

Participatie- & communicatieplan 2019-2022

## Op weg naar een aardgasvrij Nijmegen



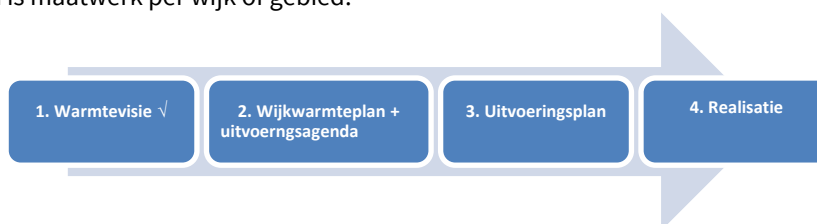
naar een  
aardgasvrij  
Nijmegen



## Inleiding

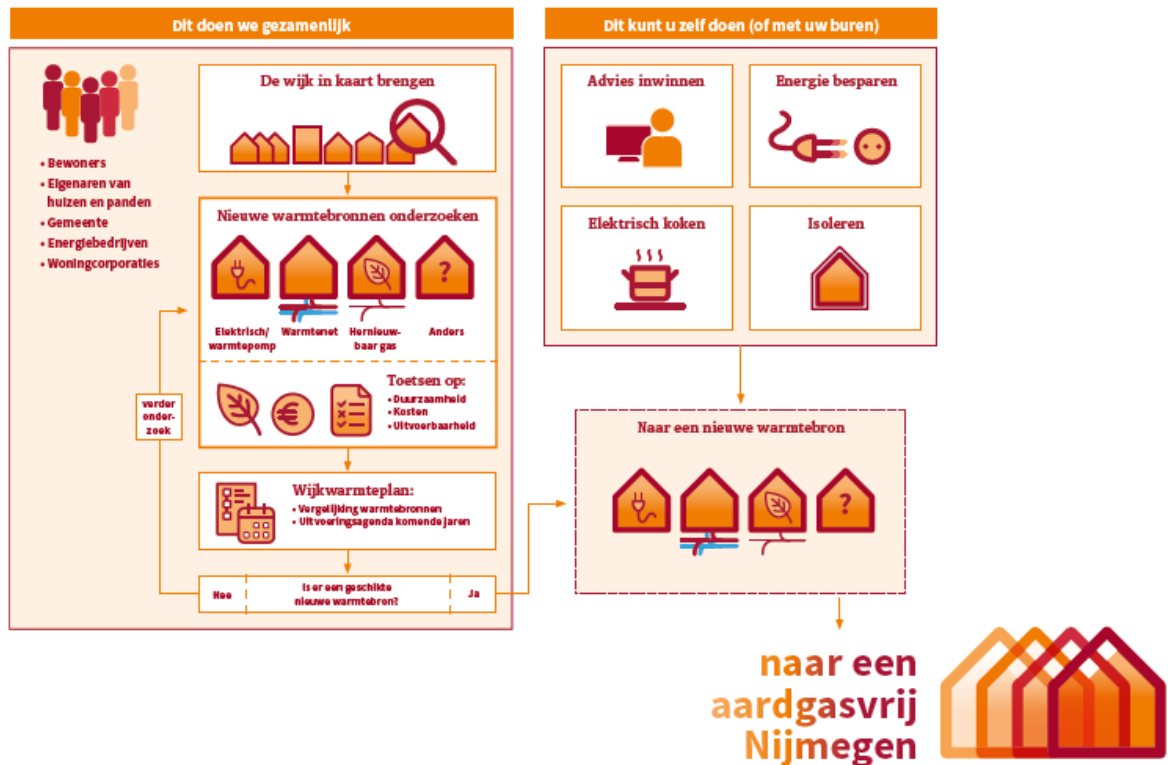
Voor u ligt het participatie- en communicatieplan (extern) op hoofdlijnen voor de periode tot en met 2022, om de eerste stappen te zetten richting een aardgasvrij Nijmegen. Nijmegen heeft de doelstelling om in 2045 een energieneutrale stad te zijn. Om dat te realiseren moet de gebouwde omgeving in Nijmegen, bestaande uit bijna tachtigduizend woningen en alle andere gebouwen, in 2045 aardgasvrij zijn. Een grote opgave, die enerzijds betekent dat we onze vraag naar warmte flink moeten verminderen en aan de andere kant dat we alternatieve warmteopties moeten vinden voor de verwarming van onze huizen warm tapwater en het koken. Om deze doelstelling te bereiken is een planmatige aanpak nodig:

- De **eerste stap** is het vaststellen van de **warmtevisie**. Dit is gebeurd.
- De **tweede stap** is het samen met de wijk maken van een **wijkwarmteplan inclusief uitvoeringsagenda**. We gaan hierbij wijk voor wijk aan de slag. In de warmtevisie staat gemotiveerd beschreven dat we in de periode 2018 -2021 aan de slag gaan met het opstellen van een wijkwarmteplan in de wijken Hengstdal, Zwanenveld, Bottendaal, Meijhorst, Lankforst, Hatert, centrum en het stationsgebied van Heyendaal. Onze ambitie is dat deze acht gebieden in 2035 aardgasvrij zijn. Samen met bewoners en gebouweigenaren zal in een zorgvuldig participatieproces een afweging moeten worden gemaakt wat per wijk de beste oplossing is als huizen niet langer met aardgas worden verwarmd. Dit nemen wij op in het wijkwarmteplan. Uiteindelijk is het aan de gemeenteraad om het wijkwarmteplan vast te stellen.
- De **derde stap** is het bepalen van de vervolgstappen, waaronder het uitwerken in een **uitvoeringsplan voor een (deel van de) wijk of gebied**. Stap 2 en 3 kunnen soms samen gaan. Dit hangt af van de uitkomst van het proces in de wijk. Dit betekent dan dat het een uitvoeringsagenda onderdeel uitmaakt van het wijkwarmteplan.
- De **vierde stap** is het **realiseren** van de vervolgstappen. Dit communicatie- en participatieplan gaat enkel in op stap 2: het participatieproces om te komen tot een wijkwarmteplan met uitvoeringsagenda. Hieronder staat een schematische weergave van het proces. Let wel: het is een dynamisch proces. Innovaties en ontwikkelingen gaan hard in de energietransitie. De onderliggende documenten worden geactualiseerd indien noodzakelijk en de volgorde van de te nemen stappen is maatwerk per wijk of gebied.



In de volgende figuur wordt stap 2 toegelicht.

## Naar een wijkwarmteplan



[nijmegen.nl/aardgasvrij](http://nijmegen.nl/aardgasvrij)



Naast het **participatieproces in de wijk** om te komen tot een wijkwarmteplan richten wij ons op **de hele stad met een campagne** met als doel informeren over de route naar een aardgasvrij Nijmegen, bewustzijn creëren om het energieverbruik te verminderen en aanzetten tot het nemen van géén-spijtnaatregelen vooruitlopend op het alternatief voor aardgas, zoals isolatie en toekomstgerichte keuzes bij verbouwingen en de aanschaf van een nieuwe keuken, verwarmingsinstallatie etc. Deze campagne is gericht op gedragsverandering en betreft géén participatieproces.

Tot slot informeren wij onze inwoners, samenwerkingspartners en andere overheden over **(stedelijke en landelijke) ontwikkelingen in de energietransitie**, waaronder geothermie, aquathermie en andere warmtebronnen, de warmtenetstrategie en landelijke wetgeving. Via gemeentelijke communicatiekanalen zullen wij de ontwikkelingen delen. Ook richten wij hiervoor een bestuurlijk themadossier energietransitie in op de website [nijmegen.nl](http://nijmegen.nl) en hebben wij een website voor bewoners: [nijmegen.nl/aardgasvrij](http://nijmegen.nl/aardgasvrij).

In dit document gaan wij allereerst in op onze participatie- en communicatievisie. Vervolgens beschrijven wij de participatie- en communicatiedoelen en wie onze doelgroepen zijn. Daarnaast zetten wij de kernboodschap uiteen. Ook nemen wij u mee in onze participatieambitie in het wijkwarmteplanproces, welke communicatiemiddelen wij inzetten om onze ambitie te realiseren en hoe het participatieproces er in de wijk uitziet. Tot slot beschrijven wij hoe we de gemeenteraad gaan betrekken bij het wijkwarmteplanproces en hoe we de monitoring inrichten van het proces.

# 1. Visie op participatie & communicatie

De transitie naar aardgasvrije wijken gaat over mensen en hun leefomgeving. Wij kunnen de transitie alleen maar realiseren door betrokkenheid van bewoners, gebouweigenaren en andere partijen in de omgeving waar deze overstap aan de orde is. In een wijk betrekken wij dus alle energiegebruikers en -leveranciers.

Deze transitie gaat over het in beweging krijgen van grote groepen mensen. Cruciaal is dat (zoveel mogelijk) bewoners en andere pandeigenaren gaan meedenken en meedoen in deze transitie (participatie). Om onder andere mee te denken over andere geschikte vormen van energie. En om nu of later – vooralsnog met eigen geld - aanpassingen te doen aan het eigen huis of pand (zelf of samen met burens) en/of energieverbruik. En dat terwijl er nog veel onzeker is: qua technische oplossingen, financiële constructies, tijdspaden en wettelijke kaders.

Communicatie speelt in deze opgave een belangrijke rol, onder andere als basis voor het participatieproces. Alsook het middel om te informeren en technische materie begrijpelijk te maken, bewustwording en eigenaarschap te stimuleren, in gesprek te komen, te enthousiasmeren en te verbinden en een basis te creëren voor gedragsverandering.

We hanteren daarbij een aantal belangrijke uitgangspunten:

- We zijn **transparant en realistisch**. We delen de beschikbare informatie (in de participatieprocessen) actief en vertellen het ook als we het niet weten.
- Om zoveel mogelijk inwoners te bereiken, houden we in de keuze van boodschappen en middelen rekening met de **belevingswereld** van de verschillende groepen inwoners. Hiervoor maken we onder meer gebruik van de duurzaamheidsprofielen van bureau Motivaction, het mediaonderzoek van de gemeente Nijmegen onder het burgerpanel, landelijke onderzoeksinformatie en kennis op het gebied van gedragsbeïnvloeding.
- Het vormgeven van de communicatie in de wijken doen we niet alleen. Daarin werken we **samen met partners en bewoners**.
- Onze informatie is **helder, aansprekend en toegankelijk**.
- We bieden zoveel mogelijk **handelingsperspectieven**, zodat mensen weten hoe ze tot actie over kunnen gaan.

*Let wel: aardgasvrij worden gaat vooral over gedrag(sverandering). Dat bereiken we bij lange na niet met communicatie en participatie alleen. Inzet van andere stimulerende instrumenten, zoals financiële prikkels en praktische ondersteuning zijn noodzakelijk om de doelstellingen te behalen.*

## 2. Participatie- en communicatiedoelen

### 2.1 Participatie- en communicatiedoelstellingen in het wijkwarmteplanproces

(fase: tot aan vaststelling van het wijkwarmteplan door de raad):

- ✓ Woning- en pandeigenaren (waaronder vereniging van eigenaren) in de wijk

weten:

- wanneer hun wijk van het aardgas af gaat ;
- dat de gemeente bezig is met het participatieproces voor het opstellen van een wijkwarmteplan op weg naar een aardgasvrije wijk;
- hoe het wijkwarmteplan tot stand komt, hoe ze kunnen meedoen en wat dat van hen vraagt, zodat zij een keuze kunnen maken om wel of niet te participeren;
- welke stappen er nodig zijn om hun woning in de toekomst van warmte en warm water te kunnen voorzien;
- hoe zij energie kunnen besparen;
- wat er in het in het (concept)wijkwarmteplan staat en wat de status ervan is.

hebben:

- op enig moment deelgenomen aan het participatieproces.

- ✓ Huurders weten:

- op welke termijn hun wijk van het aardgas af gaat;
- dat hun woningcorporatie of verhuurder hier het voortouw in neemt.

### 2.2 Communicatiedoelstellingen in de stadsbrede campagne:

- ✓ Inwoners en pandeigenaren weten:

- dat op termijn gestopt wordt met het gebruik van aardgas;
- of hun wijk binnenkort aan de beurt is ;
- dat energie besparen – waaronder isoleren – de eerste stap is;
- waar ze terecht kunnen voor meer informatie over energie besparen en aardgasvrij worden;
- wat voor een energiebesparingsmaatregelen ze – zonder spijt – kunnen nemen als voorbereiding op het aardgasvrij worden en het maken van toekomstgerichte keuzes bij verbouwingen en de aanschaf van een nieuwe keuken, cv-ketel etc. en hoe ze verder kunnen worden geholpen om daadwerkelijk stappen te zetten (zowel technisch als financieel).

- ✓ Partners, zoals woningcorporaties, de netwerkbeheerder Alliander en energieleveranciers, zijn betrokken en steunen de projectopgave en stemmen hun hieraan rakende (communicatie)acties vroegtijdig af;

- ✓ Intermediairs en dienstverleners, zoals makelaars, banken, belangenorganisaties, installateurs, architecten, aannemers, keuken- en badkamerbedrijven, kennen de projectopgave en gaan deze kennis benutten in hun dienstverlening;

- ✓ De gemeenteraad weet doorlopend op hoofdlijnen waaraan de projectorganisatie aardgasvrij werkt (formeel bij besluitvorming en informeel);

- ✓ De media (als intermediair) weten globaal waaraan de gemeente Nijmegen werkt en de context waarbinnen dat gebeurt, zodat berichtgeving zoveel mogelijk (feitelijk) juist is.

## 2.3 Communicatiedoelstelling bij de stedelijke en landelijke ontwikkelingen in de energietransitie:

- ✓ Inwoners, (samenwerkings)partners en andere overheden informeren over (stedelijke en landelijke) ontwikkelingen in de energietransitie.

## 3. Doelgroepen

Wanneer we in de wijken aan de slag gaan met het **proces om te komen tot een wijkwarmteplan** hebben we te maken met de volgende doelgroepen:

- Woningeigenaren
- Verenigingen van eigenaren
- Pandeigenaren (bedrijfs- en maatschappelijke panden, scholen, gemeentelijk vastgoed)
- Woningbouwcorporaties
- Particuliere verhuurders
- Huurders van corporaties
- Huurders van particuliere verhuurders
- Netbeheerder(s)
- Energiebedrijven
- Ondernemers die een bedrijfspand of -ruimte huren
- Gemeenteraad

Voor onze stadsbrede **gedragsveranderingscampagne**, gericht op energiebesparing en isoleren en de communicatie over (stadsbrede) ontwikkelingen in de energietransitie, komen daar nog de volgende doelgroepen bij:

- Intermediairs, zoals banken en makelaars
- Installatiebedrijven
- Aannemers en klusbedrijven
- Isolatiebedrijven
- Architecten/ bouwkundigen
- Doe-het-zelf-, keuken- en badkamerwinkels
- (Samenwerkings)partners

## 4. Kernboodschap

“Heel Nederland stopt in de toekomst met het gebruik van aardgas voor het koken en verwarmen van huizen en panden. Dat hoeft niet meteen. Nijmegen wil dat de eerste wijken in 2035 aardgasvrij zijn en de hele stad in 2045.

Gemeente, inwoners, ondernemers, woningcorporaties en energiebedrijven gaan hier samen mee aan de slag. Per wijk maken we een wijkwarmteplan. Daarin staat welke warmtebronnen in die wijk het beste in de plaats kunnen komen van aardgas. Uitgaande van betaalbaarheid, duurzaamheid en uitvoerbaarheid. In het wijkwarmteplan staat ook wat er nodig is om de wijk klaar te maken voor de overstap naar een andere warmtebron.

Het maken van het wijkwarmteplan duurt maximaal 2 jaar. De gemeenteraad stelt het wijkwarmteplan vast. Daarna is er nog een aantal jaar nodig om de wijk voor te bereiden. Bij nieuwe ontwikkelingen kan het plan tussentijds worden aangepast.

Huurt u een huis? Dan zorgt uw verhuurder voor de aanpassingen.

Bent u eigenaar van een huis of pand? Dan bepaalt u zelf welke warmtebron u kiest. Vaak is het nodig eerst extra te isoleren. Hoeveel? Dat hangt onder meer af van de warmtebron.

Wilt u zelf of samen met uw burens aan de slag met de voorbereidingen? Dan helpen we u graag op weg.

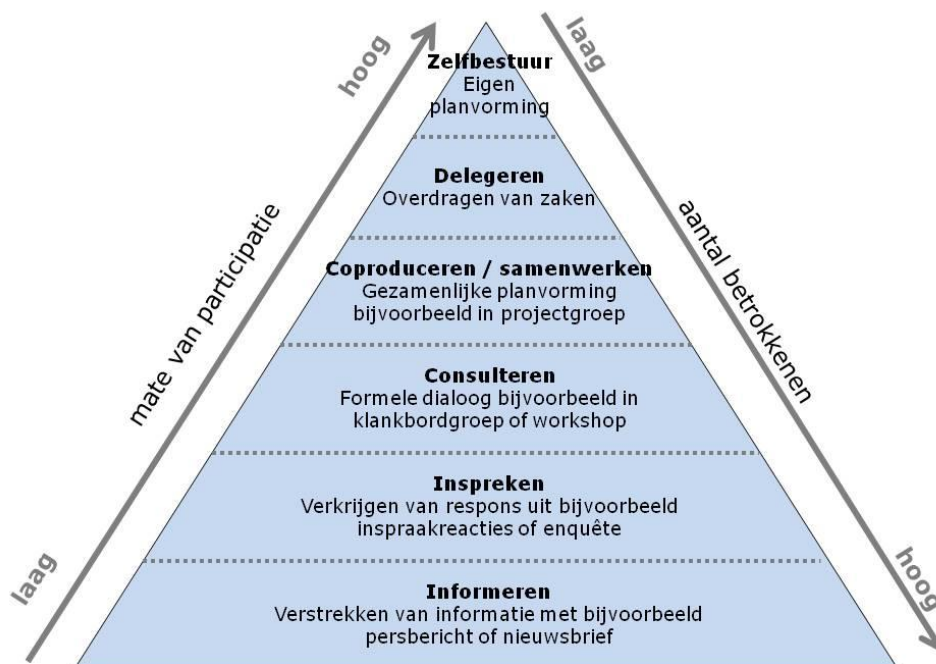
Energie besparen is hoe dan ook nuttig. Want hoe minder we gebruiken, hoe minder we hoeven op te wekken. Beter voor het klimaat en voor uw portemonnee.”



## 5. Ambitie participatie in het wijkwarmteplanproces

Nijmegen heeft een hoge maar realistische ambitie als het gaat om participatie bij de totstandkoming van een door de inwoners gedragen wijkwarmteplan. Participatie is altijd ‘maatwerk passend bij de opgave en doelgroep’. In onze aanpak voor participatie definiëren we verschillende doelgroepen van belanghebbenden. Voor elk van deze doelgroepen, zoeken we naar de juiste vorm van participatie met passende instrumenten.

Om te komen tot een wijkwarmteplan beginnen we het proces met het betrekken van deze doelgroepen. Door het proces zoals wij dat voor ogen hebben samen verder vorm te geven en te bespreken, willen we een effectief proces inrichten om een optimaal gedragen wijkwarmteplan te maken. In onze participatieaanpak zijn we duidelijk over de rollen en verantwoordelijkheden in het proces; de gemeenteraad zal uiteindelijk het wijkwarmteplan vaststellen. Wij spreken over de volgende niveaus van participatie:



In die betekenis organiseren we onze participatie op de eerste vier niveaus: **informer**, **inspreken**, **consulteren** en **samenwerken**. Gezien de complexiteit van de opgave leent het proces om te komen tot een gedragen wijkwarmteplan zich niet voor de twee hoogste niveaus van de participatieladder, te weten delegeren en zelfbestuur. Per wijk zal het verschillen welk participatieniveau haalbaar en gewenst is. De minimale ambitie hierbij is het streven naar participatieniveau informeren, inspreken en consulteren. Welke middelen we hierbij inzetten staat beschreven onder punt 7. Of het haalbaar is om niveau vier te bereiken hangt sterk af van de inwoners in de wijk en de betrokkenheid bij deze opgave.

*N.B. Woningwarmte is voor de meeste inwoners een ‘dissatisfier’, een vanzelfsprekendheid waar mensen niet per se gelukkig van worden, maar waarvan ze wel ontevreden kunnen worden als het niet werkt of verandert. Van buitenaf veranderingen doorvoeren of stimuleren is daardoor ingewikkeld. Het is ook lastig om dit proces naar volle tevredenheid van de betrokkenen te organiseren, inhoudelijke ontevredenheid over de transitie op zich zal altijd meewegen.*

## 6. Communicatiemiddelen participatieproces in de wijk

Communicatie is een middel om het gewenste participatieniveau te realiseren. Het inrichten van een goed communicatieproces geeft nog niet de garantie dat daadwerkelijk een maximaal participatieniveau in de wijk wordt behaald. Hierbij spelen meerdere factoren een rol, waaronder heldere kaders, budget en voorzieningen.

Hieronder geven we in een overzicht weer welke communicatiemiddelen wij minimaal in elke wijk inzetten, per trede van de participatieladder. Per wijk wordt gekeken naar aanvullende communicatiemiddelen, passend bij de wijk en de Motivaction duurzaamheidsprofielen van de wijkbewoners.

*N.B. Mediaonderzoek toont aan dat het niet eenvoudig zal zijn om alle bewoners te bereiken via algemene online en offline communicatiemiddelen. Er zal daarom altijd breed worden ingezet in de wijkaanpak, passend bij de wijk, om zoveel mogelijk bewoners te bereiken. In de tabel staat vermeld hoeveel bewoners onderstaande media als belangrijkste nieuwsbron voor lokaal nieuws gebruiken. Deze gegevens zijn ook per wijk gespecificeerd beschikbaar.*

Participatieniveau	Communicatiemiddelen*
<b>INFORMEREN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Website: <a href="http://nijmegen.nl/aardgasvrij">nijmegen.nl/aardgasvrij</a> (18% vd Nijmegenaren gebruikt websites als bron voor lokaal nieuws)</li> <li>• Digitale wijknieuwsbrieven (5% vd Nijmegenaren gebruikt nieuwsbrieven als bron voor lokaal nieuws)</li> <li>• Wijkkrant (31% vd Nijmegenaren gebruikt de wijkkrant als bron voor lokaal nieuws)</li> <li>• Stadsdeelfacebookpagina van de gemeente, en andere social media (29% vd Nijmegenaren gebruikt Facebook als bron voor lokaal nieuws, 3% Twitter, 3% Instagram)</li> <li>• De Brug (30% vd Nijmegenaren gebruikt De Brug als bron voor lokaal nieuws)</li> <li>• Brieven (huis-aan-huis)</li> <li>• Duurzaamheidsloket (fysiek/digitaal)</li> <li>• Flyers</li> <li>• Persberichten</li> </ul>
<b>INSPREKEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wijk- en buurtbijeenkomsten</li> <li>• Enquêtes/peilingen</li> <li>• Persoonlijk gesprek met gebiedsregisseur</li> <li>• E-mail: <a href="mailto:aardgasvrij@nijmegen.nl">aardgasvrij@nijmegen.nl</a></li> </ul>
<b>CONSULTEREN EN SAMENWERKEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werkgroepen voor het wijkwarmteplan</li> <li>• Klankbordgroep voor het wijkwarmteplan</li> <li>• Projectgroep voor het wijkwarmteplan</li> <li>• Peilingen</li> <li>• Wijk- en buurtbijeenkomsten</li> </ul>

*\*Deze lijst is niet uitputtend. Per wijk bekijken we welke communicatiemiddelen in gezet worden.*

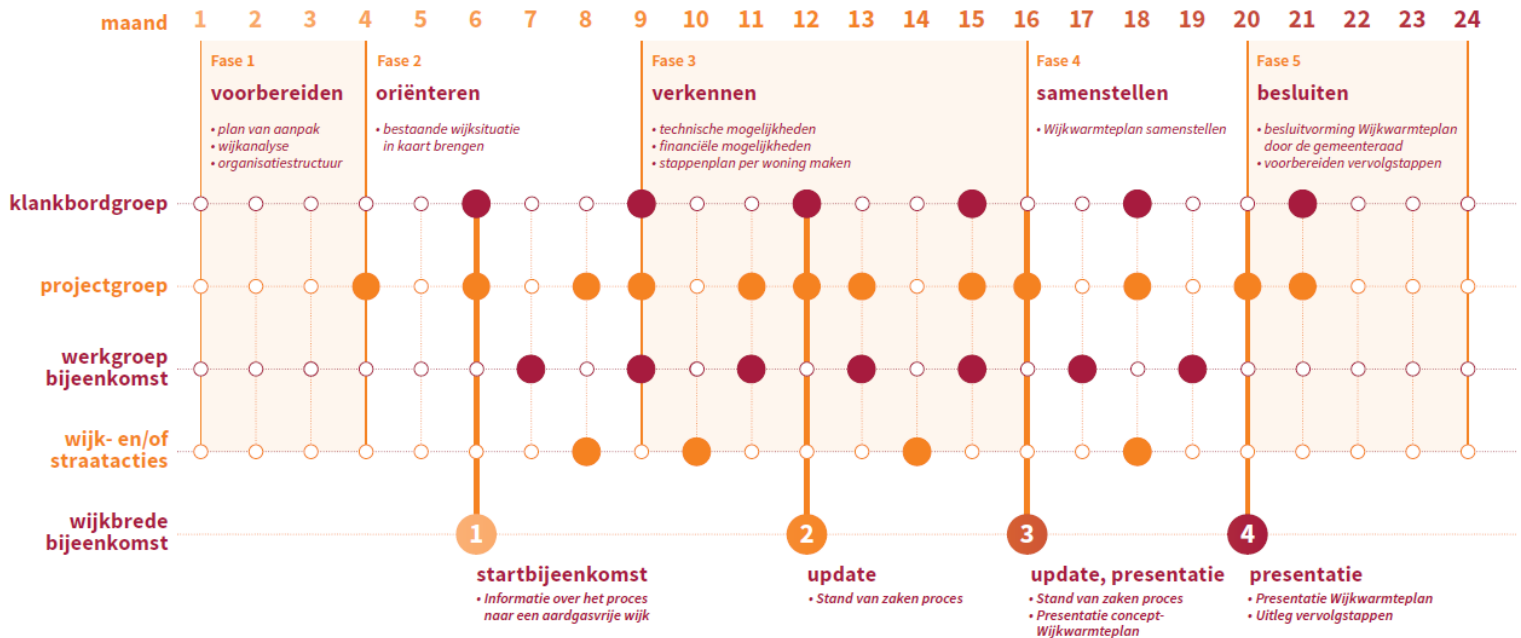
## 7. Aanpak participatieproces in de wijk

- In de wijk waar we een wijkwarmteplan gaan maken, heeft een **gebiedsregisseur** vanuit de gemeente de regie over het proces. De gebiedsregisseur streeft ernaar om **binnen twee jaar** het wijkwarmteplan voor te leggen aan de gemeenteraad.
- De gebiedsregisseur richt een **projectteam** in voor de wijk en stuurt deze ook aan. Het projectteam bestaat uit zowel interne als externe stakeholders, waaronder in ieder geval de woningcorporaties. De wijkaanpak wordt in het projectteam voorbereid en geregisseerd. Het projectteam komt zo vaak als nodig, maar minimaal elke zes weken bij elkaar. We onderzoeken samen of het wenselijk en mogelijk is om een vast werkoverleg en inlooplek in de wijk in te richten.
- Daarnaast stelt de gebiedsregisseur een **klankbordgroep** samen. Daarin zit een afvaardiging van in ieder geval inwoners en ondernemers. De klankbordgroep komt vier keer per jaar bij elkaar en bespreekt de voortgang van het proces. De klankbordgroep geeft onafhankelijk advies aan het projectteam en richt zich vooral op draagvlak in de wijk. De klankbordgroep geeft een reflectie op enkele cruciale momenten in het wijkproces.
- We werken in verschillende **werkgroepen** met wijkbewoners en projectteamleden aan thema's. Sommige werkgroepen zijn bij aanvang bekend. Zo zijn er in ieder geval werkgroepen die zich verdiepen in de techniek, woningtypen, mensen en financiën. Afhankelijk van de initiatieven in de wijk worden er meer werkgroepen gevormd. De gebiedsregisseur zorgt voor een werkbare lijn tussen werkgroepen en het projectteam.
- Tijdens het participatieproces in de wijk organiseren we **wijkbrede bijeenkomsten**. De wijkbrede bijeenkomsten zijn momenten om inwoners te informeren, maar ook om hen uit te nodigen om actief te worden. Actief in het bijdragen aan de inhoud van het wijkwarmteplan, of actief in de eigen woning, buurt of straat met het voorbereiden op het aardgasvrij worden. Naast de wijkbrede bijeenkomsten zetten we ook andere communicatiemiddelen in om wijkbewoners te betrekken (zie punt 7).
- **Tussentijds** faciliteren we de werkgroepen die ontstaan. We koppelen inwoners aan professionals. We helpen naar behoefte, en adviseren gericht op stappen naar aardgasvrij en energieneutraal. Met de werkgroepen werken we toe naar mogelijke resultaten, die ook tijdens opvolgende wijkbijeenkomsten worden behandeld. Met name particuliere woningbezitters zullen we - per woningtype- apart benaderen om samen met hen te verkennen welke mogelijkheden er zijn om hun woning te verduurzamen.
- We geven speciale aandacht aan het **concept-wijkwarmteplan** met een wijkbrede bijeenkomst en informeren huis aan huis hierover, zodat iedereen de mogelijkheid heeft **opmerkingen** mee te geven. Hiermee kunnen we dan rekening houden in de definitieve versie die aan de raad wordt aangeboden.
- Tot slot zijn er tijdens het wijkproces allerlei **wijk- en/of straatacties** denkbaar. Bijvoorbeeld informatieavonden over het verduurzamen van woningen of deelname aan wijkactiviteiten. We zetten acties in op eigen initiatief of op verzoek van inwoners.

Schematisch ziet het wijkparticipatieproces er als volgt uit:

Proces: ongeveer 24 maanden  
Regie: gebiedsregisseur

## Wijkparticipatieproces



N.B. Gedurende dit proces informeren wij ook wijkbreed over de ontwikkelingen via onder andere de website, nieuwsbrieven en wijkmedia.

## 8. Hoe betrekken wij de gemeenteraad bij het wijkwarmteplanproces?

Het wijkwarmteplan wordt door de gemeenteraad vastgesteld (formeel besluitvormingstraject). Wij betrekken de gemeenteraad in het proces naar een wijkwarmteplan als volgt:

- ✓ Twee keer per jaar in maart en september ontvangt de gemeenteraad een voortgangsbrief Aardgasvrij. Een vast onderdeel in deze voortgangsrapportage is de stand van zaken met betrekking tot de wijkaanpak.
- ✓ Op de gemeentelijke website [nijmegen.nl/aardgasvrij](http://nijmegen.nl/aardgasvrij) staat per wijk de actuele stand van zaken in het proces beschreven.
- ✓ Via de digitale wijknieuwsbrief delen wij actuele informatie over de stand van zaken van het proces en ook andere belangrijke informatie.
- ✓ Via de griffie nodigen wij raadsleden uit om wijkbrede bijeenkomsten (waaronder informatieavonden) en wijk- en/of straatacties bij te wonen.
- ✓ Op verzoek is het mogelijk om als toehoorder bij een werkgroepbijeenkomst aanwezig te zijn.
- ✓ Indien noodzakelijk of op verzoek van de gemeenteraad besteden wij aandacht aan het wijkwarmteplanproces tijdens een politieke avond of themabijeenkomst (bijvoorbeeld hoe het wijkwarmteplan zich verhoudt tot het omgevingsplan).
- ✓ Halverwege het wijkwarmteplanproces halen wij feedback op uit de wijk. Deze feedback gebruiken wij om ons proces te verbeteren/bij te stellen. De opgehaalde feedback uit de wijk nemen wij op in de voortgangsbrief Aardgasvrij.
- ✓ Vaststelling wijkwarmteplan met uitvoeringsagenda door de gemeenteraad.

## 9. Hoe meten wij de bekendheid en effectiviteit van het participatieproces bij de pandeigenaren?

Onderzoeksinformatie is belangrijk voor de ontwikkeling van de wijkaanpak(ken). Vooral de bekendheid en effectiviteit van het participatieproces bij pandeigenaren. De gemeente kan daarmee gedurende het project bijsturen en leren voor de aanpak in volgende wijken.

**a.** In relatie tot de participatie en communicatie rond wijkwarmteplannen willen we in de startwijken in beeld brengen:

- het kennisniveau bij pandeigenaren en huurders van redenen voor warmtetransitie, tijdsfad, werkwijze gemeente, mogelijkheid tot (non)participatie, beoogde rolverdeling (waaronder eventuele verhuurder) en het handelingsperspectief van de bewoner;
- de deelname aan participatie (diverse vormen en momenten).

Daarnaast zijn er bijkomende vragen zoals: Komt onze boodschap aan, is deze helder? Is onze informatie (brieven, website, informatieavond) begrijpelijk? Voelt men zich aangesproken, geïnspireerd of juist overvallen en/of in de weerstand? Qua onderzoeksmethode liggen interviews, groepsgesprekken of participerende observatie in de startwijken voor de hand.

**b.** In een later stadium, bijvoorbeeld in 2021, als een stadsbrede campagne opgestart is, de wijkaanpakken voldoende looptijd hebben gehad en er concretere ontwikkelingen in de energietransitie spelen, kunnen we in bredere zin het kennisniveau van Nijmegenaren meten en volgen. Het gaat dan om kennis van wijkplanningen, energie besparen en isolatie als eerste stappen, informatiekanaalen, voorbereidende maatregelen en ondersteuningsmogelijkheden. En eventueel het sentiment, bijvoorbeeld rond de haalbaarheid of aantrekkelijkheid van voorgestelde oplossingen. Qua onderzoeksmethode ligt dan de survey voor de hand (vragenlijst bij stadspanel of bevolkingssteekproef).

**c.** Maatschappelijke effecten van de inzet op een aardgasvrij Nijmegen (begrotingsindicatoren) kunnen we in beeld brengen aan de hand van (verschuivingen in) de energielabels van de gebouwde omgeving (woningen, kantoren, bedrijven etc.), het aantal Nijmeegse panden zonder gasaansluiting en het gasverbruik van particulieren (en zo mogelijk de zakelijke markt).