

Communicatieplan ***voor een duurzaam*** ***Zilverkamp***

Comfortabel en gezond wonen in de Zilverkamp

Projectgroep Wijk van de Toekomst

Auteur: Simone Biesheuvel

Datum: 28 april 2020

Versie: 3

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	2
1. Inleiding.....	3
2. Kader communicatieplan.....	4
2.1. De doelgroepen.....	4
2.2. De doelstelling.....	5
2.3. De boodschappen.....	6
2.4. De middelen.....	7
2.5. Overzicht communicatie per doelgroep.....	7
3. Organisatie en planning.....	8
3.1. Organisatie.....	8
3.2. Planning.....	9
3.3. Begroting.....	9
3.4. Risico's.....	10
3.5. Monitoring en evaluatie.....	10

1. Inleiding

Bewoners, woningcorporatie Waardwonen, Stichting Welzijn Lingewaard en de gemeente Lingewaard hebben in 2017 een wijkontwikkelingsplan (WOP) voor de Zilverkamp in Huissen opgesteld. Duurzaamheid en toekomstbestendige woningen is één van de thema's die vanuit bewoners naar voren kwam. De ideeën hierover zijn vanaf 2018 opgepakt door de werkgroep Duurzaam Zilverkamp. Dit is een groep actieve wijkgenoten die sinds 2018 met elkaar praten over duurzaamheid. Zij worden hierin bijgestaan door verschillende adviseurs die door de gemeente zijn aangetrokken.

Vanuit de ambitie van deze werkgroep is samenwerking gezocht met andere betrokken partijen: gemeente Lingewaard, wijkplatform Zilverkamp Holthuysen, wijkplatform Zilverkamp-Zuid, woningbouwcorporatie Waardwonen, netbeheerder Alliander, Waterschap Rivierenland en energiecoöperatie Lingewaard Energie.

Deze partijen hebben gezamenlijk in 2018 in het kader van het Gelders Energie Akkoord, een succesvolle aanvraag 'Zilverkamp Wijk van de Toekomst' gedaan. Samen wordt onderzocht hoe de woningen in de wijk Zilverkamp van aardgas over kunnen schakelen naar een duurzame warmtevoorziening. Daar richt de projectgroep Wijk van de Toekomst zich op. De werkgroep Duurzaam Zilverkamp richt zich ook op het besparen van energie (bijvoorbeeld door isoleren en door gedragsverandering) en het duurzaam opwekken van energie (bijvoorbeeld door zonnepanelen). Ook hierbij wordt samengewerkt met andere partijen, zoals het Energieloket, gemeente Lingewaard en energiecoöperatie Lingewaard Energie. In dit communicatieplan is vastgelegd op welke wijze de communicatie rondom deze onderwerpen uitgevoerd wordt.

In hoofdstuk 2 vindt u de kaders van dit communicatieplan. Hierin is achtereenvolgens vastgelegd welke doelgroepen we willen bereiken met de communicatie. Wat we bij deze doelgroepen willen bereiken met de communicatie. Welke boodschap we uit willen dragen. En welke middelen we hiervoor willen inzetten. In paragraaf 2.5 worden de antwoorden op deze vragen in een tabel uiteengezet.

Het derde hoofdstuk kunt u lezen hoe de organisatie rondom de communicatie is geregeld. Hierin is vastgelegd wie verantwoordelijk is voor welke communicatietaken. In de tweede paragraaf van dit hoofdstuk wordt door middel van een communicatiekalender inzicht gegeven in de planning van de communicatieactiviteiten. De derde paragraaf geeft een globale begroting. De risico's die kunnen ontstaan als de communicatie niet goed wordt uitgevoerd worden in kaart gebracht in paragraaf 3.4. Tot slot wordt de wijze van monitoring en evalueren besproken.

2. Kader communicatieplan

In dit hoofdstuk worden de kaders van het communicatieplan uiteengezet. In de laatste paragraaf worden deze kaders per doelgroep gespecificeerd in een tabel.

2.1. De doelgroepen

Bewoners Zilverkamp

De belangrijkste externe doelgroep van de communicatie is de bewoners van de wijk Zilverkamp in Huissen (gemeente Lingewaard). De verduurzaming vindt plaats in deze wijk en raakt de bewoners, zowel eigenaren als huurders. Naar alle waarschijnlijkheid moeten er aanpassingen gedaan worden in en/of rond de woningen van deze bewoners. De mate waarin draagvlak gecreëerd wordt onder deze doelgroep is bepalend voor het succes van dit project.

In de Zilverkamp zijn 2.735 huishoudens met 6.070 bewoners (gemiddeld 2,2 bewoners per huishouden). Het gemiddeld inkomen per inwoner bedraagt € 24.200,- per jaar (inclusief bewoners zonder inkomen). Circa 40% van de wijkbewoners is jonger dan 40 jaar. Er is sprake van sterke vergrijzing. Een kwart van de inwoners is 60 plus en dit neemt toe. Tegelijkertijd neemt het aantal gezinnen en jongeren af. Jongeren verhuizen naar stad en mensen in de leeftijdscategorie tussen 45 en 60 jaar verhuizen met hun gezin naar buiten de wijk. Startende, jonge gezinnen vestigen zich in de Zilverkamp. Dit lijken gezinnen met minder financiële draagvlak. De middenklasse vindt steeds minder vaak de weg naar de Zilverkamp.

In de Zilverkamp wonen vooral middelbaar en hoogopgeleiden. Bijna 70% van de huishoudens heeft een modaal tot twee keer modaal inkomen. Tegelijkertijd neemt het aantal huishoudens met een laag inkomen of grote afstand tot de arbeidsmarkt toe. Het aantal kansarme werklozen in de wijk is ongeveer twee keer zo groot als in Huissen en in heel Lingewaard.

De energetische kwaliteit van de woningen is redelijk (het grootste deel van de wijk heeft label C of D), maar de meeste bewoners willen graag een beter geïsoleerde woning en een lagere energierekening.

De wijk is technische verouderd. De kwaliteit van de woningen sluit steeds minder goed aan op de behoefte van de bewoners. De gemiddeld woningwaarde (€ 179.000,-) ligt onder het gemiddelde van Huissen (€ 210.000,-).

Ondernemers Zilverkamp

Naast bewoners kent Zilverkamp ook enkele ondernemers die zich in de wijk gehuisvest hebben. Daarnaast is er een winkelcentrum en maatschappelijk vastgoed (zoals een school en een sporthal/zalenverhuur).

Inwoners gemeente Lingewaard

Een andere doelgroep zijn de overige inwoners van de gemeente Lingewaard. De grootschalige verduurzaming begint in de gemeente Lingewaard in de wijk Zilverkamp. De insteek is dat uiteindelijk alle wijken van de gemeente verduurzamen. Door deze overige inwoners ook mee te nemen in de communicatie kan al een start gemaakt worden met het creëren van draagvlak voor de toekomst.

GEA Wijk van de Toekomst partners

Gelderland klimaatneutraal in 2050. Daar zetten de ruim 250 partners van het netwerk van het Gelders Energieakkoord zich voor in. Binnen dit netwerk worden de krachten gebundeld. Kennis en ideeën worden gedeeld.

Wijkplatforms

In de Zilverkamp zijn twee wijkplatforms (wijkplatform Zilverkamp-Zuid en wijkplatform Holthuysen) actief. Deze wijkplatforms bestaan uit enthousiaste vrijwilligers die in de wijk wonen. Zij zijn de spreekbuis van de bewoners. Deze mensen zijn ambassadeurs van de wijk. Een goede communicatie met de wijkplatforms kan ons helpen bij het in contact komen met de overige bewoners van de wijk.

Samenwerkende partijen

In het project werken diverse partijen met elkaar samen. Denk hierbij aan de werkgroep Duurzaam Zilverkamp, gemeente Lingewaard, woningcorporatie Waardwonen, de wijkplatforms, energiecoöperatie Lingewaard Energie, Waterschap Rivierenland en netbeheerder Alliander. Deze partijen vormen samen de projectgroep Wijk van de Toekomst en zijn de interne doelgroep van dit communicatieplan. Voor het slagen van het project is het van groot belang dat deze partijen met elkaar in gesprek blijven. Dat ze elkaar informeren over waar ze mee bezig zijn. Waar zitten de raakvlakken, waar kunnen ze elkaar versterken en waar spelen verschillende belangen een rol.

Gemeenteraad en college

Niet onbelangrijk in de communicatie is de gemeenteraad en het college. Zij moeten geïnformeerd worden en blijven over de stand van zaken.

2.2. De doelstelling

In dit project is sprake van coproductie (trede 3 van de participatieladder) tussen de bewoners en de verschillende andere partijen. Er zijn meerdere doelstellingen die we willen bereiken met de communicatie. Deze doelstellingen kunnen per doelgroep verschillen. In paragraaf 2.5 kunt u per doelgroep lezen welke doelstelling we bij deze groep willen bereiken.

In het algemeen willen we de volgende doelstellingen in 2020 bereiken:

- We informeren alle doelgroepen minimaal een keer over waar we mee bezig zijn in het kader van de verduurzaming van de wijk Zilverkamp.
- We zijn interactief in gesprek met minimaal 20% van de huishoudens over de verduurzaming van hun wijk.
- We bouwen aan het vertrouwen van minimaal 70% van de bewoners in de oplossingen die geboden worden.
- We stimuleren minimaal 20 bewoners om mee te denken over de plannen.
- We creëren draagvlak bij minimaal 70% van de huishoudens om mee te doen.
- We willen de participatie van de bewoners vergroten zodat meer dan 20 bewoners (ambassadeurs) een bijdrage leveren aan het realiseren van een duurzaam Zilverkamp.

2.3. De boodschappen

Op dit moment spelen er binnen het project Wijk van de Toekomst meerdere deelprojecten.

1. Regeling Reductie Energie (RRE). Kleine energiebesparende maatregelen.
2. Wijk van de Toekomst. Dit project heeft als doel om de wijk uiteindelijk aardgasvrij te maken en komt voort uit het 'Gelders Energieakkoord'.

Een onderdeel van Wijk van de Toekomst is proeftuin aardgasvrije wijken. Een project met als doel om minimaal 500 woningen van het aardgas af te krijgen.

Daarnaast zijn er nog duurzaamheidsinitiatieven van de werkgroep Duurzaam Zilverkamp. Bijvoorbeeld de gezamenlijke inkoop van spouwmuur- en vloerisolatie.

Het draait bij deze projecten allemaal om verduurzaming (gasloos, vermindering van het energieverbruik etc.). Om de communicatiedoelstellingen uit de vorige paragraaf te bereiken is van belang om boodschappen te formuleren. Deze boodschappen kunnen per doelgroep verschillen. De boodschappen worden hier onder toegelicht.

Duurzaam wonen

Duurzaam in de zin van beter voor de toekomst van de aarde is een belangrijke boodschap. Met deze boodschap kan draagvlak gecreëerd worden, maar waarschijnlijk onvoldoende voor veel mensen om echt tot actie over te gaan. Desondanks is dit wel een van de boodschappen.

Het beantwoorden van de 'waarom-vraag' is hierbij erg belangrijk. Waarom is verduurzamen belangrijk en voor wie? Het is belangrijk om consistent te zijn in het benoemen van deze boodschap. De boodschap blijft hierdoor beter hangen en het zorgt ervoor dat de doelgroep minder vatbaar is voor negatieve geluiden. We proberen te voorkomen om de verduurzaming te benoemen als een 'moetje' (regels waar we aan moeten voldoen).

De boodschappen richten zich vooral op het benadrukken wat de veranderingen opleveren. We benadrukken de keuze die ze wel hebben. Bijvoorbeeld *hoe* ze aardgasvrij kunnen wonen. Hierdoor krijgen de mensen een positievere houding.

Comfortabel en gezond wonen

Wat bewoners aanspreekt is het comfortabeler wonen (woongenot). Het verminderen van tocht, vocht, schimmel en een aangener binnenklimaat vormen hierbij een belangrijk aspect. In een goed geïsoleerde woning is prettiger wonen. Daarnaast het beter voor de gezondheid. Bovendien wordt een woning door het wegnemen van gas veiliger.

Slim investeren

Een andere belangrijke boodschap richt zich op het financiële aspect. Zijn de te nemen maatregelen haalbare investeringen of is het kostenplaatje te overzien? En niet geheel onbelangrijk. Is het laagdrempelig? Met andere woorden. Kunnen alle bewoners (ook die met een smallere beurs) mee doen? Daarnaast is het een investering in je woningwaarde. Door investeringen kan je energielabel stijgen en daarmee de waarde van je woning. Bovendien gaan de kosten voor aardgas stijgen en kan gasloos wonen er toe bijdragen dat de energielasten niet fors omhoog gaan.

2.4. De middelen

Zilverkamp kent al diverse bestaande middelen waarmee gecommuniceerd wordt. Voor een groot deel willen we dan ook gebruik maken van de al bestaande communicatiemiddelen. Denk hierbij aan: de weekbladen, de wijkkrant, het energieloket, websites (www.zilverkamphuisen.nl, www.gemeentelingewaard.nl, energieloketlingewaard.nl), Social Media, informatiepunt school, inloopbijeenkomsten van de revitalisering Zilverkamp en wijkontmoetingsbijeenkomsten.

Daarnaast wordt ook gebruik gemaakt van communicatiemiddelen die specifiek voor dit project zijn opgezet. Hierbij kan gedacht worden aan: presentaties, memo's (notities), folders, brochures, nieuwsbrieven, een duurzaamheidskrant (mogelijk als bijlage van de wijkkrant), informatieavonden duurzaamheid, verslagen van de bijeenkomsten van de werkgroep duurzaamheid, enquêtes, mailingen en een excursie naar een proefwijk of een proefwoning.

2.5. Overzicht communicatie per doelgroep

In onderstaande tabel vindt u per doelgroep de doelstelling, de kernboodschap en de middelen die hiervoor gebruikt worden.

Doelgroep	Doelstelling	Boodschap	Middel
Bewoners Zilverkamp	Informeren Interactief in gesprek Stimuleren Creëren draagvlak Participatie vergroten Vertrouwen opbouwen	Nadruk ligt op het comfortabel en gezond wonen en haalbare investering	Folders, brochures, nieuwsbrieven, informatieavond, duurzaamheidskrant, mailing, enquête, excursie, weekbladen, wijkkrant, websites, energieloket, social media, informatiepunt school, inloopbijeenkomst Revitalisering, wijkontmoetingsbijeenkomsten
Ondernemers Zilverkamp	Informeren Interactief in gesprek Stimuleren Creëren draagvlak Participatie vergroten	Nadruk ligt op duurzaamheid en haalbare investering	Folders, brochures, nieuwsbrieven, informatieavond, duurzaamheidskrant, mailing, enquête, excursie, weekbladen, wijkkrant, websites, energieloket, social media
Inwoners gemeente Lingewaard	Informeren Creëren draagvlak voor de toekomst	Nadruk ligt op het comfortabel en gezond wonen en haalbare investering	Weekbladen, websites
GEA Wijk van de Toekomst partners	Informeren Interactief in gesprek	Nadruk ligt op het delen en ophalen van kennis en ideeën	Persoonlijk contact

Wijkplatforms	Informeren Interactief in gesprek Stimuleren Creëren draagvlak Participatie vergroten Vertrouwen opbouwen Informeren Interactief in gesprek Stimuleren Participatie	Nadruk ligt op het comfortabel en gezond wonen en haalbare investering	Folders, brochures, nieuwsbrieven, informatieavond, duurzaamheidskrant, mailing, enquête, excursie, weekbladen, wijkkrant, websites, energieloket, social media, informatiepunt school, inloopbijeenkomst Revitalisering, wijkontmoetingsbijeenkomsten
Gemeente Lingewaard Waardwonen Lingewaard Energie Waterschap Rivierenland Alliander Werkgroep Duurzaam Zilverkamp	Informeren	Gemaakte afspraken, feiten, stand van zaken, planning	Agenda's en verslagen van overleggen
Wethouder	Informeren	Stand van zaken	Presentatie, memo, bilateraal
Raad	Informeren	Stand van zaken	Presentatie, memo

3. Organisatie en planning

3.1. *Organisatie*

Op overkoepelend niveau is de projectgroep Wijk van de Toekomst verantwoordelijk voor de communicatie rondom het thema aardgasloos Zilverkamp. De verantwoordelijkheid van de communicatie van andere verduurzamingsacties ligt afhankelijk van het onderwerp bij een van de deelnemende partijen of een coalitie van meerdere partijen.

Enkele van deze verantwoordelijkheden zijn al vastgesteld.

1. De communicatie richting de huurders van woningen in de Zilverkamp verloopt hoofdzakelijk via woningcorporatie Waardwonen.
2. De communicatie rondom energiebesparende maatregelen wordt hoofdzakelijk opgepakt door de werkgroep Duurzaam Zilverkamp.
3. De communicatie over RRE ligt met name bij de gemeente Lingewaard.

Om consistentie te krijgen in de communicatie-uitingen is eenduidigheid en herkenbaarheid essentieel. Per communicatiemiddel moet gekeken worden wie de afzender en wie de doelgroep is. Daarnaast vindt er afstemming plaats met de algemene communicatielijn (boodschap, vormgeving, middelen) rondom het wijkontwikkelplan Zilverkamp.

3.2. Planning

In onderstaande communicatiekalender is een globale planning gemaakt van de momenten waarop gecommuniceerd wordt. De communicatiekalender wordt aangescherpt als er meer bekend is over de subsidieaanvraag en de activiteiten die ingezet worden om de wijk Zilverkamp duurzamer te maken.

	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Augustus	September	Oktober	November	December
Middelen										
Brochures/flyer			x							
Nieuwsbrief/mailing	x			x			x			x
Social Media	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Duurzaamheidskrant		x						x		
Wijkkrant (4 keer per jaar)		x		x			x		x	
Websites	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Informatieavond	x							X		
Informatiepunt school	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Inloophbijeenkomst Revitalisering		x		x						
Weekkrant (persbericht)	x		x				x		x	
Energie-loket	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Wijkontmoetingsbijeenkomst (2 keer per jaar)										
Presentatie			x						x	
Memo	x		x				x		x	
Agenda's en verslagen	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Excursie				x				x		
Enquête								x	x	

3.3. Begroting

Er is budget beschikbaar vanuit de toegekende aanvraag voor het project Wijk van de Toekomst. Als het nodig is kan er een extra budget aangevraagd worden vanuit bijvoorbeeld Wijk van de Toekomst. Als de bijdrage voor de Proeftuin wordt toegekend kan ook van hieruit een communicatiebudget worden aangevraagd.

Ook worden veel uren ingebracht door de vrijwillige inzet van de bewoners/deelnemers uit de wijk.

Voor een deel wordt gebruik gemaakt van bestaande communicatiemiddelen. De kosten hiervoor zijn te verwaarlozen. Communicatiemiddelen die mogelijk kosten met zich meebrengen zijn:

- Folders
- Brochures
- Nieuwsbrieven
- Mailingen
- Enquête
- Duurzaamheidskrant
- Informatieavonden
- Excursie naar proefwoning/proefwijk

3.4. Risico's

Communicatie die niet op de juiste manier wordt uitgevoerd kan risico's met zich meebrengen. De mogelijke risico's voor dit project zijn:

- Bewoners krijgen te veel informatie of er wordt te veel gezocht naar draagvlak en participatie waardoor ze duurzaamheids-moe kunnen worden.
- Het teveel communiceren van inhoudelijk (technische) informatie kan ervoor zorgen dat de informatie te complex wordt waardoor mensen afhaken.
- Onvolledige of onduidelijke informatie kan leiden tot argwaan en angst voor wat komen gaat onder de bewoners.
- Onduidelijkheid over de rollen van de verschillende deelnemende partijen waardoor acties niet of misschien juist dubbel worden opgepakt.
- Te weinig afstemming tussen de verschillende deelnemende partijen waardoor de uit te dragen boodschap niet eenduidig, helder en actueel is.

Deze risico's kunnen geminimaliseerd worden door het communicatieplan goed af te stemmen met de deelnemende partijen. De deelnemende partijen zijn: werkgroep duurzaam Zilverkamp, Gemeente Lingewaard, Waardwonen, het Waterschap, netbeheerder Alliander en Lingewaard Energie. De taken en verantwoordelijkheden met betrekking tot de communicatie moeten duidelijk worden vastgelegd (zie paragraaf 3.1). Daarnaast moet alert gereageerd worden op signalen die door de bewoners en ondernemers worden afgegeven en moet de communicatie door eventueel op worden afgestemd. De informatie moet eenduidig en consistent zijn om te voorkomen dat mensen achterdochtig worden.

3.5. Monitoring en evaluatie

Om de doelstellingen te behalen is het van belang om tussentijds te monitoren. De doelstellingen zelf worden eens per kwartaal gemonitord. Per doelstelling wordt vastgesteld of de realisatie op schema ligt en of er bijsturing nodig is. Daarnaast wordt maandelijks de voortgang bewaakt van de uitvoering van de communicatiekalender. Als afgeweken wordt van de communicatiekalender wordt de reden hiervan toegelicht.

In het laatste kwartaal van 2020 vindt een evaluatie plaats om vast te stellen hoe de communicatie door de verschillende doelgroepen wordt ervaren. Deze doelgroepen worden hierover bevraagd. Vervolgens vindt er een eindevaluatieplaats met een vertegenwoordiging van de deelnemende partijen.

COMMUNICATIEPLAN VOOR EEN DUURZAAM ZILVERKAMP

Comfortabel en gezond wonen in De Zilverkamp

<p>DOELGROEP</p> <p><i>Extern</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bewoners Zilverkamp ▪ Ondernemers Zilverkamp ▪ Inwoners gemeente Lingewaard ▪ GEA-Wijk van de Toekomst partners <p><i>Intern</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wijkplatforms ▪ Gemeente ▪ Wethouder ▪ Raad ▪ Waardwonen ▪ Lingewaard energie ▪ Waterschap Rivierenland ▪ Alliander ▪ Werkgroep Duurzaam 	<p>DOELSTELLING</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <u>Informer</u>en doelgroepen ▪ Interactief <u>in gesprek</u> met bewoners ▪ Opbouwen <u>vertrouwen</u> bewoners ▪ <u>Stimuleren</u> bewoners om mee te denken ▪ <u>Draagvlak creëren</u> bij bewoners om mee te doen ▪ <u>Participatie</u> vergroten 	<p>MIDDELEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Weekbladen ▪ Wijkkrant ▪ Duurzaamheidskrant ▪ Energieloket ▪ Flyer/brochure ▪ Presentatie ▪ Nieuwsbrieven ▪ Bestaande websites ▪ Social Media ▪ Informatiepunt school ▪ Agenda en verslagen vergaderingen ▪ Informatieavonden duurzaamheid ▪ Wijkontmoetings-bijeenkomsten ▪ Inloopbijeenkomsten Revitalisering ▪ Excursie proefwijk/proefwoning ▪ Enquêtes ▪ Mailingen ▪ Memo 	<p>PLANNING 2020</p> <p>In een aparte communicatiekalender is een jaarplanning voor 2020 opgenomen. Met daarin de activiteiten afgezet tegen de maanden maart t/m december.</p>	<p>FINANCIEN</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Budget beschikbaar. ▪ Indien nodig wordt extra budget aangevraagd. ▪ Voor een deel wordt gebruik gemaakt van bestaande middelen en zijn de kosten nihil. ▪ Middelen die mogelijk kosten met zich meebrengen zijn: <ul style="list-style-type: none"> ○ Folders ○ Brochures ○ Nieuwsbrieven ○ Mailingen ○ Enquête ○ Duurzaamheidskrant ○ Informatieavonden ○ Excursie naar proefwoning/proefwijk
<p>RISICO'S</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bewoners worden duurzaamheids-moe ▪ Te veel inhoudelijke (technische) communicatie ▪ Argwaan en angst voor wat komen gaat ▪ Onduidelijkheid over de rollen van de verschillende deelnemende partijen ▪ Niet eenduidige, heldere en actuele boodschap door te weinig afstemming tussen de deelnemende partijen 		<p>MONITORING EN EVALUATIE</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Maandelijks bewaken voortgang uitvoering communicatiekalender ▪ Per kwartaal bewaken voortgang realisatie doelstellingen ▪ Derde kwartaal 2020 evaluatie bewoners ▪ Eindevaluatie 2020 ▪ Vaststellen vervolg communicatie in 2021 		