanvoert en veel vastrecht betaalt, is **isolatie eigenlijk altijd aan te raden**. De woning wordt er beter van. Luchtdicht maken is daarbij zeker belangrijk. De ventilatie-oplossing moet wel passen bij de nieuwe situatie, maar dit is tegenwoordig eenvoudig aan te passen. Kijk wel hoe het zit op de bovenverdieping; als daar niet gestookt wordt en er geen open verbinding is met het woonvertrek, kun je dat laten of uitstellen. Deze mensen hebben dan vaak ook een lagere gasrekening en dus minder ruimte om te investeren.

### Sessie C: hoe kunnen we zoveel mogelijk mensen in de wijk meekrijgen om mee te doen?

Enthousiasme in de wijk, bewoners die ontvankelijk zijn, is enorm belangrijk. Maar hoe creëren we dat?

- Partijen hebben **soms tegengestelde ervaringen** met activatiemethodes zoals informatieavonden, serious games en deur tot deur bij bewoners langs gaan.
- Voor marktpartijen **kán het een rendabele investering zijn** om die bewonersactivatie te doen, dat verschilt per wijk en per partij. Het is een inschatting die een marktpartij zal moeten maken.
- Het is belangrijk dat de **informatie naar bewoners eenduidig** is. Dus liefst samenwerking tussen de verschillende partijen op het plein hierin (want zelfs dan zijn er nog andere partijen die bij bewoners aankloppen, zoals energiemaatschappijen). Dit is meteen wel

spannend: daarmee ben je mede afhankelijk van de andere partijen op het plein. Komt die ene partij waarmee je graag activatie wilt regelen ook op het marktplein?

- Ook bij goede activatie kun je **niet verwachten dat alle bewoners tegelijk meegaan**.
- Heel belangrijk om een goed verhaal te hebben naar bewoners, ook financieel gezien – liefst zorgen dat het goedkoper kan dan nu. Daarom is het handig voor marktpartijen om te weten wat nu de **energierekening van bewoners** is – dat geeft aan hoeveel ruimte daar zit en hoeveel er nodig is. Is het warmtenet de goedkoopste optie voor bewoners of niet? Heel belangrijk is dat het verhaal én aanbod naar bewoner goed is, zodat we geen ruis creëren.
- Hoe gaan we de koppeling maken van **advies naar uitvoering**? Sommige partijen doen beiden; verschillende vormen kunnen werken, als je het maar goed organiseert.
- Is aanbieden van **financiering** een optie? Veel is nog in de experimenterende fase, er gebeurt wel veel op (zie voorbeeld in Deventer).

## Bijlage: Input Mentimeter

# Wat neem je mee van vandaag?

Mentimeter

thee	Enthousiasme	De oplossingen zijn er, nu doorpakken!
Veel productgericht en daar vanuit denkend.	Aangenaam verrast door de open houding van de leveranciers	Variëteit in bewoners, hun behoefte en gedrag is sleutel
Moeten we opnieuw nadenken over de uitgangspunten van ons beoogde warmtenet? En zo ja, hoe dan en met wie?	Dat het een begin van een reis wordt waarin de eindbestemming kan veranderen	het goede gesprek
N=1 kan.	Energie en de passie waarmee iedereen betrokken is	verbaasd over dat het zich nog in het beginstadium bevindt.
Neutrale regierol ontbreekt en er wordt teveel voor de inwoners gedacht	All the usual suspects ..	Graag een tussenlaag tussen bewoners en marktpartijen. Menukaart voor bewoners!
menukaart is handig met wel nadrukkelijk aandacht voor zaken die invloed op elkaar hebben, (denk aan isoleren en niet ventileren)	Nog 's reeds een kritische blik op de behoeftes uitde wijken die ik te weinig terugzie.	Grote bereidheid van marktpartijen. Nu samenwerken en doorpakken.
Ga, wat ook de technische mogelijkheden zijn, altijd uit van de consequenties voor de woonlasten van de individuele bewoner	Doel is aardgasvrij en niet dichtrekenen van de stadsverwarming. Isoleren en ventileren is stap 1. No regret	Zeer lage temperatuur ook voordeliger bij gratis restwarmte
Dat er veel partijen zijn die iets goeds kunnen bieden. Dat er samenwerking nodig is om het te laten slagen. Dat er een combinatie nodig is van collectieve voorbereiding en individuele oplossingen.	interessante sessie	versnippering in de markt: groot verschil tussen 1 op 1 woningen verduurzamen versus een wijkgerichte aanpak
Dat er mogelijk nog een keuze gemaakt moet worden voor OF project warmtenet EN/OF roject individuele maatregelen	Hoe de perspectieven tussen markt en overheid kunnen verschillen	Bereidheid van marktpartijen om mee te denken. Goed nadenken over regierol, wie deze gaat pakken.
Naar bewoners en marktpartijen duidelijk meegeven dat er nog een keuzevrijheid is voor duurzame alternatieve energie vormen, om innovatie mogelijk te maken	een gezamenlijk collectief opzetten in samenspraak met de gemeente is erg belangrijk	HR Premium Parts kan wel wat toevoegen, maar aanbod (tijdelijke installaties na defect tot moment van daadwerkelijk overgaan naar nieuwe situatie) valt een beetje buiten het directe aanbod naar klanten.
De bewoner staat centraal en die is per definitie individueel en moet krijgen waar hij bewust of onbewust naar zoekt. Kies een duidelijke basisroute met variatie mogelijkheden.	Vele wegen die naar Rome leiden; samenwerking is de heilige graal. Ondersteuning (zowel financieel als gemeente) maakt intensievere campagnes mogelijk.	

# Wat is je advies aan ons?

Laat bedrijven meedenken in vroeg stadium, zowel qua oplossingsrichting als aanpak.	doorpakken, en stel ten alle tijden de bewoners centraal, keyword is samenwerking :-)	De werkelijkheid is vele malen ingewikkelder dan je nu denkt. Ook voor advisering en een marktplein ...
Het verleiden van bewoners maakt het project!	In gesprek blijven	Wat voor een eigenaar van een woning ook interessant is, naast wat kost het en wat levert het me op. Wat is mijn woning meer waard?
Start met laaghangend fruit (coalition of the willing) en dan verder enthousiasmeren door goede info in de wijk zelf	Doorpakken en het samen tot een succes maken voor iedereen	Voer ook nog wat 1 op 1 gesprekken met marktpartijen. Deze sessie is een goede brede start! 1 op 1 kan iets meer diepgang worden bereikt. Ik denk dat dat waardevol is in dit traject en fase
Zes werkgebieden goed op elkaar laten aansluiten. Dan met een totaal oplossing komen. Dit kan een keuze pakket zijn.	In een kleinere groep (van dezelfde type partijen) nog veel pragmatischer doorpraten. Het werd maar beperkt concreet, waarschijnlijk ook door de grote groep mensen die deelnam	Zorg voor een integraal verhaal naar de bewoners die aansluit bij (toekomstig) beleid en de markt
Maak, uitgaande van de woonlasten van individuele bewoners, eerst een goede wijkanalyse, waarin een groot aantal warmte-technische varianten met elkaar vergeleken worden. Dan pas communiceren met bewoners.	De uitvraag zou alleen moeten gaan over wat iedereen wil doen/aanbieden in de wijk. Immers iedereen heeft goede diensten en producten. Daarnaast zijn er diensten en producten, die gecombineerd worden aangeboden...	schets helder de kaders van je uitvraag. Wat zit in scope en wat niet. Kies je voor een wijkgerichte benadering, neem dan de campagne op in je uitvraag, erg belangrijk, dat zorgt voor draagvlak in de wijk.
Wat voor garanties krijgen de bewoners als het gaat om de energie maandlasten.	Plaats ervaren (uitvoerende) partijen qua marktbenadering in de lead, andere aanbieders volgen dan in het kielzog.	Wat zou andere waarden dan financiële die ook van belang kunnen zijn voor een bewoner?
Betrek meerdere stakeholders, dus ook WoCo, financiële instellingen, bedrijven, provincie enz in alle projecten. Zorg dat op jullie plek een partij komt die de markt overziet en vanuit de eindgebruiker denkt. Betaalbaar, betrouwbaar en duurzaam!	BEwoners centraal stellen = bewoners nu al bevragen. Waar hebben zij nu behoefte aan? Uit sessie vorige week bleek ook dat een marktplein niet is wat ze nu nodig hebben om te verduurzamen.	Energietransitie is fantastisch, het gaat heel mooi worden!
doorpakken proberen zo snel als mogelijk communiceren met de bewoners van de wijk waar we mee bezig zijn en wat de te volgen stappen zijn.	Uitvoeren van interviews, dus een op een met mensen uit deze groep. Dan krijg je in mijn ervaring veel meer kennis uit de dialoog dan in zo'n online groep. kies ook online group systems gebruiken die iedereen de ruimte geven voor originele inbreng.	Vooraf vanuit een objectieve rol de verschillende betrokken partijen (markt, overheid, bewoners) aan en met elkaar blijven koppelen, zodat dit leidt tot een zo goed en zo breed mogelijk advies richting bewoners.
Inventariseer de behoefte van de bewoners ten aanzien van 'het marktplein'.	Neem tijdelijke installaties mee als middel om mensen er niet van te weerhouden om te verduurzamen. (Dit zal echter maar voor een klein deel van de populatie gelden). Installatie bij voorkeur door eigen installateur van klant.	