

'Meer inzicht in je **watergebruik** betekent **beter** kunnen **sturen**'

Sinds 2024 werken de drinkwaterbedrijven binnen het Nationaal Plan van Aanpak Drinkwaterbesparing aan het bereiken van concrete besparingsdoelstellingen voor (drink)watergebruik – samen met overheden, koepels van particuliere en zakelijke watergebruikers, de bouw- en installatiesector en de woningbouwcorporaties. Uiteindelijk moet iedereen in Nederland minder drinkwater gaan gebruiken. De focus en de wijze waarop drinkwaterbedrijven dat stimuleren, verschilt van bedrijf tot bedrijf. Deel 2 van een vijfluk: Brabant Water en Evides.



Citaat uit Kamerbrief 'Water en Bodem sturend' (2022)

'We werken toe naar een drinkwatergebruik per hoofd van de bevolking van 100 liter in 2035 (thans 125 liter) en beperken laagwaardig gebruik van drinkwater. Grootverbruikers vragen we het drinkwatergebruik met 20% te reduceren. Zo beperken we het effect van toename van de watervraag in relatie tot de schaarsere beschikbaarheid van water.'

Evides: 'Aandacht voor de waarde van water'

Kitty Schieck is campagnemanager Waterbewustzijn bij Evides Waterbedrijf. Hoe pakt zij het onderwerp 'waterbesparing' op? Schieck: 'Evides vindt een zorgvuldige omgang met drinkwater heel belangrijk. Tegelijkertijd heeft Evides tussen nu en 2030 geen knelpunten in de levering van drinkwater. Na 2030 voorzien we – als we niets zouden doen – in Midden-Zeeland wel een mogelijk drinkwatertekort. Daarom zijn wij enige tijd geleden begonnen met de capaciteitsvergroting van ons leidingstelsel vanuit de Biesbosch en starten we dit jaar nog met de bouw van een nieuwe drinkwaterzuivering in Midden-Zeeland en bijbehorend leidingtracé. Daarmee kunnen we de groeiende watervraag in ons verzorgingsgebied in de toekomst goed aan.'

‘Drinkwater is niet duur, wel kostbaar’



Kitty Schieck (Evides).

Drinkwaterbewustzijn

Uiteraard heeft ook Evides zich geëngageerd aan de besparingsdoelstellingen van het Nationaal Plan van Aanpak Drinkwaterbesparing in 2035: 'Mensen zien drinkwater vaak als een vanzelfsprekendheid, waardoor het niet zo bijzonder lijkt. Wat in je hoofd niet veel waarde heeft, geeft weinig urgentiegevoel om er zuinig mee om te gaan. Dat willen we doorbreken. In onze aanpak staat het vergroten van het drinkwaterbewustzijn dan ook centraal.'

'Dat doen we richting onze bestaande grootzakelijke klanten bijvoorbeeld door het gesprek aan te gaan. Dan kijken we naar wat ze nodig hebben en waarom, en bespreken besparingsmogelijkheden en alternatieve bronnen. We denken vanuit het principe 'het juiste water voor de juiste toepassing'. Wat daarbij helpt, is dat het Rijk de Belasting op Leidingwater (BoL) recent heeft aangepast. In twee stappen wordt het belastingvrije verbruik uitgefaseerd, zodat iedereen straks over het volle drinkwaterverbruik belasting gaat betalen. Dit is voor grote klanten een flinke financiële prikkel om kritisch naar hun drinkwatergebruik te kijken, want tot dit jaar hoefden zij boven 300 m³ geen belasting te betalen.'

Stappenplan en waterscan

Voor nieuwe grootzakelijke drinkwaterklanten of grote capaciteitsuitbreidingen bij bestaande afnemers werkt Evides via een stappenplan met drie invalshoeken: welke bron is beschikbaar, wat is de productiecapaciteit hier en wat kan het distributienetwerk aan? 'Hierop baseren we een advies over de optimale manier voor een bedrijf om duurzaam en zuinig met drinkwater om te gaan. Ook adviseren we nieuwe klanten om met een gespecialiseerd ingenieursbureau een waterscan uit te voeren en daarmee aan de slag te gaan.'

Klantonderzoek

Richting de consument voert Evides al jaren besparingscampagnes met tips en acties. Schieck: 'Naar aanleiding van het Nationaal Plan van Aanpak Drinkwaterbesparing hebben wij een gericht klantonderzoek laten uitvoeren naar het waterbewustzijn en de wil tot besparen bij onze consumenten. Hieruit bleek dat onze klanten zichzelf gemiddeld een 7,5 geven voor hun waterbewustzijn. Ook geven ze aan dat ze al echt hun best doen, zoals korter douchen, de kleine spoelknop van de wc gebruiken, kraan dicht tijdens tandenpoetsen, enzovoort. Maar uit het onderzoek blijkt ook dat er een grens is aan hoeveel comfort mensen willen inleveren voor waterbesparing: nóg korter of minder vaak douchen, of water opvangen voor hergebruik vindt men bijvoorbeeld vaak nog te ver gaan. Dat is belangrijk om te weten, want dat geeft aanknopingspunten voor je campagneboodschappen.'

Regionale campagne

Gebaseerd op deze onderzoeksresultaten start Evides daarom – naast de nationale publiekscampagne – een eigen, regionale campagne, gericht op gedragsverandering op langere termijn. Schieck: 'Wij willen het urgentiegevoel om zuinig om te gaan met drinkwater verhogen, door mensen meer te laten beseffen hoe waardevol schoon drinkwater is. Dat begint met meer kennis over wat er allemaal nodig is om drinkwater te produceren en hoe bijzonder ons drinkwater eigenlijk is. Uiteindelijk moet dat uitmonden in het actief bewuster omgaan met water door de consument, vanuit een intrinsieke motivatie.'



Hanneke van de Ven (Brabant Water).

Brabant Water: 'Beter sturen door meer inzicht'

Bij Brabant Water is waterbesparing strategisch stevig verankerd, vertelt Hanneke van de Ven, die als sectordirecteur Distributie dit onderwerp in haar portefeuille heeft. 'Met onze nieuwe strategie 'Op reis' willen wij aansluiting houden bij de veranderende omgeving waarin wij opereren. Onze bronnen staan onder druk en wij zoeken actief naar nieuwe opties, zoals brak of zout water. Duurzaam omgaan met het beschikbare water en waterbesparing zijn daar onlosmakelijk mee verbonden.'

'Bij bestaande grootzakelijke afnemers werken we aan waterbewustzijn, via gesprekken die onze accountmanagers met hen voeren en via concrete waterscans. Bij nieuwe aansluitingen of nieuwe klanten kun je dit meteen aan de voorkant bespreken, dan kan dat veel opleveren. Een mooi voorbeeld is een industriële ontwikkeling, waarvoor een grote drinkwatervraag bij ons binnenkwam. In gesprekken bleek dat de toepassing voor bijvoorbeeld koelwater niet per se om drinkwater als bron vraagt. In dit geval lag er een oppervlaktewaterbron pal naast de locatie die een geschikte bron bleek voor een groot deel van het benodigde water. Hierdoor was er fors minder drinkwater nodig. Omdat we hier vroeg in het ontwikkeltraject betrokken waren, kan deze oplossing goed worden ingepast in de plannen.'

‘Jong geleerd, oud gedaan’

Een ander voorbeeld is Bedrijventerrein Zuidoost Brabant in Helmond. Van de Ven: 'Hier bereiken we een besparing van zo'n 400.000 m³ drinkwater per jaar door samen met enkele bedrijven een grijswatercircuit te realiseren. Een lokale waterfabriek produceert uit een kanaal proceswater voor enkele toepassingen bij de deelnemers. Dit soort initiatieven zijn zeer belangrijk, zeker als je weet dat wij in delen van ons verzorgingsgebied momenteel eigenlijk geen nieuwe grote bedrijfsaansluitingen kunnen realiseren.'

Bij consumenten probeert Brabant Water op het gebied van kennis, houding én gedrag iets te bereiken. 'Zo vinden ruim 100.000 bezoekers per jaar op ons online waterbesparingsplatform tips en trucs om zelf water te besparen. Daarnaast voeren we door het jaar heen publiekscampagnes, gericht op concrete gedragsveranderingen, zoals korter douchen, (af)wasmachines alleen vol laten draaien of de aanschaf van een regenton.'

Slimme watermeters

Ze vervolgt: 'Wij denken dat inzicht in je waterverbruik een randvoorwaarde is voor het aanpassen van houding en gedrag. Als je weet wanneer je hoeveel water verbruikt en wat dat kost, ga je vanzelf nadenken over opties. Eigenlijk net zoals je nu al ziet op het gebied van elektriciteit: veel mensen hebben een app in hun telefoon die aangeeft hoeveel hun zonnepanelen opleveren, hoeveel hun verbruik is, enzovoort. Het zou mooi zijn als wij met water diezelfde kant opgaan. Wij zijn ook voorstanders van het installeren van slimme meters bij onze klanten, omdat die inzicht bieden in verbruik en helpen het waterbewustzijn te vergroten. Daarom doen we daar in een pilot ervaring mee op.'

Lokale projecten en voorlichting

Zelf geeft Brabant Water het goede voorbeeld door structureel via monitoring in een digitale tweeling van het leidingnet lekverliezen tegen te gaan, en door het terugwinnen van spoelwater op productielocaties. Daarnaast zijn er verschillende lokale projecten: 'Zo besparen we in Bergen op Zoom jaarlijks 10.000 m³ drinkwater door sportvelden te beregenen met spoelwater van een nabijgelegen drinkwaterproductielocatie. Bij dit soort projecten spelen onze eigen medewerkers een belangrijke rol, zowel voor het aandragen van ideeën als bij de uitvoering ervan. Verder staan we regelmatig voor een klas scholieren om over drinkwaterbesparing te praten, onder het motto 'Jong geleerd is oud gedaan!'