



Hanze

SUBSIDIES VOOR GROENE DAKEN

Een onderzoek
naar de inzet en
de effectiviteit
van subsidies
voor groene
daken



COLOFON

Een onderzoeksverslag van:

Hanzehogeschool Groningen
Kenniscentrum NoorderRuimte
Lectoraat Klimaatadaptatie
Zernikeplein 7, B0.185
9747 AS Groningen

Samengesteld door:

Joey Koning
Floris Boogaard
Januari 2025

Op basis van onderzoeken door:

Naomi van Dijken
Jort Stienstra
Tom ten Brink
Onderzoeken zijn op te vragen via jo.koning@pl.hanze.nl

Foto cover:

Thomas Klomp

Alles uit dit rapport mag worden gebruikt zonder toestemming van de auteur, onder de voorwaarde dat u de bron correct aangeeft. Andere voorwaarden zijn dat u dit rapport niet voor commerciële doeleinden gebruikt en dat u uw werk op basis van dit rapport onder dezelfde licentie (CC BY-NC-SA 4.0) verspreidt.

INHOUD

AANLEIDING	1
AANPAK	3
UITKOMSTEN	5
De groene dakensubsidies van andere gemeenten	5
Effectieve communicatie over een groene dakensubsidie	7
Bewoners enthousiasmeren over groene dakensubsidies	9
GELEERDE LESSEN	11



Hazelaarlaan Amstelveen, Floris Boogaard, 2019

AANLEIDING

Een groen dak, als je goed zoekt zie je die steeds vaker om je heen verschijnen. Vanaf de straat als sprietjes boven het dak, en van hogerop als groene lappendekens die zich langzaam over steden en dorpen uitrollen. Ze komen in allerlei kleuren en maten voorbij: van knalrood tot mosgroen, van paars tot okergeel, en alles daartussenin. Van een postzegelformaat op brievenbussen, fietsenstallingen of woonboten, tot heuse weilanden bovenop fabrieken en loodsen. Voor ieder wat wils. En gelukkig maar, want groene daken zijn hard nodig om de rap toenemende gevolgen van het veranderende klimaat op te vangen.

Aanhoudende hittegolven, lange periodes van droogte en zware regenbuien, ze volgen elkaar om de haverklap op. Dit soort veranderingen vragen om een andere inrichting van onze gebouwde omgeving. Groene daken zijn een maatregel die daar erg bij kan helpen: die kunnen regenwater opvangen tijdens een heftige bui, wateroverlast op straat beperken en dat water als een spons vasthouden. Bovendien helpen groene daken met verkoeling van de omgeving, werken ze isolerend, filteren ze fijnstof uit de lucht en voegen ze wat toe aan biodiversiteit.

Ondanks al deze voordelen gaat de uitrol van groene daken nog langzaam en moet je in de doorsnee woonwijk lang zoeken naar die sprietjes sedum. Waar gemeenten in de openbare ruimte druk aan het graven, planten en zaaien zijn, is het grootste deel van de gebouwde omgeving in Nederland in privébezit. Daarmee zijn gemeenten afhankelijk van bedrijven en bewoners die hun eigen steentje bijdragen (of liever nog: afdragen). Daarom wordt flink ingezet op het enthousiast maken van bewoners voor het nemen van dit soort maatregelen: van tegelwippen en regentonnen tot bewustwordingscampagnes en subsidies. In dit verslag duiken we in op die laatste categorie, specifiek met betrekking tot subsidies voor groene daken. Hoewel deze in bijna elke gemeente te vinden is, is het geen wondermiddel. We onderzoeken daarom hoe deze subsidies worden ingezet om bewoners enthousiast te maken over het nemen van groene daken, en wat daarin wel en niet werkt.

Dit onderzoek begon met een vraag vanuit de gemeente Westerkwartier, een plattelandsgemeente in het westen van de provincie Groningen. Net als veel andere gemeenten hebben ze sinds kort een subsidie voor groene daken, waarvan het gebruik tegenviel. Omdat ze zoekende waren naar de juiste vorm en promotie van de subsidie was aan ons de vraag: **wat zijn effectieve manieren om bewoners enthousiast te maken over het aanleggen van een groen dak?** Hieraan hingen verschillende kleinere vragen, bijvoorbeeld over hoe andere gemeenten hun subsidies voor groene daken inrichten en wat daarin wel en niet werkt, wat behoeften zijn vanuit bewoners van de gemeente en wat we kunnen leren vanuit literatuur over deze thema's. Waar we begonnen met de gemeente Westerkwartier als casus realiseerden we ons dat de lessen die we hierin leerden voor meer gemeenten relevant kunnen zijn. In dit verslag knopen we drie studentonderzoeken samen op zoek naar lessen voor effectievere groene dakensubsidies.



Amersfoort, Floris Boogaard, 2024



Zuiderveld, Antal Zuurman, 2024



De Heurne, Floris Boogaard, 2023



Zwolle, Thomas Klomp, 2021



Leusden, Thomas Klomp, 2022



Nunspeet, Thomas Klomp, 2021



Delft, Floris Boogaard, 2022



Groningen, Floris Boogaard, 2021



Leeuwarden, Floris Boogaard, 2021

AANPAK

De vraag vanuit de gemeente Westerkwartier bestaat uit veel facetten: het gaat over gedrag, over communicatie en bewustwording, over bedrijfsvoering en capaciteiten. Daarom is vanuit de Innovatiewerkplaats Klimaatadaptatie op de Hanze een team met studenten van verschillende opleidingen samengesteld die met dit vraagstuk aan de slag zijn gegaan. Drie studenten hebben hun afstudeeronderzoek gericht op dit vraagstuk vanuit de opleidingen communicatie, toegepaste psychologie en bedrijfskunde. Elk met hun eigen invalshoek, om elkaar vervolgens aan te vullen en zo gezamenlijk met leerlessen voor de versterking van de groene dakensubsidie te komen. Hieronder beschrijven we kort wat deze invalshoek en de aanpak is geweest voor de verschillende onderzoeken:

Deel 1: Jort Stienstra - Bedrijfskunde

Het doel van Jort zijn onderzoek was om in beeld te brengen hoe andere gemeenten hun subsidies voor groene daken inrichten, en wat de gemeente Westerkwartier hiervan kan leren. Om een antwoord te geven op deze vraag heeft Jort via deskresearch de eigenschappen en voorwaarden van deze subsidie in beeld gebracht voor 50 gemeenten verspreid over Nederland. Vervolgens zoomde hij in op een aantal casussen uit Noord-Nederland, doorliep hij daarin de aanvraagprocedure vanuit de ogen van bewoners en hield hij interviews met betreffende beleidsmedewerkers over hun afwegingen voor de subsidie.

Deel 2: Tom ten Brink – Communicatie

Tom heeft in zijn onderzoek gekeken naar benodigdheden voor effectieve communicatie over de subsidie voor groene daken richting bewoners, om ze op die manier te informeren en te enthousiasmeren over de maatregel. Dit heeft hij onderzocht door via 27 enquêtes een behoefteanalyse uit te voeren onder bewoners, best practices te onderzoeken via interviews met communicatiemedewerkers in verschillende noordelijke gemeenten en de lessen hieruit te verwerken in een communicatiestrategie met bijbehorende middelen.

Deel 3: Naomi van Dijken – Toegepaste psychologie

Tot slot heeft Naomi in haar onderzoek gekeken naar de gedragscomponent van de subsidie, en hoe verschillende groepen inwoners aangemoedigd kunnen worden om hier gebruik van te maken. Aan de hand van een vragenlijst onder 63 woningeigenaren in de gemeente heeft ze achterhaald welke factoren (zoals capaciteiten, persoonlijke omstandigheden en motivatie) voor hen belangrijk zijn, en de mate waarin de gemeente daar nu op inspeelt.



Irislaan Groningen, Floris Boogaard, 2021

UITKOMSTEN

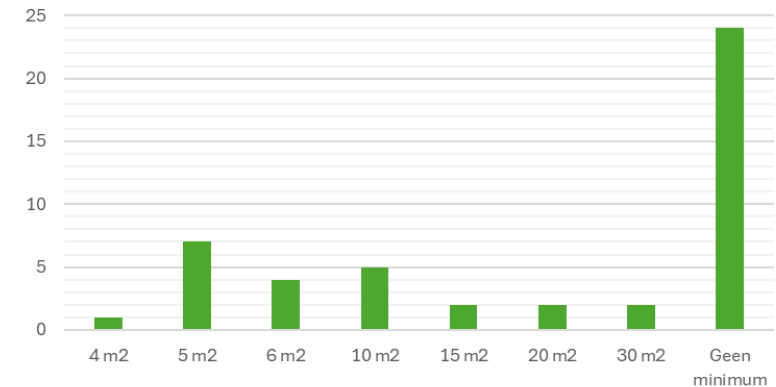
De groene dakensubsidies van andere gemeenten

Jort Stienstra (Vierdejaars Bedrijfskunde)

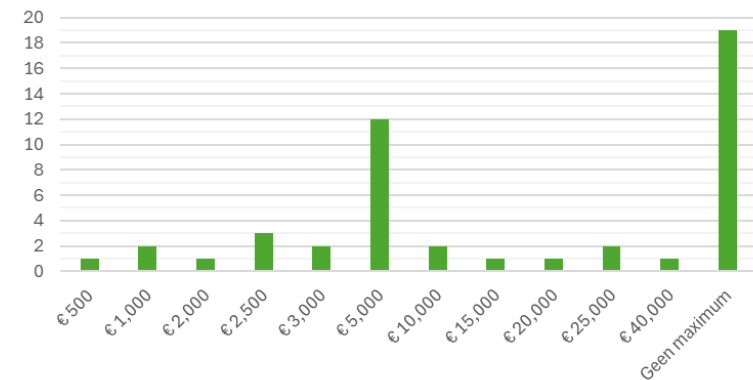
Vergelijkend onderzoek onder 50 gemeenten

- **Minimum aantal vierkante meters** (grafiek 1): Bijna de helft van de onderzochte gemeenten hanteert geen minimum voor het aantal vierkante meters aan groen dak voor de subsidie. Ruim 10% hanteert 5 vierkante meters als het minimum, gevolgd door 10 en 6 vierkante meter.
- **Maximaal subsidiebedrag** (grafiek 2): Bijna de helft van de gemeenten geeft geen maximumbedrag voor de subsidie. Ruim een kwart van de gemeenten hanteert €5.000 als maximum. Het hanteren van een maximum kan belangrijk zijn voor een eerlijke verdeling van de jaarlijks beschikbare subsidie.
- **Maximaal subsidiebedrag per vierkante meter** (grafiek 3): Wel wordt er in bijna alle gevallen een maximum bedrag per vierkante meter gegeven. In een derde van de onderzochte gemeenten is dat €25 per vierkante meter, vlak gevolgd door €30 per vierkante meter.

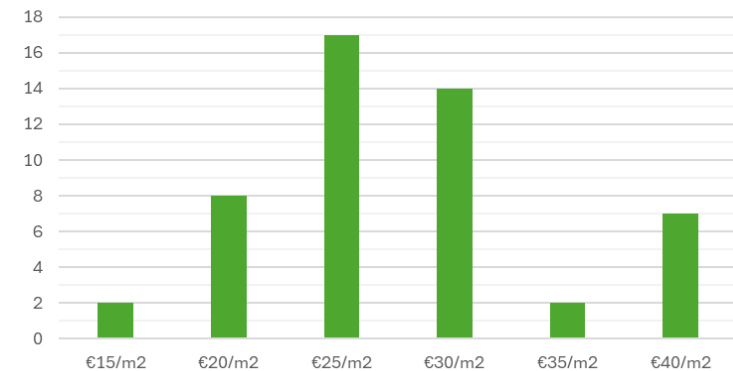
1) Minimaal aantal m2 per aanvraag



2) Maximaal subsidiebedrag per aanvraag



3) Maximaal subsidiebedrag per vierkante meter



Diepte interviews over afwegingen achter subsidies:

- Uit een rondvraag naar de mate waarin verschillende groene dakensubsidies succesvol zijn, bleek al snel dat er veel moeite was om dit succes te definiëren. In geen van de onderzochte gemeenten (Heerenveen, Assen, Drachten en Westerkwartier) waren voor de subsidie concrete doelen opgesteld met betrekking tot bijvoorbeeld het aantal vierkante meters vergroening, het aantal subsidieaanvragen of de plekken waar ze vergroening willen stimuleren. Hierdoor is het lastig om het succes van deze subsidies te bepalen en om te beslissen waar, wanneer en hoe bijgestuurd kan worden.
- Wel zijn er grote verschillen in de hoeveelheid jaarlijks beschikbaar budget voor groenedakensubsidies. In veel gemeenten wordt deze bij lange na niet opgemaakt (gemiddeld gebruik van €23.000 t.o.v. gemiddelde beschikbaarheid van €55.000). In veel gemeenten blijkt dus de worsteling te bestaan om bewoners gebruik te laten maken van de subsidieregeling. Voor de meeste gemeenten bepaalt de mate waarin het begrote subsidiebedrag behaalt wordt het succes van de subsidie.
- Omtrent de aanvraag van subsidies is één van de best practices om naast de optie om deze digitaal aan te vragen, ook mogelijkheden aan te bieden om hem via een invulformulier aan te vragen. Daarover was veel positieve feedback onder oudere inwoners in één van de gemeenten. Een andere leerles is om nazorg te bieden (wat nu bij alle gemeenten ontbreekt) en in contact te blijven met afnemers van de subsidie, juist om van de huidige groep 'pioniers' ambassadeurs te kunnen maken en bekendheid aan de subsidie te geven



Buitenveldert Amsterdam, Floris Boogaard, 2020

Effectieve communicatie over een groene dakensubsidie

Tom ten Brink (Vierdejaars Communicatie)

Behoeftenanalyse onder bewoners Westerkwartier

- Van de 27 ondervraagden bleken 17 nog niet van de subsidie te hebben gehoord. Bewustwording van het bestaan van de subsidie lijkt daarmee een prioriteit te hebben, voordat bewoners enthousiast gemaakt kunnen worden.
- Manieren van communicatie die tot nu toe goed werken zijn het gebruik van regionale kranten (vooral onder ouderen) en mond-tot-mond reclame. Bewustwording via sociale media is nog een erg onderbelicht thema.
- Onder de bewoners die al eerder van het bestaan van de subsidies hebben gehoord gaven de meesten aan te weinig kennis te hebben over de mogelijkheden voor hun eigen woning om een aanvraag voor de subsidie op te kunnen starten. Veel mensen zien de voordelen van het hebben van een groen dak, maar er is behoefte aan meer informatie. Het liefst op maat.

Interviews over communicatiestrategieën van andere gemeenten

- Zorg voor **duidelijke informatieverstrekking**: maak gebruik van uitgebreide, overzichtelijke en gestructureerde informatie over de subsidie door middel van bijvoorbeeld bulletpoints en tussenkoppen.
- Zorg voor **doelgerichte communicatie**: stem communicatiemiddelen af op de doelgroep, waarbij het gebruik maken van verschillende kanalen (online en offline) belangrijk is om meerdere leeftijden te bereiken.

- Deel **succesverhalen**: communiceer over succesverhalen en betrek inwoners bij het project. Door samen te werken en inwoners te informeren over 'gelijken' zorgt de gemeente sneller voor meer betrokkenheid en interesse.
- Zorg voor participatie middels **terugkoppeling**: ga met inwoners samenwerken en zorg aan het einde van een aanvraag en na verloop van tijd voor feedback. Zo weet de gemeente wat goed ging en wat verbeterd kan worden. Het succes van de aanvraag kan weer verwerkt worden in de middelen, evenals andere cijfers en feiten.
- Zorg voor **meerdere subsidiemogelijkheden**: een toevoeging in de toekomst kan zijn dat er meer opties komen betreft soorten subsidies. Zo zijn meer mensen geïnteresseerd en spreekt de gemeente sneller een grotere doelgroep aan.
- Creëer communicatiecampagnes en **constante informatievoorziening**: hierbij moet de nadruk eerst op bewustwording liggen en in een latere periode kan gedragsverandering centraal staan.
- **Betrek inwoners** in de middelen; om participatie te creëren is het belangrijk dat de inwoners zichzelf herkennen in anderen. Deze anderen zijn het meest effectief als die heel dicht bij de inwoners staan, namelijk buurtgenoten en mensen die weten hoe het is om een subsidie aan te vragen en kunnen vertellen over dit proces.



Tureluurstraat Vlaardingen, Thomas Klomp, 2024

Bewoners enthousiasmeren over groene dakensubsidies

Naomi van Dijken (Vierdejaars Toegepaste Psychologie)

Enquête resultaten onder 63 bewoners over gedragscomponenten

- **Fysieke capaciteiten:** Vanuit de resultaten van de enquête voldoet een groot deel van de respondenten volgens zichzelf over voldoende fysieke capaciteiten om een groen dak aan te leggen en te onderhouden of over de middelen om dit door een ander of door een bedrijf te laten doen.
 - **Psychologische capaciteiten:** Wel is het gebrek aan inhoudelijke informatie een groot punt van aandacht: Meer dan de helft van de ondervraagde bewoners wist niet van de subsidie af. Slechts een kwart van de bewoners vindt het makkelijk om informatie te vinden over de subsidie. Respondenten begrijpen wat een groen dak is, maar er zijn nog onduidelijkheden over de voor- en nadelen ervan voor henzelf. Met de nadruk op de nadelen kan dit bij de woningeigenaar twijfel over het groene dak veroorzaken.
 - **Fysieke omgeving:** In lijn hiermee ontbreekt bij veel respondenten de kennis over hun fysieke omgeving om te bepalen of een groen dak mogelijk is. Een derde van de respondenten weet niet hoe hun dak is geïsoleerd, en meer dan de helft kent de hellingshoek van hun dak niet. Daarnaast is 40% onbekend met het energielabel van hun huis. Wel heeft 88% van de respondenten een bijgebouw met een plat dak, wat mogelijkheden biedt voor een groen dak.
 - **Sociale omgeving:** Vanuit de data van de enquête blijkt op het vlak de sociale omgeving nog winst te behalen. Een grote meerderheid van de respondenten kent niemand met een groen dak in hun woonkern. Dit zou te wijten kunnen zijn aan het feit dat groene daken momenteel nog niet geaccepteerd zijn als de norm. Daarnaast geeft de meerderheid van de respondenten aan dat, wanneer er een probleem moet worden opgelost door de gemeente, zij hier weinig vertrouwen in hebben dat het wordt opgelost.
- **Reflectieve motivatie:** Uit de resultaten van de enquête blijkt dat de respondenten gemotiveerd zijn om een groen dak aan te leggen. Bijna 80% heeft wel eens aan een groen dak gedacht en ziet het nut er van in, bijna 60% zou dit willen doen met de huidige subsidie, en een klein deel zelfs zonder subsidie. Echter, slechts 14% heeft daadwerkelijk een offerte aangevraagd.
 - **Automatische motivatie:** Veel respondenten vinden het klimaat erg belangrijk, maar de grootste motivatie blijft financieel: bij verdubbeling van de subsidie stijgt de motivatie voor het aanleggen van een groen dak fors. De meerderheid vindt €40-45 per m² een geschikte subsidie (bijna volledige vergoeding), terwijl slechts een klein percentage de huidige subsidie voldoende vindt.
 - **Hulp:** De meest gewenste vorm van hulp is financiële ondersteuning. Zo'n 40% van de respondenten gaf aan overtuigd te zijn zelf een groen dak te kunnen aanleggen. Hulp bij de aanleg is de op één na meest gewenste vorm van ondersteuning. Opvallend is dat slechts een klein deel van de respondenten graag hulp wil bij het aanvragen van een subsidie, ondanks dat ze eerder aangaven onvoldoende kennis te hebben voor het aanvragen van de subsidie.



Particulier Dalfsen, Thomas Klomp, 2022

GELEERDE LESSEN

1. Subsidie is geen doel, maar een middel

Hoewel we positief verbaasd waren dat zoveel gemeenten een subsidie voor groene daken bieden, blijkt dat veel daarvan helemaal geen concrete doelen hebben opgesteld voor deze subsidie. Daardoor is het voor gemeenten lastig om vast te stellen of de subsidies goed presteren en of, waar en hoe bij kan worden gestuurd. Op het moment lijkt het bestaan van de subsidieregeling op zichzelf het doel, terwijl een subsidieregeling juist een middel is om een bepaald doel te bereiken. De eerste aanbeveling vanuit dit onderzoek is dan ook om kansen en wensen rond bijvoorbeeld wateroverlast, hitte of biodiversiteit concreet te koppelen aan groene daken. Dat maakt het mogelijk om iets te zeggen over hoeveel groene daken gewenst zijn, op welke plekken en onder welke doelgroep(en). Uiteindelijk kun je daarmee de impact van je subsidie aantonen of bijsturen waar nodig.

2. Zorg voor je ambassadeurs

Ondanks de stijgende lijn in de afname van groene daken is het voor veel dorpen en buurten nog goed zoeken naar voorbeelden. We zagen op meerdere fronten in de onderzoeken dat het van belang is om deze kopgroep te omarmen als ambassadeurs. In de eerste plaats om de subsidie te versterken door op te halen wat hun ervaringen zijn met het aanvraagproces, waar procedures nog niet toegankelijk of duidelijk genoeg waren, tegen welke hobbels ze aanliepen, hoe ze de aanleg hebben aangepakt, etc. Voor gemeenten, maar ook voor buurtbewoners is dat van belang, want uit onze onderzoeken blijkt dat ze dat het liefst van gelijkgestemden horen, en niet van de gemeente of bedrijven. Eerlijke ervaringen, maar ook succesverhalen van deze ambassadeurs kunnen voor enthousiasme zorgen op manieren die de gemeente niet zelf voor elkaar krijgt. Tot slot helpt het om zichtbaar te maken waar groene daken worden aangelegd met behulp van de subsidie. Waar bijvoorbeeld zonnepanelen heel duidelijk zichtbaar zijn vanaf de straat, is dat voor groene daken vaak niet het geval. Eén van de ideeën die werd geopperd door de studenten is het plaatsen van een bordje. Daarmee ontstaat een sociale norm in een buurt en kunnen buurtbewoners elkaar makkelijker vinden voor mond-tot-mond reclame.

3. Eerst bewustwording, enthousiasme komt later

Uit de enquêtes blijkt dat het merendeel van de bewoners (55%) niet van de subsidie afweet, wat de grootste belemmering vormt voor het gebrek aan afname hiervan. De gemeente zou hierop kunnen inspelen door gericht te gaan promoten. Een mogelijke optie is om van tevoren te inventariseren welke woningen of bijgebouwen geschikt zijn voor een groen dak om vervolgens eigenaren rechtstreeks en proactief te benaderen (bv. door middel van een informatieve flyer per post). Daarnaast zouden ze meer gebruik kunnen maken van sociale mediaplatforms en hier educatieve berichten plaatsen om de inwoners beter te informeren over groene daken en de beschikbare subsidieregeling.

Onder bewoners die wel van het bestaan van de subsidie afweten is vooral veel twijfel over mogelijkheden en voordelen ervan voor hun eigen perceel, vooral door de onbekendheid van groene daken als maatregel. Bovendien ontbreekt het bij veel respondenten aan kennis over hun eigen woning, als het gaat om de dakoppervlakte, de hellingsgraden van hun dak, het energielabel en hoe het dak geïsoleerd is. Omdat de toepassing van groene daken zo verschilt per geval geven bewoners wel een voorkeur voor voorlichting op maat, of gezamenlijke inwinning van informatie met huiseigenaren die met vergelijkbare omstandigheden te maken hebben. De gemeente Westerkwartier zou kunnen inspelen op deze behoefte door bijvoorbeeld informatieavonden te organiseren met ruimte voor persoonlijk advies.

4. Wie maaien wil moet zaaien

Ondanks dat veel mensen de collectieve baten van groen inzien, blijft de belangrijkste knop om aan te draaien de mate van financiering in de subsidie. Meer dan de helft van de respondenten die aan de enquêtes meededen gaf aan een groen dak te willen, wanneer de subsidie verdubbeld zou worden. Uit het vergelijkingsonderzoek tussen de groene dakenregeling van 50 gemeenten bleek er veel variatie te zijn in de hoogte van het subsidiebedrag en de compensatie per vierkante meter. Hoewel er niet één ideaal bedrag voor elk scenario bestaat, kun je met het verhogen of verlagen van de subsidie wel inspelen op lokale omstandigheden. Verhogen van de subsidie zorgt ervoor dat mensen sneller meedoen omdat ze meer compensatie krijgen, terwijl je met een lager bedrag misschien meer mensen kunt bereiken en dus meer vierkante meters kunt vergroenen. Hoewel veel gemeenten elkaar blindelings lijken te volgen in het bepalen van hun tarieven is het goed om deze afweging per geval te bekijken. Gezien de afname van de subsidie op dit moment nog vaak laag is zou het kunnen lonen om de tarieven in een eerste fase te verhogen om zo ambassadeurs aan te trekken en enthousiasme te creëren.



Gerard Noodtstraat Nijmegen, Antal Zuurman, 2011