



9 OKTOBER 2025

COMMUNICATIE OVER KLIMAATADAPTATIE: HOE KRIJG JE EEN SUBSIDIEPOT LEEG?

Veel overheden openen een subsidiepot voor klimaatadaptatie, bijvoorbeeld voor het verduurzamen van de tuin of het vergroenen van een dak. Maar hoe zorg je er vervolgens voor dat de aanvragen van bewoners binnenstromen? Op donderdag 9 oktober organiseerden wij samen met communicatiebureau Helder en Duidelijk en stichting Rooftop Revolution een bijeenkomst voor de community communicatie klimaatadaptatie*. Tijdens deze community-bijeenkomst gingen we dieper in op hoe je een subsidiepot leeg krijgt.

Lees hieronder het verslag van deze bijeenkomst

** Deze community bestaat uit ruim 95 communicatiemedewerkers en -adviseurs die zich bezighouden met klimaatadaptatie. Ze komen samen om kennis uit te wisselen en content te delen.*

BIJEENKOMST 9 OKTOBER 2025 / VERSLAG

■ Relevante onderzoeken

Er zijn de afgelopen jaren verschillende onderzoeken gedaan naar het effect van subsidieregelingen en wat mensen motiveert om een subsidie aan te vragen. Voor je begint met het starten van een subsidieregeling, is het handig om de resultaten van deze onderzoeken tot je te nemen:

■ Onderzoek Rijksuniversiteit Groningen (2021)

Onderzoeksvraag 1: Wat motiveert mensen om klimaatadaptieve maatregelen te nemen, en om subsidie aan te vragen?

- De mate waarin een bewoner zichzelf in staat acht om klimaatadaptieve maatregelen te nemen.
- Percepties van de effectiviteit van klimaatadaptieve maatregelen.
- Een gevoel van verantwoordelijkheid om maatregelen te nemen.

Onderzoeksvraag 2: Wie doen er een subsidieaanvraag?

De subsidie komt terecht bij een relatief kleine groep. Van de 300 deelnemers aan het tweede deel van het onderzoek hadden slechts 5 deelnemers een subsidie aangevraagd, ondanks het feit dat ongeveer 40% van de deelnemers wel (andere) maatregelen had getroffen. Veel van deze maatregelen vielen buiten de subsidieregeling.

Onderzoeksvraag 3: Op welke manier motiveert een subsidie mensen om klimaatadaptieve maatregelen te nemen?

Respondenten gaven aan dat de subsidie niet doorslaggevend is, maar wel een motiverende factor en een steuntje in de rug zijn.

■ Onderzoek Centraal Beheer (2024)

Voor dit onderzoek heeft Centraal Beheer in samenwerking met onderzoeksbureau MeMo² een vragenlijst verspreid. De deelnemers zijn gevraagd naar de stappen die ze hebben genomen om te verduurzamen en welke middelen ze daarvoor hebben gebruikt. Aan dit onderzoek deden 883 huiseigenaren mee.

BIJEENKOMST 9 OKTOBER 2025 / VERSLAG

Conclusies:

- 21% van de mensen die hun tuin verduurzaamt maakt gebruik van subsidies.
- Het overgrote deel gebruikt spaargeld. Mogelijk omdat zij niet op de hoogte zijn.
- Waar je subsidie voor kan aanvragen, verschilt flink per gemeente.
- Subsidies worden vaker ingezet voor andere duurzaamheidsmaatregelen, zoals het installeren van een hybride warmtepomp of zonneboiler.

■ Artikel: Subsidieregels vergroenen te complex en verschillend (2025)

Op basis van het bovenstaande onderzoek, schreef gemeente.nu een artikel, waarin verschillende partijen hun kennis met subsidies delen.

Stichting Steenbreek:

- Ongeveer de helft van de 342 gemeenten verstrekt subsidies voor vergroening. Slechts een vijfde van de bewoners doet hier beroep op.
- Stichting Steenbreek ziet een aantal bedreigingen voor het aanvragen van subsidies voor vergroenen: de complexiteit van het aanvraagproces, het ingewikkelde taalgebruik en de beperkte financiële middelen bij gemeenten.

Het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat:

- Inwoners weten niet dat de subsidie bestaat of dat ze er recht op hebben.
- Er bestaat geen vertrouwen in de afzender van de subsidie. Uit onderzoek blijkt verder dat subsidies vaak terechtkomen bij inwoners met een hoger inkomen.
- Bewustwording zet niet aan tot gedragsverandering. Het is belangrijk dat je begrijpt waarom inwoners doen wat ze doen, voordat je tijd en geld besteedt aan maatregelen en acties die mogelijk niet werken.

Gedragsdeskundige Eline Steenhuisen bij het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat: *'Zorg dat inwoners weten dat de subsidie bestaat, zorg dat inwoners weten dat ze er recht op hebben. Zorg ook voor een simpele aanvraagprocedure en bied garanties over terugvordering.'*

BIJEENKOMST 9 OKTOBER 2025 / VERSLAG

■ Gedragsonderzoek waterbergend gedrag

Het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat onderzocht hoe bewoners water in de tuin opvangen. Doel: ontdekken welke maatregelen stimuleren tot waterbergend gedrag.

Conclusie over subsidies:

- Subsidies aanbieden is niet genoeg.
- Voor een klein aantal tuineigenaren kan subsidie vanuit de gemeente de drempel verlagen.
- Voor de meeste tuineigenaren lijkt subsidie niet aan te zetten tot actie.
- Tuineigenaren ervaren onduidelijkheid over de kosten van maatregelen. Dit is soms moeilijk in te schatten.

Tips om subsidies slim in te zetten:

- Wanneer de daadwerkelijke prijzen meevallen: bied duidelijkheid.
 - Wanneer de daadwerkelijke kosten tegenvallen: verlaag de prijs of help eigenaren het zelf uit te voeren.
 - Maak het aanvraagproces simpel.
 - Benader de doelgroep die het nodig heeft en pas de voorwaarden daarop aan.
-

■ **Hoe schrijf je een goede subsidie?**

Voor je kunt communiceren over een subsidie, is het nodig dat deze online klaarstaat. Volgens **Ria de Wit** van Helder en Duidelijk is het van belang dat de regeling eenvoudig verwoord wordt. Dit lijkt een open deur, maar kijkend naar de conclusies van de bovenstaande onderzoeken, gebeurt dit nog niet in de praktijk. Blijf daarom als communicatieadviseur alert op de volgende punten:

- Denk na over doel en doelgroep.
- Verplaats je in de doelgroep.
- Houd het eenvoudig.
- En kort!
- Vermijd jargon.

BIJEENKOMST 9 OKTOBER 2025 / VERSLAG



■ De wijkcampagne van Rooftop Revolution

Rosanne Nieuwesteeg en Sybren van Dijk van Rooftop Revolution helpen gemeenten bij het inzetten van subsidies door middel van een wijkcampagne. Als stichting verbindt Rooftop Revolution gemeente, bewoners, lokale initiatieven en aanbieders van ecologisch hoogwaardige groene daken. Subsidies worden bij veel gemeenten nog niet goed benut.

Bij Rooftop Revolution promoten ze niet slechts de subsidie, maar ontzorgen zij gemeenten bij het gehele proces. Hierbij wordt gekeken naar de mogelijkheden en het creëren van draagvlak binnen een wijk. Ze gaan op zoek naar lokale initiatieven en aanjagers; mensen die een goede connectie hebben met de wijk. Vervolgens begeleiden zij de aanleg van duurzame daken, met een collectieve inkoopactie waar de subsidie in is verwerkt.

Om de wijk samen te transformeren wordt er aandacht besteed aan:

- De mogelijkheid om groene daken aan te leggen met je burens.
- Verbinding met lokale initiatieven zoals het Milieu Educatie Centrum en Natuur- en Duurzaamheidseducatie.
- De 'Dakboswachters'. Enthousiaste bewoners, de gezichten van de campagne.
- Website, flyers, brieven, sandwichborden, informatiekits voor Dakboswachters en online promotie.
- De groene Dakfiets. Met deze fiets gaat Rooftop Revolution de wijk in om contact te leggen met bewoners.

BIJeenkomst 9 OKTOBER 2025 / **VERSLAG**

Achter de schermen worden praktische zaken geregeld, zoals het verwerken van aanmeldingen, het zoeken van de juiste leveranciers, het verwerken of aanvragen van de subsidie en het begeleiden van de desbetreffende gemeente. Bij dit proces neemt Rooftop Revolution eerst de tijd om in de huid te kruipen van de doelgroep en te begrijpen wat hen aanzet tot actie. Zij maken gebruik van verschillende tools, zoals de [Leefstijlvinder](#), [Ons Water Leefstijlvinder](#) en [Mentality Duurzaamheidsprofielen](#), om de doelgroep beter te begrijpen en de communicatie daarop af te stemmen.

Tips!

- Denk na over de scope van de campagne.
- Maak gebruik van lokaal netwerk.
- Betrek bestaande groendoeners in de wijk.
- Maak het proces niet ingewikkeld.
- Zet in op wat de bewoner kan bijdragen.



Meer informatie over de community communicatie?

Mail naar nadia@samenklimaatbestendig.nl

Klik [HIER](#) voor de presentatie

