



Versnellingsaanpak

Asbestdakensanering

Plan van aanpak bewustwording en communicatie sanering asbestdaken

Definitief
25 - 11 - 2022

Colofon & werkwijze

Dit document is opgesteld op basis van de voorbereiding door een werkgroep van de ambassadeurs. Deze werkgroep bestaat uit:

- Milieu Centraal
- Provincie Utrecht
- Stichting Ruimtevitaal Regisseurs

De werkgroep wordt ondersteund door het Programmabureau.

Werkwijze

Het concept van dit document is door de werkgroep samengesteld en vervolgens in twee bijeenkomsten met ambassadeurs of hun ambtelijke vertegenwoordigers besproken (13 en 20 oktober 2022). Het commentaar van deze bijeenkomsten is door het Programmabureau verwerkt. Het document (versie 25 oktober 2022) is op 28 oktober 2022 voorgelegd aan de ambassadeurs van de samenwerking. Zij hebben het plan omarmd. Na 28 oktober is het ontvangen commentaar verwerkt en is het eindconcept nogmaals voorgelegd aan de ambassadeurs. Dit laatste commentaar is ook verwerkt en heeft tot deze definitieve versie geleid.

Samenvatting

Asbestdaken verweren

Een asbestdak bestaat uit cement en asbestvezels in de vorm van golfplaten of leien. Door veroudering verweert dat cement en komen er asbestvezels vrij. Deze schadelijke vezels komen van het dak in de lucht, in de dakgoot en/of op de grond terecht. Dit leidt tot een voortdurende en ongecontroleerde verspreiding van asbestvezels in de leefomgeving. Dit gebeurt ook bij brand of weersinvloeden zoals hagel of storm. Asbestdaken zijn nu de grootste bron van asbestvezels in de lucht. Blootstelling aan asbestvezels kan vooral leiden tot [mesotheliom](#) (longvlieskanker) en longkanker. Beiden zijn zeer dodelijke ziektes. Volgens het RIVM en het ministerie van IenW leidt de blootstelling aan asbest in Nederland in het verleden tot circa 1.200 doden per jaar¹.

Vanaf 1 juli 1993 is het wettelijk verboden om asbesthoudende producten als materiaal te gebruiken. Dit verbod werd effectief per 1994. De huidige daken liggen er dus al circa 30 jaar of langer. Daarmee zijn ze aan het einde van hun financiële én technische levensduur.

Brief van de staatssecretaris aan de Tweede Kamer & opvolging

Op 17 juni 2022 heeft staatssecretaris mevrouw Heijnen in een [brief](#) aan de Tweede Kamer aangekondigd dat ze specifiek voor bewustwording en communicatie rondom de aanpak van asbestdaken voor drie jaren 3 miljoen euro per jaar beschikbaar stelt. Onder andere wil ze graag een campagne voor bewustwording en communicatie starten. De ambassadeurs van de samenwerking in de aanpak van asbestdaken worden hierbij actief betrokken.

Plan van aanpak bewustwording en communicatie sanering asbestdaken

Dit plan van aanpak is een advies/voorstel voor een campagne bewustwording en communicatie. Het kan gezien worden als een basisdocument voor een campagne met daarbij de nodige onderbouwing en ideeën ter ondersteuning. Het document bestaat uit achtergrondinformatie, context en inzicht in de aanpak en de doelgroepen, betrokkenen die een rol spelen in de aanpak, een voorstel voor de opzet van een campagne en meer inhoudelijke en feitelijke informatie en ervaringen die voor zo'n campagne gebruikt kunnen worden.

Doel van de campagne bewustwording en communicatie

Het doel van campagne is de sanering van asbestdaken versnellen, zodanig dat binnen een afzienbare termijn (dit decennium) deze daken uit Nederland zijn verdwenen. Het advies is om de campagne te richten op het stimuleren van asbestdakeigenaren om het asbestdak zo snel mogelijk te saneren en/of vervangen. De eigenaren moeten geïnformeerd worden en dan 'uit hun stoel komen' om aan de slag te gaan. Met het huidige tempo van ongeveer 6 miljoen m² per jaar en nog zo'n 80 miljoen m² te gaan (eind 2021), duurt het nog tot 2034 voordat alle daken zijn gesaneerd. Het doel van de campagne is om de datum van 2034 naar voren te halen.

Rode draad van de campagne

Het voorstel is om een gelaagde campagne uit te rollen die bestaat uit een [publiekscampagne](#) gericht op de asbestdakeigenaren zelf en een [aanvullende informatiecampagne](#) voor de omgeving/beïnvloeders van de eigenaar. De publiekscampagne heeft binnen de campagne een algemene boodschap voor alle asbestdakeigenaren én verdiepende (sub)boodschappen voor diverse (sub)doelgroepen en soorten asbestdakeigenaren.

¹ Deze doden zijn het gevolg van alle vormen van asbest, niet alleen asbestdaken. Met name blootstelling aan asbest in het verleden heeft tot slachtoffers geleid. Ter vergelijking: in 2021 vielen er 582 verkeersdoden

De **aanvullende informatiecampagne** richt zich op de omgeving en de beïnvloeders van de eigenaren zodat zij zelf hun rol kunnen pakken in de campagne. Het voorstel is om de omgeving en de beïnvloeders te voorzien van informatiepakketten zodat zij via eigen kanalen en middelen ook de asbestdakeigenaren kunnen bereiken en motiveren. Op deze manier wordt de boodschap(pen) zoveel mogelijk gelijktijdig en eenduidig door iedereen op een actieve manier uitgedragen.

Doelgroepen campagne

Het voorstel voor de campagne is om zich te richten op een aantal in het plan benoemde doelgroepen. De overwegingen voor deze keuzes zijn:

- Bij de doelgroep liggen veel asbestdaken, of
- De risico's bij deze doelgroep zijn groot door relatieve nabijheid in de leefomgeving.
- De doelgroep is relatief eenvoudig te bereiken.

PARTICULIEREN

- Woningeigenaar met een asbesthoudend dak op hun woning.
- Woningeigenaar met een schuurtje met een asbestdak (< 35 m²).
- Voormalige agrarische bedrijven (VAB's) met één of meerdere schuren met een asbestdak (>> 35 m²)².
- Particulieren die een woning of pand met asbestdak(en) hebben gekocht dat voorheen een agrarische bestemming had (>> 35 m²).

BEDRIJVEN

- Agrarische actieve bedrijven die overwegen te stoppen, met stallen/schuren met asbestdaken.
- Woningbouwcorporaties met woningen of schuurtjes met asbestdaken.

De overige doelgroepen liften mee met de campagne. Daar wordt niet actief op ingezet. Agrarische bedrijven die doorgaan met hun bedrijf, zullen de sanering van asbestdaken kunnen meenemen in hun bedrijfsplannen. De problematiek rond de financiering ligt dan eenvoudiger: het is onderdeel van de bedrijfsvoering.

De eigenaar en zijn omgeving

Jarenlang werken aan de stimulering van de sanering van asbestdaken heeft de ambassadeurs geleerd dat een asbestdak pas wordt gesaneerd als alle seinen op groen staan en alle twijfel bij de eigenaar weg is. De omgeving (context) en alle beïnvloeders rondom elke asbestdakeigenaar kunnen dat helpen bevorderen. Zij hebben elk hun eigen beweegredenen om asbestdakeigenaren te informeren over de voordelen van een sanering. Enkele voorbeelden van beïnvloeders: overheden, aannemer, accountant, bank, gemeente, makelaar, notaris, verzekeraar, erfbetreders, et cetera.

Binnen de campagne is het raadzaam om asbestdakeigenaren duidelijk te maken dat de regels voor het (zelf) saneren van asbestdaken niet zullen wijzigen en daardoor saneren niet eenvoudiger of goedkoper wordt. Hiermee vervalt een argument om de sanering van het asbestdak uit te stellen.

² Qua oppervlakte liggen de meeste m² asbestdaken op schuren met een (voormalige) agrarische bestemming.

Informereren

De eigenaar van het dak is de enige die bepaalt of en wanneer een asbestdak wordt gesaneerd. Dat is afhankelijk van persoonlijke omstandigheden en wensen van de eigenaar en zijn kennis over (de sanering) van asbestdaken. Binnen de **aanvullende informatiecampagne** is het verstandig om in ieder geval de volgende thema's op te nemen:

- duidelijkheid voordelen en kansen (verleiden)
- duidelijkheid risico's asbestdak
- duidelijkheid kosten (waar ben ik aan toe én hoe weet ik of een offerte redelijk is)
- duidelijkheid over hoe pak ik dat nou aan?
- duidelijkheid regelgeving
- duidelijkheid over kansen van het asbestdak

De campagne zal het meest effectief zijn bij continuïteit van regelgeving en bij financiële ondersteuning van partijen die bij de campagne en de uitvoering van de sanering zijn betrokken.

De campagne verandert afhaakmomenten in aanhaakmomenten.

Leeswijzer

Dit document is opgesteld ter voorbereiding van een publiekscampagne gericht op bewustwording en communicatie om de sanering van asbestdaken te versnellen. De campagne richt zich zowel op de asbestdakeigenaar als de omgeving en beïnvloeders waarmee de eigenaar te maken heeft.

Het doel van dit document is om de kennis over (de aanpak van) asbestdaken en het proces om tot een sanering te komen, samen te voegen. Met deze informatie kan door een extern en gespecialiseerd bureau de campagne worden opgezet en uitgevoerd.

Het document bevat informatie die voor een helder overzicht in vier delen is opgeknipt. Vooral de eerste twee delen geven een beeld van de beoogde campagne bewustwording en communicatie. De delen drie en vier bevatten de nodige achtergrondinformatie.

- **Deel 1: De eigenaar en de omgeving daarvan.** Dit bevat een introductie van (de aanpak van) asbestdaken, een analyse van de doelgroepen en een beschrijving van de beïnvloeders waarmee de eigenaar te maken krijgt of kan krijgen.
- **Deel 2: De opzet van de campagne.** Op basis van deel 1 is een doorkijk gemaakt naar een voorstel voor de opzet van een campagne. Hierin zijn de ideeën van de ambassadeurs gebundeld over wat als meer en minder succesvol wordt gezien.
- **Deel 3: De diepte in.** Dit deel bevat achtergrondinformatie over de risico's van asbest, de kosten voor het saneren en de regels voor het saneren van asbestdaken.
- **Deel 4: Bijlagen.** Hierin is het kader opgenomen dat door het ministerie van IenW is opgesteld voor de campagne. Ook bevatten de bijlage een toelichting op de samenwerking door de ambassadeurs van de samenwerking.

Inhoud

Pagina

DEEL 1: DE EIGENAAR EN DE OMGEVING DAARVAN

1	Asbestdaken gaan niet vanzelf weg!	9
1.1	<i>Eigenlijk verdwijnen ze wel vanzelf... ..</i>	9
1.2	<i>Asbestdak als kans</i>	9
1.3	<i>Kamerbrief asbestdakenbeleid van 17 juni 2022</i>	10
1.4	<i>Een asbestdak verdwijnt alléén als de eigenaar dat wil.....</i>	10
1.5	<i>Een effectieve aanpak & campagne.....</i>	11
1.6	<i>Betrokkenheid ambassadeurs bij de campagne.....</i>	13
1.7	<i>Het doel van de campagne.....</i>	13
2	Aanleiding voor een campagne	14
2.1	<i>Asbest is gevaarlijk.....</i>	14
2.2	<i>Asbestdaken in historisch perspectief</i>	15
3	De doelgroepen en de omgeving daarvan	17
3.1	<i>Doelgroepen: de eigenaren van een asbestdak</i>	17
3.2	<i>De omgeving van een eigenaar.....</i>	18
3.2.1	<i>Vertegenwoordigers van eigenaren</i>	18
3.2.2	<i>Adviseurs</i>	19
3.2.3	<i>Marktpartijen</i>	19
3.2.4	<i>Overheden en anderen</i>	20
3.2.5	<i>Sociale omgeving.....</i>	20
3.2.6	<i>Toezicht en handhaving</i>	21
3.2.7	<i>Overig</i>	21
3.3	<i>Focus op een aantal doelgroepen</i>	22
4	Saneren als tussenstap voor een eigenaar	23
4.1	<i>Informereren, motiveren en faciliteren</i>	23
4.1.1	<i>Informereren</i>	24
4.1.2	<i>Motiveren.....</i>	25
4.1.3	<i>Faciliteren.....</i>	25
4.2	<i>De campagne en de samenwerking: parallele sporen.....</i>	27
5	De omgeving	28
5.1	<i>Eigenaren, marktpartijen en adviseurs</i>	28
5.2	<i>De situatie van de eigenaar.....</i>	28
5.3	<i>Situatie rondom de eigenaar.....</i>	30
6	Koppelkansen	31

DEEL 2: OPZET VAN DE CAMPAGNE

7	Hoofdonderdelen van de campagne	34
7.1	<i>Het idee achter de campagne</i>	34
7.2	<i>Parallel</i>	35
8	Communicatiesporen en opzet van de campagne	37
8.1	<i>Inleiding</i>	37
8.2	<i>Actief uitdragen</i>	38
8.2.1	<i>Goed voorbereiden</i>	41
8.2.2	<i>Goed voorbeeld doet goed volgen</i>	41

DEEL 3: DE DIEPTE IN

9	Risico's van asbestdaken	44
9.1	<i>Onderzoeken</i>	44
9.2	<i>Praktische betekenis</i>	44
9.3	<i>Hoeveelheid te saneren asbestdaken en tempo van saneringen</i>	45
10	Regels voor het saneren van asbestdaken	48
10.1	<i>Duidelijkheid over regels helpt</i>	48
10.2	<i>Minder dan 35 m² asbestdak en particulier</i>	48
10.3	<i>Meer dan 35 m² asbestdak en particulier</i>	49
10.4	<i>Zakelijk eigenaar van een asbestdak</i>	50
11	Kosten van het saneren van asbestdaken	51
11.1	<i>Duidelijkheid over kosten</i>	51
11.2	<i>Factoren die van invloed zijn op de kosten(posten)</i>	51
11.3	<i>Vuistregels voor de kosten</i>	52
11.4	<i>Keten en handelingsperspectief</i>	52
	<i>Willen, opportuun, moeten en nu, op termijn, ooit</i>	63
	<i>Willen saneren</i>	64

DEEL 4: Bijlagen

- Bijlage 1:** Kaders ministerie van IenW - plan van aanpak bewustwording en communicatie sanering asbestdaken
- Bijlage 2:** Samenwerking van de ambassadeurs
- Bijlage 3:** Risico's van asbestdaken
- Bijlage 4:** Een verdere verdieping op motivatie



Versnellingsaanpak

Asbestdakensanering

Plan van aanpak bewustwording en communicatie sanering asbestdaken

Definitief
25 - 11 - 2022

Deel 1: de eigenaar en de omgeving

Deel 2: opzet van de campagne

Deel 3: de diepte in

Deel 4: bijlagen

1 ASBESTDAKEN GAAN NIET VANZELF WEG!

1.1 Eigenlijk verdwijnen ze wel vanzelf...

Asbestdaken verdwijnen eigenlijk wél vanzelf. En dat is nu precies het probleem. Asbestdaken bestaan uit een mengsel van cement en asbestvezels. Dat cement verouderd, verweert en breekt af. Op dat moment komen er asbestvezels vrij. Dat gebeurt ook bij brand, hagel of storm. Op dat moment komen er delen van het dak of asbestvezels in de dakgoot of op de grond terecht. Dit alles leidt tot een voortdurende en ongecontroleerde verspreiding van asbestvezels in de leefomgeving.



Deze vezels zijn schadelijk voor de gezondheid. Blootstelling aan asbestvezels kan vooral leiden tot [mesothelioom](#) (longvlieskanker) en longkanker. Beiden zijn zeer dodelijke ziektes. Patiënten overlijden dus vrijwel altijd. Asbest is daarom gevaarlijk. Vooral voor mensen die met asbest werken, maar ook voor mensen die dicht bij een asbestdak wonen, recreëren, sporten et cetera.

Volgens het RIVM leidt asbest tot ongeveer 1.200 doden per jaar³. Asbestdaken zijn nu de grootste bron van asbestvezels naar de leefomgeving. Verdergaande verwerking leidt zonder twijfel tot meer uitstoot van vezels in de lucht. Vanaf 1 juli 1993 mogen asbesthoudende producten niet meer worden gebruikt. Asbestdaken zijn op dit moment dus ongeveer 30 jaar of ouder. Daarmee zijn ze aan het einde van hun financiële én technische levensduur. Op dit moment is er ook geen (zicht op een) verbod op asbestdaken

1.2 Asbestdak als kans

Een asbestdak is behalve gevaarlijk, ook een kans. Die kans ontstaat of wordt gecreëerd als een asbestdak wordt gesaneerd én of vervangen door een nieuw dak. Asbestdaken kunnen na sanering op een positieve manier bijdragen aan de energietransitie en de transitie van het platteland en buitengebied. Ze kunnen zelfs aanleiding zijn voor deze transities en andere maatschappelijke opgaven zoals verduurzaming en de stikstofaanpak.

Asbestdaken liggen op woningen, schuurtjes, stallen en schuren. Deze daken kunnen na sanering geïsoleerd worden, een nieuw dak krijgen met zonnepanelen of een groen dak worden. Maar ook als asbesthoudende golfplaten van een klein schuurtje in de achtertuin worden vervangen door nieuwe golfplaten, is dat winst. Het gezondheidsrisico is dan weg.

Bij de landbouwtransitie heeft men regelmatig te maken met oude niet meer te gebruiken schuren met een asbestdak. De daken saneren of vervangen of de schuur slopen, lost dit op. De waarde stijging blijkt vaak groter te zijn dan de saneringskosten.

³ Deze doden zijn het gevolg van alle vormen van asbest, niet alleen asbestdaken. De doden komen met name door blootstelling aan asbest in het verleden. Ter vergelijking: in 2021 vielen er 582 verkeersdoden.

1.3 Kamerbrief asbestdakenbeleid van 17 juni 2022

Op 17 juni 2022 heeft staatssecretaris mevrouw Heijnen een [brief](#) naar de Tweede Kamer gestuurd over het asbestdakenbeleid. Hierin kondigt zij aan dat ze een campagne bewustwording en communicatie wil starten. Voor de komende drie jaren wordt hiervoor 3 miljoen euro per jaar beschikbaar gesteld. Het kader hieronder laat dit deel van de brief zien.

De ambassadeurs en het Programmabureau hebben enkele suggesties voor het vervolg aangedragen en met enkelen van hen heeft nadien ook nader overleg plaatsgevonden. Deze suggesties komen in essentie neer op het verder uitbreiden van de gekozen aanpak van vrijwillig stimuleren zoals vastgelegd in de samenwerkingsverklaring. Een aanpak die niet geleid heeft tot de gewenste versnelling van de saneringen. Ik wil daarom scherper kijken waar ik in het kader van het saneren van asbestdaken de Rijksmiddelen op wil inzetten. Alles overwegende ben ik tot de conclusie gekomen dat de grootste toegevoegde waarde van de toekomstige Rijksinzet naast de financiering van het Programmabureau zal liggen in het stimuleren van vrijwillige saneringen door gerichte communicatie en bewustwordingscampagnes. Ik zal hiervoor in de periode 2023-2025 jaarlijks 3 miljoen euro beschikbaar stellen. En ben voornemens de asbestambassadeurs actief te betrekken bij de precieze besteding van die middelen. Na 2025 volgt dan een evaluatie. Vanzelfsprekend zal het saneringstempo blijvend worden gemonitord en ik zal uw Kamer van de voortgang op de hoogte houden.

De uitspraken van de staatssecretaris betekenen concreet dat er een campagne opgezet moet worden. Ze geeft in haar brief ook aan dat ze de ambassadeurs (zie bijlage 2 voor meer informatie over het samenwerkingsverband en de ambassadeurs) actief wil betrekken bij dit proces en de precieze besteding van de middelen.

Dit document is opgezet ter onderbouwing van hoe de middelen het meest effectief kunnen worden ingezet voor deze campagne. Als Programmabureau en ambassadeurs geven we hierin weer hoe wij deze campagne voor ons zien op basis van jarenlange ervaring, met daarbij belangrijke achtergrondinformatie en praktische suggesties. We hebben alle relevante informatie die nodig is voor zo'n campagne in dit plan van aanpak gebundeld.

1.4 Een asbestdak verdwijnt alléén als de eigenaar dat wil

De eigenaar van het asbestdak is de enige die bepaalt wanneer een asbestdak wordt gesaneerd. Of en wanneer dat gebeurt, is afhankelijk van nogal wat omstandigheden (de context):

- **Gevaarlijk:** Ten eerste moet de eigenaar weten dat asbest gevaarlijk is. En dat risico moet de eigenaar goed inschatten, niet onderschatten.
- **Geld:** Uiteraard moet er geld zijn (eigen geld, geleend geld of perspectief van waardestijging of opbrengsten van zonnepanelen) om te saneren. Er moet een perspectief zijn dat investeren in saneren van het dak zin heeft.
- **Omgeving:** In de aanpak is de omgeving van de eigenaar van essentieel belang. En dan hebben we het over de sociale omgeving van een eigenaar, maar ook over overheden en adviseurs.

De omgeving is van grote invloed op een eigenaar. Als de burensaneren en een mooi nieuw dak met zonnepanelen krijgen, dan is een eigenaar geneigd om daar te gaan kijken en eens te horen hoe dat werkt en wat het oplevert. Dit is betrouwbare informatie, makkelijk verkrijgbaar en met direct zichtbaar resultaat.

Als een makelaar zegt dat het saneren van een dak beter is voor de verkoop én goed uitvoerbaar is, dan helpt dat. En als de accountant, de bank, de verzekeraar, de notaris en de gemeente dat ook zeggen, dan helpt dit allemaal om de geesten rijp te maken om te gaan saneren. Eigenaren willen informatie van partijen/beïnvloeders die ze kunnen vertrouwen. Zij moeten allemaal hetzelfde zeggen. Dat betekent dat de partijen/beïnvloeders in de omgeving van de eigenaar de boodschap en aanvullende informatie (met handelingsperspectief) aangereikt moet worden. Dat kan in de vorm van hulpmiddelen die ze actief worden aangereikt en/of eenvoudig beschikbaar zijn. Deze informatie moet er zowel voor de asbestdakeigenaar zijn als voor de beïnvloeders om de asbestdakeigenaar heen, uiteraard in de taal van de makelaar, notaris, de bank et cetera.

Die beïnvloeders om de eigenaar heen, kunnen gemotiveerd zijn om de eigenaar te informeren over de voordelen van een sanering. Ze hebben elk een belang bij de sanering. Enkele voorbeelden:

- Aannemer: een aannemer heeft een commercieel belang bij bouwen. Een asbestdak is daarbij een obstakel.
- Accountant: een serieus (financieel) risico verdwijnt.
- Bank: er kan een transactie plaatsvinden. Een risico van het onderpand wordt weggenomen. Dit risico zou zelfs tot faillissement kunnen leiden.
- Gemeente: een risico op verspreiding van vezels in de leefomgeving wordt weggenomen. Ook zijn de gevolgen op verspreiding van asbestdeeltjes bij brand of storm weg.
- Makelaar: een pand wordt makkelijker te verkopen of aantrekkelijker om aan te kopen.
- Notaris: de notaris neemt de zorgplicht serieus en adviseert daarom om sanering te overwegen.
- Verzekeraar: een (bedrijfs)risico wordt weggenomen.

Het voordeel en de noodzaak van het betrekken van deze beïnvloeders is dat hiermee een gedragen collectieve beweging ter stimulering van de sanering van asbestdaken ontstaat. Deze beweging kan zichzelf in stand houden, ook ná de campagne. Elke partij heeft een belang en zal daarom gemotiveerd zijn om de eigenaar over de risico's van een asbestdak én de kansen te informeren.

De ervaring heeft geleerd dat alleen informatie aanreiken door of via de overheid op papier, via social media of in de krant bij de aanpak van asbestdaken niet gaat leiden tot (meer) saneringen.

Binnen de campagne is het raadzaam om asbestdakeigenaren duidelijk te maken dat de regels voor het (zelf) saneren van asbestdaken niet zullen wijzigen en daardoor saneren niet eenvoudiger of goedkoper wordt. Hiermee vervalt een argument om de sanering van het asbestdak uit te stellen.

1.5 Een effectieve aanpak & campagne

Tien jaar werken aan de sanering van asbestdaken heeft de ambassadeurs geleerd dat een dak pas wordt gesaneerd als alle seinen op groen staan en alle twijfel bij de eigenaar weg is. De omgeving (beïnvloeders) van de eigenaar kan dat helpen bevorderen. Voor elke

asbestdakeigenaar is de beweegreden om over te gaan tot saneren van het asbestdak persoonlijk. Daarom is ieders inzet voor deze campagne nodig.

Het voorstel is om de campagne te richten op **twee sporen**: de eigenaar én zijn omgeving. Dat is ook de kern: een publiekscampagne met een algemene boodschap voor de asbestdakeigenaren zelf en een campagne voor de omgeving van de eigenaren met verschillende sub-boodschappen om de eigenaar te stimuleren zijn dak te saneren.

Dit voorstel voor een gelaagde campagne bestaat uit:

1. **Een publiekscampagne** met een algemene boodschap voor alle asbestdakeigenaren én verdiepende (sub)boodschappen voor diverse (sub)doelgroepen en soorten asbestdakeigenaren.
2. **Een aanvullende informatiecampagne** voor de omgeving van de asbestdakeigenaar met daarbinnen allerlei mogelijke beïnvloeders die met hen in contact staan met of met hen in contact kunnen komen. Door deze beïnvloeders mee te nemen in de campagne, kunnen zij tegelijkertijd een rol oppakken om de asbestdakeigenaar te stimuleren aan de slag te gaan met het asbestdak. Elke beïnvloeder heeft daar zijn eigen beweegredenen voor.

Om de campagne te laten slagen is het nodig dat er voor zowel de asbestdakeigenaar als de beïnvloeders in zijn omgeving **betrouwbare informatie gemakkelijk beschikbaar** is (kennisplatform). Deze informatie is voor iedereen 'op maat'. Particuliere eigenaren hebben andere vragen dan een (voormalig) agrarisch bedrijf of een beïnvloeder.

Om kennis te nemen van deze informatie, kan de publiekscampagne eigenaren verwijzen naar bijvoorbeeld een kennisplatform, zoals een website. De omgeving (beïnvloeders) is op dat moment ook op de hoogte van de campagne, beschikbare informatie en hulpmiddelen (informatiecampagne). Zij kunnen hiermee asbestdakeigenaren actief informeren en motiveren, tegelijk met én na de publiekscampagne. Na de publiekscampagne kunnen eigenaren zelf verder informatie ophalen en stappen zetten om hun asbestdak te saneren.

Niet vanzelf

Asbestdakeigenaren in beweging krijgen, gaat niet vanzelf. Hier moet energie in gestopt worden. In het hierboven omschreven voorstel voor de campagne nemen adviseurs in de omgeving van de eigenaar de beweging over, ook zonder publiekscampagne. De publiekscampagne is echter wel de katalysator van de campagne. De campagne zal vooral de reden zijn voor adviseurs en andere beïnvloeders om aan te haken, te delen in de energie en dit te verwerken in het eigen contact met asbestdakeigenaren. Deze gezamenlijke inspanning brengt eigenaren in beweging en dan pas worden asbestdaken gesaneerd.

Afhaakmomenten worden aanhaakmomenten

Het advies is om de campagne continu samen te stellen en aan te vullen met de elementen informeren, motiveren en faciliteren. Informeren is essentieel voor bewustwording en het wegnemen van twijfel. Bij het motiveren laat je de interessante mogelijkheden van saneren en andere kansen of voordelen zien. Faciliteren is belangrijk om obstakels weg te nemen en handelingsperspectief te creëren. Als zaken zoals de aanvraag van een vergunning of een container regelen lastig zijn, ontstaan er afhaakmomenten. Het voorstel voor deze campagne richt zich juist op het ombuigen van die afhaakmomenten naar aanhaakmomenten.

1.6 Betrokkenheid ambassadeurs bij de campagne

De ambassadeurs adviseren dat hun kennis en ervaring (zoals onder meer in dit document) worden gebruikt door een gespecialiseerd bureau, dat in opdracht van het ministerie van IenW een opzet maakt voor de feitelijke campagne. Daarna kan de uitvoering hiervan worden aanbesteed en uitgevoerd door een ander bureau. De ambassadeurs blijven dan betrokken bij het proces van de campagne door het uitwisselen van hun jarenlange kennis en ervaring bij de aanpak van asbestdaken.

1.7 Het doel van de campagne

Het doel van campagne is de sanering van asbestdaken te versnellen, zodanig dat binnen een afzienbare termijn (dit decennium) deze daken uit Nederland zijn verdwenen. Met de campagne stimuleren we asbestdakeigenaren om het asbestdak zo snel mogelijk te saneren en/of vervangen. Met het huidige tempo van ongeveer 6 miljoen m² per jaar en naar schatting zo'n 75 tot 80 miljoen m² te gaan aan het einde van 2021, duurt het nog tot 2034 voordat alle daken zijn gesaneerd. Met deze campagne willen we die periode met een aantal jaren verkorten.

Dat kan binnen deze campagne worden gerealiseerd door:

1. **Gemotiveerde omgeving** om de eigenaar organiseren.
2. **Remmers wegnemen** voor de eigenaar door te informeren, motiveren en faciliteren.



Foto: Opruimen van asbestdelen na de asbestbrand in Nieuwegein (2017)

2 AANLEIDING VOOR EEN CAMPAGNE

2.1 Asbest is gevaarlijk

Asbest is een verzamelnaam voor zes in de natuur gevormde mineralen met een vezelstructuur. Asbest heeft lang bekend gestaan om een aantal goede eigenschappen: het is sterk, slijtvast, bestand tegen basen en hoge temperaturen. Bovendien was het goedkoop. In Nederland zijn veel toegepaste soorten: wit asbest (chrysotiel), blauw asbest (crocidoliet) en bruin asbest (amosiet).

Kankerverwekkend

Asbest is een kankerverwekkende stof. Mensen kunnen ziek worden als zij asbestvezels inademen. De kans op ziek worden neemt toe naarmate iemand langer en aan meer asbestvezels wordt blootgesteld.



Foto: Afvoeren van asbestafval na een brand

De Gezondheidsraad heeft in 2010 geadviseerd over welke concentraties vezels in de lucht nog als risico kunnen worden geaccepteerd. Hieruit bleek dat asbest gevaarlijker was dan eerder was gedacht, aangezien het advies van de Gezondheidsraad leidde tot veel strengere normen.

Gezondheidsklachten kunnen na tientallen jaren ontstaan

Het kan tientallen jaren duren voor er gezondheidsklachten zijn. Maar asbestvezels kunnen uiteindelijk kanker in longvlies of buikvlies, longkanker, stoflongen (asbestose), strottenhoofdkanker en eierstokkanker veroorzaken. Daarom is het gebruik van asbest in nieuwe producten vanaf 1 juli 1993 wettelijk verboden. Asbestslachtoffers met de diagnose mesothelioom of asbestose kunnen bij het Rijk een financiële tegemoetkoming aanvragen.

Veel bronnen van asbestvezels aangepakt

In het verleden zijn al belangrijke bronnen van asbestvezels in het milieu aangepakt. Vooral de aanpak van asbesthoudende remvoeringen en asbestwegen waren belangrijk om het aantal vezels in de lucht te verminderen. Toch zijn we er nog niet. De gemiddelde concentratie in Nederland is nog altijd een stuk hoger dan de waarde die de Gezondheidsraad in 2010 (zie bijlage 3) adviseerde als verwaarloosbaar risico. Volgens recent onderzoek van TNO (2022) komt jaarlijks ongeveer 90.000 kg asbest van daken in de leefomgeving terecht.

Asbestdaken nu grootste bron van asbestvezels

Asbestdaken zijn de grootste nu nog resterende bron van asbestvezels in het milieu. Momenteel is er in Nederland naar schatting nog zo'n 75 tot 80 miljoen m² aan asbestdaken. Asbestdaken

ververen na verloop van tijd en/of raken beschadigd door weersinvloeden (wind, hagel of storm). Daardoor komen steeds meer asbestvezels vrij. Deze komen in de lucht terecht en spoelen via het regenwater van het dak. Via tuin of erf worden de vezels mee naar binnen gelopen. Dit risico bestaat met name bij het ontbreken van dakgoten.

Bij calamiteiten zoals brand of storm kan een groot deel van de omgeving vervuild raken met asbest en zijn de opruimingskosten hoog. De gemeente is vaak snel ook een betrokken partij. De kosten van dergelijke calamiteiten zijn meestal niet of niet volledig verzekerd.

Er wordt minder gesaneerd

De aanpak van de overheid is gericht op het stimuleren en faciliteren van het vrijwillig saneren van asbestdaken. De laatste jaren worden er echter minder asbestdaken per jaar gesaneerd. Door dit lage saneringstempo, blijven de risico's van asbestdaken nog jarenlang bestaan. En die risico's blijven toenemen door verdergaande verwerking.



2.2 Asbestdaken in historisch perspectief⁴

Asbest is op grote schaal toegepast vanwege de praktische eigenschappen van deze stof en de producten waarin het mineraal is verwerkt. In het algemeen is asbest goed bestand tegen zuren, logen en hoge temperaturen. Daarnaast is het zeer slijtvast, brandwerend en isolerend. Ook was het goedkoop. Daarom waren er veel verschillende toepassingen van asbest en asbesthoudende producten. Het materiaal werd veel gebruikt, vooral in de jaren '60, '70 en '80 van de vorige eeuw.

Vaak is asbest in producten gebruikt om de eigenschappen van die producten te verbeteren. Ongeveer 80% van alle asbest is toegepast in de bouw. Het meeste daarvan is verwerkt in asbestcementproducten, zoals golfplaten in daken. Ongeveer 75% van de golfplaten van asbestcement is toegepast in de agrarische sector. Het overige deel is aanwezig op woningen, industriegebouwen en scholen.

⁴ [Op basis van toelichting asbestdakenverbod 2019](#)

Meer informatie

Meer achtergrondinformatie over de gevolgen van asbestvezels voor de volksgezondheid, asbestvezels in de buitenlucht, het wettelijk verbod op asbesthoudende producten, het uitblijven van een verbod op asbestdaken, het ontbreken van een verplichting tot verwijdering én de verspreiding van asbestvezels door incidenten (inclusief concrete voorbeelden met inzicht in de gevolgen) is terug te vinden in bijlage 3.



Foto: Schuur met asbestdak, zonder dakgoot. Asbestvezels komen op het maaiveld terecht in de druppelzone (op de grond) ©Geofoxx

3 DE DOELGROEPEN EN DE OMGEVING DAARVAN

3.1 Doelgroepen: de eigenaren van een asbestdak



Foto: asbesthoudende leien in Lelystad

Het handelingsperspectief voor de aanpak van een asbestdak is voor elke eigenaar verschillend. Elke eigenaar van een asbestdak heeft immers zijn eigen wensen en persoonlijke situatie. Inzicht in welke groepen eigenaren er zijn, is daarmee noodzakelijk om een effectieve campagne op te zetten. Daarbij maken we onderscheid in particulieren en bedrijven. Agrariërs die actief in hun bedrijf werken, worden in dit document gezien als bedrijven.

Agrariërs die gestopt zijn met hun bedrijf, zijn in essentie particulieren. Ook al hebben ze vaak formeel hun bedrijf nog niet gestaakt. In veel gevallen hebben ze wel te maken met andere problemen dan andere particulieren.

In dit document onderscheiden we de volgende groepen eigenaren:

PARTICULIEREN

1. Woningeigenaar met een dak met asbestleien.
2. Woningeigenaar met een asbesthoudend dak op hun woning.
3. Woningeigenaar met een schuurtje met een asbestdak (< 35 m²)⁵.
4. Woningeigenaar met een of meerdere schuren met een asbestdak (>> 35 m²)⁶.
5. Voormalige agrarische bedrijven (VAB's) met een of meerdere schuren met een asbestdak(en) (>> 35 m²).
6. Particulieren die een woning/pand hebben gekocht met een asbestdak dat voorheen een agrarische bestemming had.
7. Verhuurder van een woning met een schuurtje met een asbestdak (< 35 m²).
8. Verhuurder van een woning met een asbestdak op de woning.

BEDRIJVEN

1. Bedrijf met een asbesthoudend dak (niet op bedrijventerrein).
2. Bedrijf met een asbesthoudend dak (op bedrijventerrein).
3. Agrarische bedrijven met stallen/schuren met asbestdaken en die doorgaan met hun bedrijf.
4. Agrarische bedrijven die overwegen te stoppen, met stallen/schuren met asbestdaken.
5. Bedrijven in panden met asbestdaken van voormalige agrarische bedrijven.
6. Woningbouwcorporaties met woningen/schuurtjes met asbestdaken.
7. Huurder van een bedrijfspand met een asbestdak.
8. (Sport)Verenigingen: denk aan maneges met een asbestdak of sportkantines.
9. Kerken en andere openbare gebouwen.

⁵ Deze eigenaar mag onder voorwaarden het schuurtje zelf saneren

⁶ Deze eigenaar mag geen van de daken zelf saneren

3.2 De omgeving van een eigenaar

Een asbestdakeigenaar heeft te maken met uiteenlopende beïnvloeders (omgeving) die op een of andere wijze ook betrokken zijn bij de aanpak van het asbestdak. Hieronder worden de belangrijkste beïnvloeders opgesomd.

Elk type asbestdakeigenaar maakt gebruik of gaat gebruik maken van andere beïnvloeders (omgeving). Dat onderscheid is belangrijk om te maken. Daarbij is de persoonlijke situatie per dakeigenaar anders, net zoals zijn of haar toekomstwensen of wensen ten aanzien van het asbestdak. Voor elke asbestdakeigenaar is de omgeving en de motivatie anders om over te gaan tot saneren.

3.2.1 Vertegenwoordigers van eigenaren

1. Vereniging Eigen Huis: de VEH vertegenwoordigt huiseigenaren. In Nederland kennen we woningen met (schuurtjes/schuren) met asbesthoudende golfplaten en woningen met asbesthoudende leien. Het saneren van asbestleien is veel arbeidsintensiever en daardoor kostbaarder dan het saneren van bijvoorbeeld asbesthoudende golfplaten.
2. LTO: zij vertegenwoordigt de agrariërs. Bij agrariërs ligt een groot aandeel van de asbestdaken. Dit zijn veelal golfplaten op schuren.
3. AEDES: is de branchevereniging van woningbouwcorporaties. Bij corporaties kan er sprake zijn van asbestdaken op woningen en schuurtjes. Dit laatste komt wel met regelmaat voor. Het vervangen van deze daken is voor een aantal corporaties onderdeel van de exploitatie, vergelijkbaar met andere onderhoudskosten of onderdeel van een energietransitie (verduurzaming).
4. Ondernemersverenigingen/parkmanagement op bedrijventerreinen: zij vertegenwoordigen groepen bedrijven. Daarmee kunnen ze een handig aanspreekpunt zijn.
5. MKB-NL: zij vertegenwoordigen het midden- en kleinbedrijf in Nederland.
6. Koepels van sportverenigingen: ook sportvoorzieningen kunnen asbestdaken hebben. De KNVB heeft bijvoorbeeld een programma gericht op verduurzaming. RVO heeft een programma gericht op culturele instellingen, sportcomplexen en dorpshuizen.
7. Kerkrentmeesters: zij zijn verantwoordelijk voor het beheer van kerkgebouwen. Op kerkgebouwen komen ook asbestleien voor.
8. Monumentenzorg en Restauratiefonds: begeleiden en adviseren bij bescherming, instandhouding, onderhoud en herstel van onroerende goederen die van algemeen belang zijn. In dit geval dus ook monumenten met een asbestdak.
9. Agrarisch Cultureel Erfgoed: kent het Boerderijenfonds met inhoudelijke begeleiding en financiële ondersteuning bij herbestemming, waarbij asbestdaken aan de orde kunnen zijn
10. Overige interessante organisaties rond of in verbinding met de asbestdakeigenaar:
 - a. Beurzen: op beurzen waar asbestdakeigenaren komen, kan een stand zinvol zijn. Dan kunnen handelingsperspectieven worden getoond en informatie worden gegeven over (het belang van) de sanering.
 - b. Jagersverenigingen: zij zijn regelmatig met agrariërs in gesprek. Zij kunnen dan het onderwerp 'asbestdaken' meenemen.
 - c. Kamer van Koophandel: zij kunnen via hun communicatiemiddelen aandacht schenken aan het onderwerp asbestdaken. Daarmee worden vrijwel alle bedrijven in Nederland bereikt.

3.2.2 Adviseurs

Eigenaren kunnen gebruik maken van uiteenlopende adviseurs die hen kunnen helpen met en in hun specifieke situatie. De volgende adviseurs onderscheiden we:

- Financieel adviseurs:
 - Accountants
 - Boekhouders
 - Banken
 - Makelaars
 - Notarissen
 - Verzekeringsadviseurs
 - Subsidieadviseurs
 - SVn
- Overige adviseurs:
 - Woonconsulenten
 - Gebiedscoördinatoren, gebiedsmakelaars
 - Erfcoaches, gebiedscoaches, plattelandscoaches

3.2.3 Marktpartijen

Marktpartijen verlenen diensten die ervoor zorgen dat er feitelijk wordt gesaneerd. Ze voeren de sanering en andere werkzaamheden uit. Ze nemen het gehele traject voor hun rekening, van saneren tot en met een nieuw dak met bijvoorbeeld zonnepanelen. Of ze doen één of enkele stappen in dit traject.

De volgende marktpartijen onderscheiden we:

- Saneren van asbest:
 - Inventarisatiebureaus
 - Aannemers die asbest(daken) saneren
- Slopen:
 - Sloopbedrijven om panden te slopen
 - Saneren van verontreinigde bodem
- Bouwbedrijven: om een nieuw pand te bouwen
- Bouwmarkten: zij hebben belang bij sanering van asbestsdaken. Particulieren van kleine asbestdaken kopen hun spullen om te saneren vaak hier en niet bij een andere partij zoals een aannemer
- Leveranciers en installateurs van:
 - Daken
 - Zonnepanelen
 - Groene daken
 - Isolatiematerialen
- Brancheorganisaties:
 - VNO-NCW
 - Bouwend Nederland
 - Slopers en saneerders: VERAS, VVTB, VAVB.

3.2.4 Overheden en anderen

Elke eigenaar krijgt bij de sanering of vervanging van zijn asbestdak te maken met één of meerdere overheden. De volgende overheden spelen een rol of kunnen een rol spelen in de aanpak van asbestdaken:

- Ministeries:
 - IenW: saneren van asbestaken heeft invloed op de leefomgeving. Hier stelt het ministerie via haar regelgeving eisen aan het voorkomen van besmetting van asbest van die omgeving
 - SZW: dit ministerie ziet toe op gezond en veilig werken. Daarmee stelt dit ministerie eisen aan hoe een sanering uitgevoerd moet worden
 - LNV: dit ministerie is relevant voor de agrariërs die hun asbestdak willen saneren en ook voor agrariërs die te maken hebben met de regels rondom stikstof
 - EZK: dit ministerie stimuleert innovatieve programma's en subsidies gericht op duurzame energie
 - BZK: dit ministerie heeft een rol in bouwregelgeving
 - OCW: met de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed (o.a. beheer van gebouwen)
- Provincies: de provincies kunnen een rol spelen bij stimuleringsregelingen
- Gemeenten: de gemeente is voor het fysieke domein het bevoegd gezag. Eventuele meldingen of sloopvergunningen lopen via de gemeente. Ook zijn zij voor het fysieke domein de handhavende instantie. Gemeenten hebben te maken met risico's rondom sterk verweerde daken of bijvoorbeeld dumpingen van asbestafval in de openbare ruimte. Bijna alle gemeenten hebben een energieloket. Deze loketten kunnen een communicatiekanaal zijn richting asbestdakeigenaren. Via dit loket kunnen gemeenten ook wijzen op leningen of andere financiële arrangementen. Als gemeenten daaraan meewerken (aanbieden aan hun inwoners) zijn er leenmogelijkheden beschikbaar, zodat saneren ook financieel gemakkelijker wordt
- Waterschappen: zij hebben te maken met asbest dat via het riool in de waterzuivering terecht komt
- Omgevingsdiensten: zij voeren toezicht en handhaving uit voor provincies en gemeenten. Sommige omgevingsdiensten spelen ook een activerende en faciliterende rol in de aanpak van asbestdaken
- Staatsbosbeheer/Natuurmonumenten e.a.: zij hebben te maken met dumpingen van asbestafval in de natuur. Deze dumpingen zijn gevaarlijk en het opruimen is kostbaar
- Erfcoaches, plattelandscoaches: zij helpen namens overheid/overheden eigenaren bij complexe situaties en problemen op erven. Het asbestdak kan onderdeel van deze problemen zijn
- Energiecoaches: ook zij kunnen de aanpak van asbestdaken meenemen in hun pakket. Alleen isoleren van een asbestdak is vaak niet zo verstandig. Dan is een totaalaanpak beter.

Overheden hebben ook hun koepelorganisaties:

- Gemeenten: VNG
- Provincies: IPO
- Waterschappen: Unie van Waterschappen.

3.2.5 Sociale omgeving

Los van deze min of meer officiële en bedrijfsmatige instanties is er ook de sociale omgeving van een asbestdakeigenaar. Ook hier kan hij gemotiveerd raken om (collectief) te gaan saneren. In de sociale omgeving kunnen aanwezig zijn:

- Dorps- en buurtorganisaties
- (Sport)verenigingen. Dit kunnen ook sportverenigingen zijn die zelf ook een asbestdak hebben. Denk aan maneges of sportkantines. Daarmee zijn ze onderdeel van de omgeving maar tegelijkertijd óók eigenaar
- Aanspreekpunten in de wijk
- Ondernemersverenigingen
- Lokale duurzaamheidsorganisaties

Via deze organisaties kunnen makkelijker grotere groepen mensen en bedrijven worden bereikt. Ze hebben vaak ook een korte en goede lijn met de lokale overheid.

3.2.6 Toezicht en handhaving

De aanwezigheid van asbestdaken kan leiden tot situaties waarbij wet- en regelgeving wordt overtreden. Als dat het geval is, moet de overheid bepalen of en hoe er ingegrepen moet worden. Hiervoor wordt door de samenwerking met het Programmabureau de 'Handreiking handhaving asbestdaken' opgesteld. Deze handreiking beschrijft hoe men hier mee om kan gaan. In het kort komt het erop neer dat asbestdaken in een aantal situaties aanleiding kunnen geven tot handhaving:

- Verspreiding in de directe omgeving: het asbestdak is in zo'n slechte staat dat vezels en asbesthoudende delen in de omgeving verspreid worden.
- Bodemverontreiniging: door afspoeling van vezels en asbesthoudende deeltjes, ontstaat er een met asbest verontreinigde bodem direct onder het dak (als er geen dakgoot is).
- Asbest is verspreid aanwezig op het terrein: asbest mag niet ongecontroleerd op het terrein aanwezig zijn. Denk aan asbesthoudende golfplaten of delen hiervan.
- Bewerken van asbest: dat is niet toegestaan. Boren, schroeven, et cetera in een asbestdak is dus niet toegestaan. Dus ook niet voor het plaatsen van zonnepanelen.

Vaak zal de gemeente hierop toezicht houden, samen met de Nederlandse Arbeidsinspectie en de Inspectie Leefomgeving en Transport (ILT). Als een eigenaar wordt geïnformeerd dat een dak in matige tot slechte toestand aanleiding kan zijn tot handhaving, is dat voor de eigenaar een aansporing om tot saneren over te gaan.

Voor toezicht en handhaving kennen we in ieder geval de volgende (landelijke) organisaties:

- OD.NL: zij vertegenwoordigen de omgevingsdiensten. Veel toezicht loopt via omgevingsdiensten (in opdracht van gemeenten). Daarmee kunnen de omgevingsdiensten de oren en ogen in het veld worden, voorzien van relevante informatie en praktische tips.
- Vereniging bouw- en woningtoezicht Nederland: bouw- en woningtoezicht is belangrijk. Zij zien bij verbouwingen letterlijk en figuurlijk de gebouwen en daken waar het om gaat.
- Politie/brandweer/veiligheidsregio's: de politie voert toezicht uit en de brandweer komt soms in actie bij calamiteiten. Actuele kennis van asbestdaken en waar de daken zich bevinden kan helpen om situaties te herkennen en veiligheid te waarborgen.

3.2.7 Overig

- Landelijk werkende/voorlichtende organisaties:
 - Milieu Centraal: Milieu Centraal is een (onafhankelijke) voorlichtingsorganisatie en praktische gids voor duurzame tips en adviezen voor consumenten

- Stimuleringsfonds Volkshuisvesting (SVn): zij werken aan financiering van de sanering asbestdaken maar ook voor verduurzaming
- Natuur en Milieu en Natuurmonumenten
- Verbond van Verzekeraars: verzekeraars zijn belangrijk omdat verzekeraarbaarheid van vastgoed meespeelt bij de afweging om wel of niet te saneren. Vertegenwoordigers van verzekeraars kennen hun klanten vaak goed en ook lang. Daarmee zijn ze een betrouwbaar aanspreekpunt voor de eigenaar. Verzekeringsmaatschappijen zoals Univé werken met de Rabobank actief aan het saneren van asbestdaken en aan de koppeling met zonne-energie als perspectief voor de eigenaar.
- Nederlandse Vereniging van Banken: banken zijn natuurlijk belangrijk. Enerzijds als verstrekker van leningen en hypotheek, anderzijds hebben ze een belang dat het vastgoed dat onderpand is, niet zijn waarde verliest. Denk bijvoorbeeld aan calamiteiten zoals brand of storm.

3.3 Focus op een aantal doelgroepen

De campagne richt zich op een aantal van de hierboven omschreven doelgroepen. De overwegingen voor de keuzes zijn:

- Bij de doelgroep liggen veel asbestdaken, of
- De risico's bij deze doelgroep zijn groot door relatieve nabijheid in de leefomgeving.
- De doelgroep is relatief eenvoudig te bereiken.

Dit leidt tot een focus voor de campagne op de volgende doelgroepen:

PARTICULIEREN

- Woningeigenaar met een asbesthoudend dak op hun woning.
- Woningeigenaar met een schuurtje met een asbestdak (< 35 m²).
- Voormalige agrarische bedrijven (VAB's) met één/meerdere schuren met een asbestdak (>> 35 m²).⁷
- Particulieren die een woning/pand met asbestdak(en) hebben gekocht dat voorheen een agrarische bestemming had (>> 35 m²).

BEDRIJVEN

- Agrarische actieve bedrijven die overwegen te stoppen, met stallen/schuren met asbestdaken.
- Woningbouwcorporaties met woningen/schuurtjes met asbestdaken.

De overige doelgroepen liften mee met de campagne. Daar wordt niet actief op ingezet. Agrarische bedrijven die doorgaan met hun bedrijf, zullen de sanering van asbestdaken kunnen meenemen in hun bedrijfsplannen. Daarmee is het faciliteren van deze groep eigenaren relevant. De problematiek rond de financiering ligt eenvoudiger: het is onderdeel van de bedrijfsvoering.

Kern van de campagne

Het advies voor deze campagne is dat er voor elke doelgroep informatie op maat beschikbaar is. Voor elke mogelijke beïnvloeder in de omgeving van de eigenaar is dan informatie beschikbaar (een figuurlijk maar misschien ook letterlijk 'koffertje met informatie'). Dit kunnen de beïnvloeders meenemen naar de eigenaar. Het koffertje kan dan worden gevuld met handelingsperspectief én tips en suggesties voor makkelijk toegankelijke informatie.

⁷ Qua oppervlakte liggen de meeste m² asbestdaken op schuren met een (voormalige) agrarische bestemming.

4 SANEREN ALS TUSSENSTAP VOOR EEN EIGENAAR

4.1 Informeren, motiveren en faciliteren

Tussenstap

De huidige realiteit is dat de sanering van het asbestdak vaak een tussenstap is om een ander doel te bereiken zoals zonnepanelen plaatsen, het dak isoleren of het lekkende en versleten dak vervangen. Het besef dat saneren voor de eigenaar een tussenstap is voor het uiteindelijke doel, is een belangrijk gegeven voor de opzet van de campagne.



Foto: Saneren van een asbestdak van golfplaten

Dat iemand een asbestdak heeft, leidt er niet zomaar toe dat de eigenaar of gebruiker van het pand uit zichzelf in beweging komt om het dak te (laten) saneren. Dat begint bij bewustwording die vanuit de volgende aanliegroutes kan starten:

1. Ik moet of wil wat met mijn pand. En dan komt het dak vanzelf aan de orde.
2. Het dak is oud/kapot/moet gerepareerd worden en dat is lastig voor me, dus moet ik wat met het dak gaan doen.
3. Als eigenaar/gebruiker ben ik mij bewust van het risico van het asbestdak.

Uit consumentenonderzoek blijkt dat van de dakeigenaren die hun asbestdak hebben verwijderd (97 respondenten in 2022), de helft dit deed omdat ze gingen verbouwen of klussen en het toen onderdeel maakten van de klus. Daarnaast waren belangrijke redenen het verlagen van de risico's voor hun omgeving 21% (en in iets mindere mate die van henzelf --> 18%) en omdat hun dak toch een opknopbeurt kon gebruiken 21%.

Bron: Milieu Centraal

4. De nadelen van het dak laten liggen (zoals beperkte verzekeraarbaarheid, lagere waarde, lastiger verkoopbaar, 'achterblijven' als anderen wel saneren), zijn groter dan de kosten + inspanning.
5. Het gesaneerde dak biedt kansen zoals zonne-energie, isoleren, groen dak, et cetera.

In alle gevallen zal de eigenaar of gebruiker, of men wil of niet, te maken krijgen met kosten en met regels die samenhangen met het saneren van het dak. Dat kan mensen ervan weerhouden om te gaan saneren. Dat komt mede omdat men geen duidelijk zicht heeft op deze kosten en bijbehorende regels. Kosten en regels zijn remmers voor de eigenaar en helemaal als onduidelijk is wat ze zijn of betekenen. Vaak worden er dan aannames gedaan die geen recht doen aan de werkelijkheid.

Duidelijkheid (informatie) helpt daarbij. Net zoals het inzicht dat een sanering misschien toch vrij makkelijk te organiseren is. Met daarbij het inzicht dat een nieuw dak ook relevante voordelen heeft. Er moet voor een asbestdakeigenaar een handelingsperspectief zijn, een **motivator**. Denk aan betere isolatie, een groen dak, dakramen kunnen plaatsen of een zonneboiler of zonnepanelen, een mooier en waardevoller huis of schuur of het wegnemen van een gezondheidsrisico voor henzelf, omwonenden of familie of vrienden.

4.1.1 Informeren

Informeren komt erop neer dat een eigenaar of gebruiker van het pand geïnformeerd is over het feit dat men een asbestdak heeft, wat dat betekent en welke stappen kunnen worden doorlopen. Hiervoor is makkelijk toegankelijke informatie noodzakelijk. Die informatie moet op een realistische en eenvoudige manier uitleggen wat het hebben van een asbestdak betekent qua risico, regels, kosten en ook de kansen die een nieuw dak biedt. De informatie moet inspelen op motivatie en ondersteuning.

Bij particuliere dakeigenaren met een huis van vóór 1994 weet 6% niet of ze een asbestdak hebben en 4% heeft een vermoeden hiervan. 25% heeft een vermoeden dat ze geen asbest hebben. Al met al toch bijna 30% die in een bepaalde mate onzeker is over het bezit van een asbestdak. De meerderheid weet met zekerheid dat ze het wel (9%) of niet (55%) hebben.

Bron: Milieu Centraal

Het is belangrijk dat de overheid deze **informatie** beschikbaar heeft en deelt op een makkelijk toegankelijke manier. Een website als kennisplatform is daarvoor een goede manier, net zoals social media en veel visuele communicatiemiddelen zoals infographics en animaties. De informatie hoort ook bij andere bronnen beschikbaar zijn en dan natuurlijk gelijk van inhoud en toon zijn. Dan versterkt de informatie elkaar. Alleen vanuit de overheid informeren zonder (persoonlijke) opvolging is onvoldoende.

4.1.2 Motiveren

Als een eigenaar zich realiseert dat hij een asbestdak heeft, is er nog geen dak gesaneerd. Hiervoor moeten de gebruikers van de asbestdaken gemotiveerd worden om in actie te komen.

Motivaties kunnen zijn:

- Bewust van het risico.
- Het dak moet gesaneerd worden omdat het pand wordt gesloopt.
- Men wil een duurzamer en meer toekomstbestendig dak hebben.
- Men wil energie opwekken en daar het dak voor gebruiken.
- Het dak is in slechte staat en/of is lek. Daarom moet er sowieso iets gaan gebeuren.
- Het valt makkelijk te combineren met andere klussen of een verbouwing.
- Het dak is niet of nog maar deels te verzekeren.

Er kunnen ook andere motivaties zijn. Denk aan:

- In de buurt wordt gesaneerd en men kan meeliften met een collectief.
- Er is de mogelijkheid om collectief zonnepanelen of een groen dak te plaatsen en meteen te saneren.
- Het pand is of wordt verkocht en is meer waard met een gesaneerd dak.
- Het pand krijgt een nieuwe functie en daar past een asbestdak niet bij.

Door in de campagne perspectief te laten zien en inzicht te geven in de voor- en nadelen van het saneren van het dak, bevordert dit de intrinsieke motivatie van een dakeigenaar om de sanering van zijn dak te overwegen. Maar motivatie alleen is nog niet genoeg om een dakeigenaar in beweging te krijgen.

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Ik vind het dak gevaarlijk/onwenselijk/lelijk• Mijn burens klagen• De gemeente wil dat ik het dak saneer i.v.m. het risico en mijn zorgplicht• Mijn dak is technisch aan het eind• Ik wil zonnepanelen• Ik wil isoleren en energiezuiniger pand• Zonder asbest verkoopt mijn pand beter• Ik kan nú subsidie krijgen• Ik wil een gezonde leefomgeving• Ik wil een levensloopbestendig pand• De aannemer heeft nu nog tijd• Ik krijg een overtuigende uitleg | <ul style="list-style-type: none">• Straks kan ik mijn dak niet meer verzekeren• De verzekeringspremie stijgt• Bij brand liggen de risico's bij mij• De burens saneren hun dak ook en ik lift daarop mee• Mogelijk komt er een verbod• Het is nu goedkoop om te saneren• Ik krijg nu nog subsidie op zonnepanelen, dus ik benut het moment• Ik kan het nu betalen• Het is rendabel om nu geld hierin te stoppen (i.p.v. op de bank te zetten)• Mijn schuurtje kan ik makkelijk zelf doen |
|---|---|

In bijlage 4 wordt verder ingegaan op motivaties van asbestdakeigenaren.

4.1.3 Faciliteren

Voor vrijwel alle eigenaren van asbestdaken is de sanering van het dak een onbekende en ook eenmalige activiteit. Onbekend zorgt voor remming, weerstand. Door gemotiveerde mensen te faciliteren, wordt de stap om daadwerkelijk tot saneren over te gaan makkelijker gemaakt.

Faciliteren kan een overzicht zijn van de te nemen stappen bij een sanering, uitleg van regels, hulp bij het aanvragen van een melding of vergunning, ondersteuning bij het verkrijgen van

offertes, inzicht krijgen in de kosten van saneren, de mogelijkheden van subsidies of leningen en niet te vergeten de kosten van het nieuwe dak.

Door dit te faciliteren wordt de laatste te nemen hobbel zoveel mogelijk verkleind.

Faciliteren kan ook bestaan uit het organiseren van een traject waarin eigenaren 'bij de hand worden genomen' en ontzorgd worden. In zo'n traject zit informeren, motiveren en faciliteren (bij de uitvoering). De eigenaar moet vooraf het gevoel hebben dat hij een veilig traject ingaat dat op voorhand niet verplichtend werkt. En waar dus 'uitstapmomenten' in zitten. Zo moet een keukentafelgesprek als vrijblijvend worden gepresenteerd, waarbij elke stap erop gericht is om de eigenaar in de volgende fase te krijgen.

Perspectief op faciliteren of ondersteuning draagt ook bij aan motivatie en er minder tegenop zien. Bij georganiseerd faciliteren (zoals een buurtactie of asbestrein) in een bepaald tijdsbestek zal de motivatie zowel positief (ik ben niet de enige, we doen het samen) als negatief (bang om iets te missen) worden bevorderd.

Handelingsperspectief is essentieel binnen de campagne bewustwording en communicatie. Want waarom zou een eigenaar zijn asbestdak saneren? Wat schiet hij ermee op? Het perspectief moet aantrekkelijk, maar uiteraard ook realistisch zijn. Daken laten liggen, moet juist minder aantrekkelijk worden. Handelingsperspectief kan concreet worden aangeboden in de vorm van stappenplannen, contactgegevens of ervaringen.

Faciliteren kent een volgorde:

1. Onzekerheid en onwetendheid weghalen door eigenaren onafhankelijk te benaderen en tot niets te verplichten, goed te informeren over spelregels, kosten, partijen/beïnvloeders in de markt en welke opties er zijn voor koppelkansen naar energie, RO, VAB et cetera. De eigenaar heeft daardoor zicht op de mogelijkheden versus de eigen persoonlijke situatie en kan die situatie nu als het ware 'vastpakken'. Dit moet zoveel mogelijk persoonlijk, bijvoorbeeld aan de keukentafel.
2. Faciliteren bij aanvraag Asbestinventarisatierapport.
3. Faciliteren bij aanvraag offertes.
4. Faciliteren bij keuze saneerder en eventueel het dakmontagebedrijf.
5. Faciliteren door als zekerheid beschikbaar te zijn voor vragen van de dakeigenaar.

Keukentafelgespreken, erfcoaches en plattelandscoaches

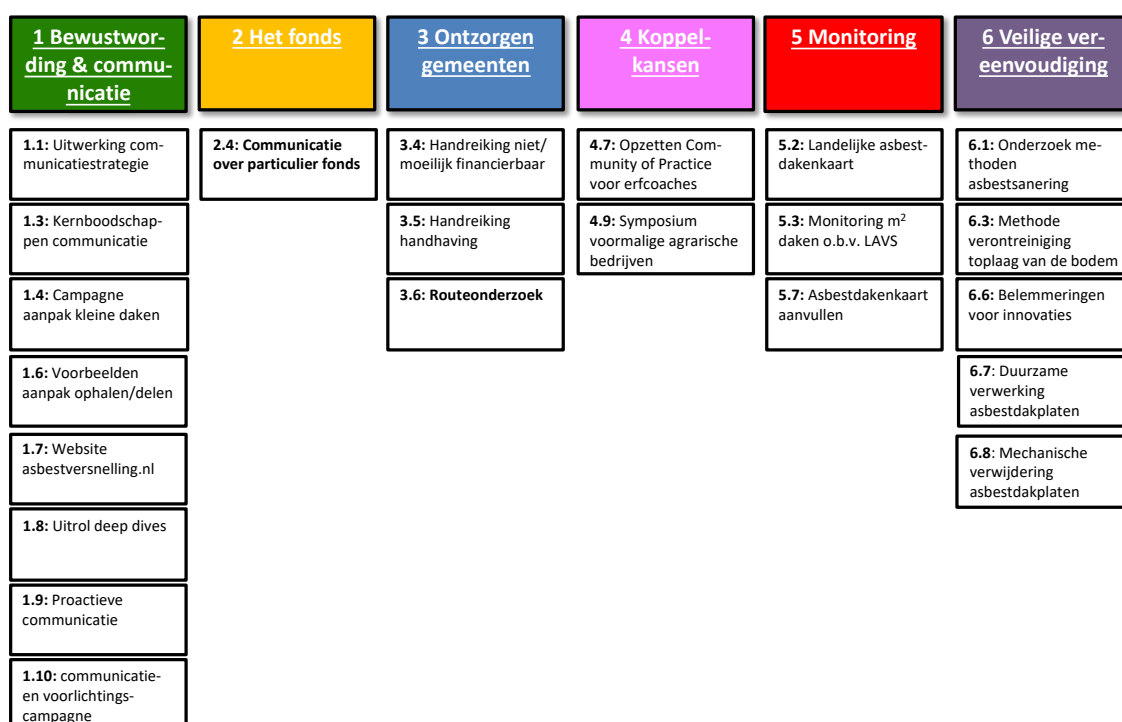
Voor eigenaren is het saneren van een asbestdak als het goed is een eenmalige zaak. Op basis van meer dan 900 keukentafelgesprekken bij eigenaren heeft Stichting Ruimtevitaaal geleerd dat eigenaren een betrouwbare partij nodig hebben om ze te helpen.

De problematiek op het platteland kan echter complex zijn. Er zijn in Overijssel, Gelderland en Utrecht projecten gestart om eigenaren te helpen door middel van coaches. De coaching en ondersteuning gaat over veel meer dan asbestdaken. Door coaches informatie ter beschikking te laten stellen over hoe om te gaan met asbestdaken, helpt dit om sanering te bevorderen.

4.2 De campagne en de samenwerking: parallele sporen

De samenwerking

Sinds 2016 bestaat er een samenwerking (zie bijlage 2) van ministeries, provincies, gemeenten, bedrijven en kennisorganisaties om samen de sanering van asbestdaken te versnellen: www.asbestversnelling.nl. Binnen deze samenwerking vinden uiteenlopende activiteiten plaats die onder meer worden geïnitieerd, begeleid of uitgevoerd door de deelnemende organisaties. De coördinatie van de activiteiten ligt in handen van het Programmabureau Versnellingsaanpak asbestdakensanering. De activiteiten hebben toegevoegde waarde voor de sanering van asbestdaken. Ze zijn op onderdelen een invulling van handelingsperspectief, informeren, motiveren en faciliteren. Figuur 4-1 geeft een overzicht van de activiteiten die nu door de samenwerking worden uitgevoerd.



Figuur 4-1: Activiteiten die in 2022 en 2023 door de samenwerking worden uitgevoerd.

Parallele sporen

Het samenwerkingsverband en de campagne zijn parallele sporen die elkaar beïnvloeden en kunnen versterken. Ze hebben elkaar nodig om het beoogde effect te bereiken. Zo heeft de samenwerking niet alleen nuttige kennis en ervaring in huis, zij hebben ook een groot bestand netwerk, contacten en politieke inzichten. Voor particuliere huiseigenaren beschikt Milieu Centraal bijvoorbeeld over veel ervaring met communicatie en voorlichting voor deze doelgroep. De campagne is nodig om de boodschap op een veel grotere schaal naar het publiek uit te dragen. Die kennis en ervaring heeft de samenwerking niet in huis. Inspanningen van het samenwerkingsverband en de uitvoering van de campagne zorgen voor synergie; het resultaat is dan meer dan de som der delen.

5 DE OMGEVING

5.1 Eigenaren, marktpartijen en adviseurs

Asbestdaken liggen op schuren of stallen van (agrarische) bedrijven, bedrijfspanden, (particuliere) schuurtjes en soms ook op woningen. Daarmee is de groep asbestdakeigenaren erg divers. Het is belangrijk om scherp te blijven op het feit dat geen enkele asbestdakeigenaar hetzelfde is. Dat geldt ook voor de persoonlijke situatie, de eigen omgeving en leefwereld (sociale context), wensen of toekomstbeelden. Dit maakt dat elke asbestdakeigenaar eigen beweegredenen heeft of punt van overtuiging heeft om aan de slag te gaan met het dak.

Uiteindelijk moet het dak van elke eigenaar gesaneerd worden. Particulieren mogen hun asbestdak kleiner dan 35 m² onder voorwaarden zelf saneren. In alle andere gevallen moet een marktpartij dat doen. Een marktpartij kan naast de sanering van het dak ook een nieuw dak plaatsen en/of energiebesparende maatregelen toepassen en of het betreffende gebouw slopen. Als een particulier of een bedrijf een dak wil saneren, kan men te maken krijgen allerlei soorten adviseurs. Denk aan financieel adviseurs, makelaars, maar ook asbestdeskundige adviseurs. Ook de overheid komt in beeld als een eigenaar gaat saneren. Vaak is dat de gemeente.

Consumentenonderzoek door voorlichtingsorganisatie Milieu Centraal laat zien dat particuliere eigenaren de gemeente het meest logische aanspreekpunt vinden, daar waar het de sanering van hun asbestdak betreft.

5.2 De situatie van de eigenaar

De eigenaar van het asbestdak is de sleutel tot saneren. Bij al die soorten eigenaren met hun eigen persoonlijke situaties en wensen zijn er toch overeenkomsten te vinden in de afwegingen die zij maken. Met de twee voorbeelden in tabel 5-1 maken we dat duidelijk.

Tabel 5-1: Fictieve voorbeeld-situaties van de eigenaar

VOORBEELD 1	VOORBEELD 2
<ul style="list-style-type: none"> • De eigenaar is zich terdege bewust van de risico's van asbest • Het asbestdak is in slechte staat • Er wordt in de buurt op korte termijn gesaneerd • Er ligt een aantrekkelijk aanbod van een asbesttrein, inclusief het leggen van zonnepanelen • Door de hoge energieprijzen zijn zonnepanelen nu erg aantrekkelijk • Er kan tegen gunstige voorwaarden geld geleend worden • Door het dak te vervangen wordt de waarde van het onroerende goed verhoogd • Met een nieuw dak kan het pand beter gebruikt worden en met zonnepanelen de energierekening worden verlaagd 	<ul style="list-style-type: none"> • De eigenaar is zich niet bewust van de risico's van asbest en vindt het onzin • Het dak is in redelijk tot goede staat • Er zijn geen lokale initiatieven om daken collectief te gaan saneren • De eigenaar kan geen geld lenen en heeft ook onvoldoende eigen middelen • Een nieuw dak heeft geen positieve invloed op de gebruiksmogelijkheden of de waarde van het onroerende goed • De energie van eventuele zonnepanelen kan niet worden teruggeleverd aan het net

In het eerste voorbeeld is er sprake van een nu of nooit situatie. In het tweede voorbeeld is er sprake van 'waarom zou ik?'. Beide voorbeelden laten zien dat door een gunstige combinatie van omstandigheden of andere externe factoren, het overgaan tot saneren van asbestdaken kansrijker wordt. De eigenaar zal dan eerder overgaan tot saneren. Ook laten de voorbeelden de andere kant zien. Als er een omstandigheid is die niet gunstig is, gaat de kans op de sanering van een asbestdak omlaag. Er is immers geen dwang, dus elke weerstand is een argument om níet te saneren.

Als een uurwerk

Omdat er geen verplichting tot saneren is, ligt een situationele motivatie⁸ het meest voor de hand. Dat betekent dat de omstandigheden hiervoor geoptimaliseerd moeten worden. Eerder is al door de ambassadeurs geconstateerd dat alle omstandigheden gunstig moeten zijn voordat een eigenaar overweegt om te gaan saneren. Laat staan dat hij daadwerkelijk saneert. Het is net als



een mechanisch uurwerk, waarin alle tandwielen nodig zijn om de wijzers in beweging te krijgen. Inzicht in de persoonlijke situatie (omgeving) van de eigenaar is daarom ook noodzakelijk.

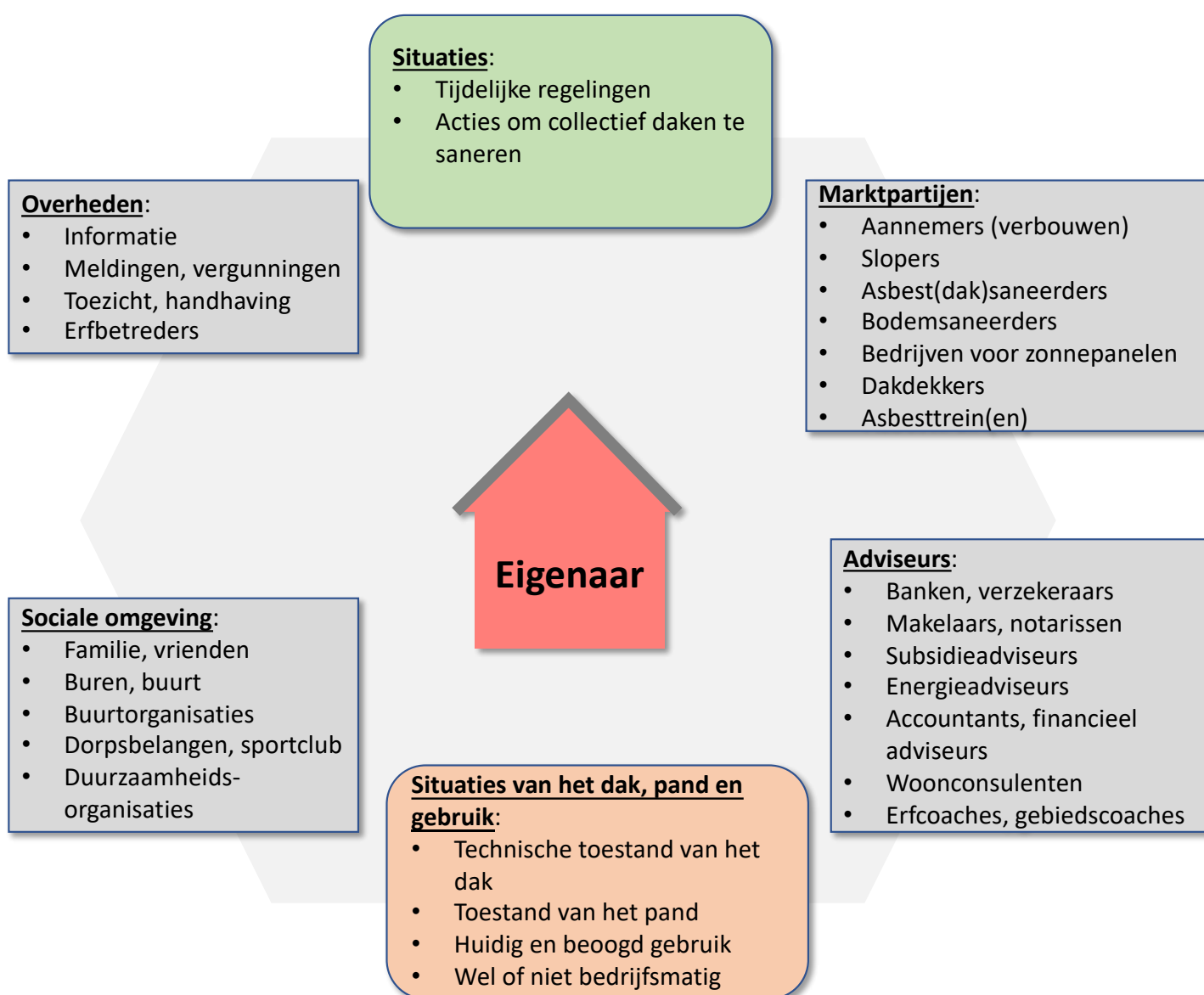
Dat betekent, zoals al eerder genoemd in dit document, dat het het meest gunstig is als alle beïnvloeders rond de eigenaar betrokken worden bij een campagne gericht op bewustwording en communicatie. Met de campagne kan dan gewerkt worden aan:

⁸ Door een combinatie van omstandigheden is er nu een goed moment om te saneren.

- Het gunstiger maken van de (lokale) omstandigheden.
- Het motiveren van de eigenaar om gebruik te maken van de omstandigheden.

5.3 Situatie rondom de eigenaar

De eigenaar van het asbestdak heeft te maken de situatie van het eigen dak, het pand en de wijze van gebruik daarvan. Daarnaast heeft de eigenaar te maken met situaties in de omgeving, zijn persoonlijke situatie en visie. Binnen de aanpak van asbestdaken krijgt of kan een eigenaar (mogelijk) te maken krijgen met beïnvloeders: bijvoorbeeld de overheid, met bedrijven die iets willen doen, met adviseurs en met de eigen sociale omgeving. De beïnvloeders hebben invloed op het besluit óf het dak wordt gesaneerd, wanneer en hoe het dak wordt gesaneerd. De volgende figuur geeft die omgeving van de eigenaar schematisch weer.



Figuur 5-1: Omgeving van de eigenaar

6 KOPPELKANSEN

Het asbestdak biedt kansen!

De sanering van een asbestdak staat eigenlijk nooit op zichzelf. Het vormt in veel gevallen een moment waarop een dakeigenaar ook bezig is of zich oriënteert op andere investeringen. Soms pakt een eigenaar dit zelf op, maar er zijn ook genoeg mogelijkheden om de asbestdakeigenaar hierin te stimuleren. Deze ‘koppelkansen’ zijn in potentie aanjagers die een aanhaakmoment kunnen creëren.

De meest voor de hand liggende (koppel)kansen zijn:

- Zonne-energie: zeker nu de energieprijzen door het dak gaan, is een dak om zonnepanelen op te leggen letterlijk en figuurlijk geld waard.
- Isoleren: een goed geïsoleerd dak scheelt ook in de stookkosten. Op een geïsoleerd dak kunnen ook nog eens zonnepanelen worden geplaatst. Dat is een dubbel voordeel.
- Groen dak: een groen dak draagt bij aan klimaatadaptatie.
- Nieuw gebruik: als het asbestdak is gesaneerd, kan een gebouw mogelijk een nieuwe bestemming krijgen.
- VAB: VAB's hebben veelal schuren met asbestdaken. Naar schatting ligt de bulk van asbestdaken op deze panden. Als een agrarische eigenaar stopt met zijn bedrijfsvoering of men wil het erf inzetten voor een andere functie, dan komt het asbestdak ook naar voren in dit proces. De kostenpost staat dan niet op zich en zijn geen remmende factor.
- Rood-voor-rood: vastgoed stijgt in waarde als er geen asbest meer in of op aanwezig is. Ook kan een gebouw gesloopt worden als het asbestdak en eventuele andere asbest is verwijderd. Dan kan de vrijgekomen ruimte gebruikt worden voor een nieuw pand, een nieuwe functie of de bouw van woningen op dezelfde of andere plaats.

De gezondheidsrisico's van asbestdaken worden helaas zelden als belangrijkste aanleiding gezien om te saneren.

Kostenpost wordt kans

De route van energiebesparing en verduurzaming speelt bij velen tegenwoordig een rol. Bedrijven hebben hun adviseurs om hier op een goede manier mee om te gaan. Particulieren kunnen door voorlichting en bewustwording gestimuleerd worden om van twee ‘problemen’ (energiekosten en asbestdak) één oplossing te maken. Door te saneren zijn asbestdaken niet alleen een kostenpost meer, maar ook een kans voor de eigenaar. Het dak kan na de sanering van asbest geld opbrengen en andere kosten drukken (energiekosten bijvoorbeeld).



Foto: Beschadigd dak. Wind kan hier vat op krijgen en zorgen voor verdere beschadiging
© Omgevingsdienst Regio Utrecht



Versnellingsaanpak

Asbestdakensanering

Plan van aanpak bewustwording en communicatie sanering asbestdaken

Definitief
25 - 11 - 2022

Deel 1: de eigenaar en de omgeving

Deel 2: opzet van de campagne

Deel 3: de diepte in

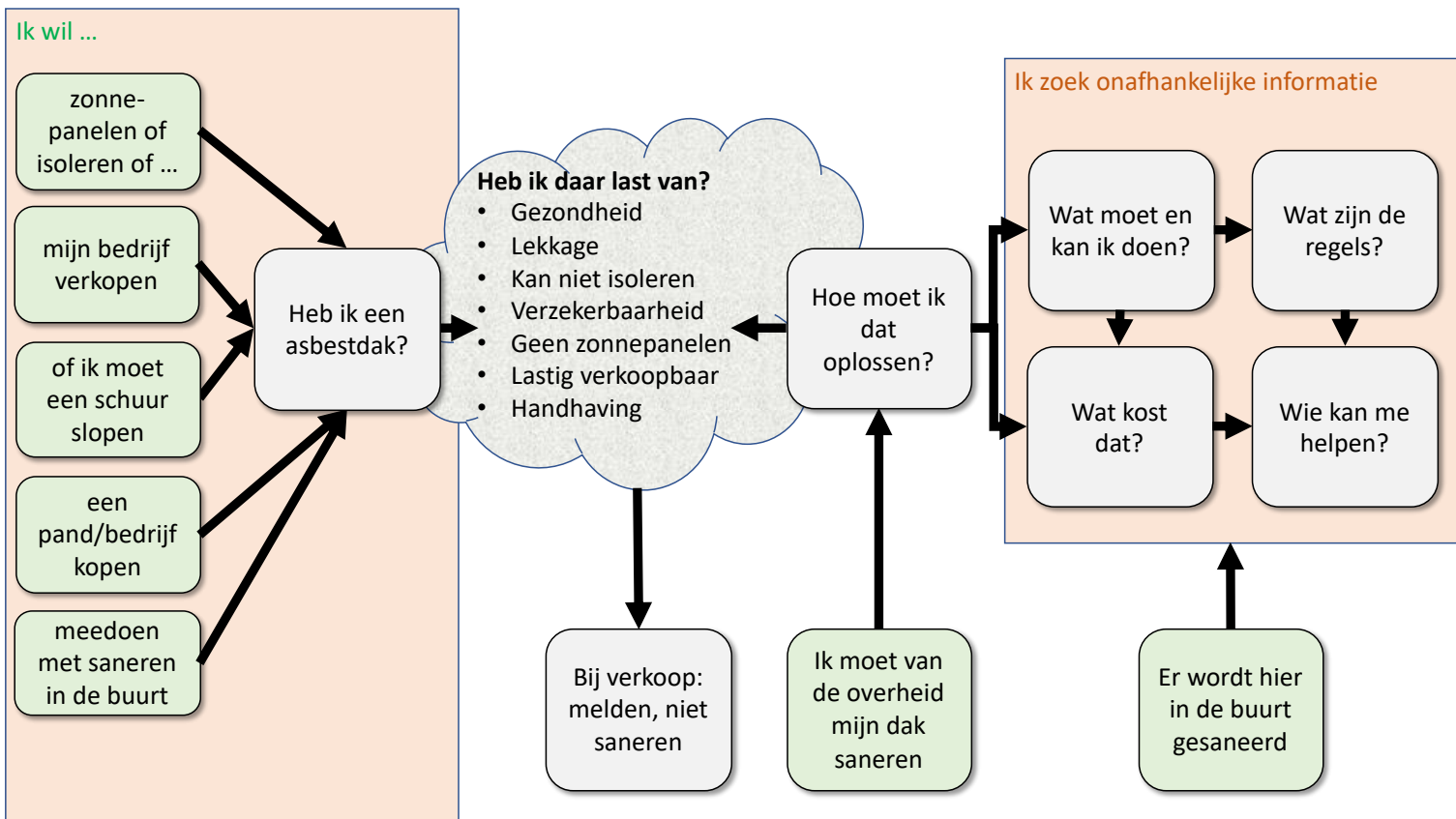
Deel 4: bijlagen

7 HOOFDONDERDELEN VAN DE CAMPAGNE

7.1 Het idee achter de campagne

Het voorstel is om de campagne aan te vliegen vanuit positiviteit met een handelingsperspectief. Er zijn immers kansen die benut kunnen worden (motivatoren). In figuur 7-1 is dat als een soort van denkmodel weergegeven. Eigenaren hebben een bepaalde wens en krijgen vervolgens te maken met diverse vragen. Een campagne met een algemene en overkoepelende boodschap motiveert asbestdakeigenaren om in beweging te komen. Sub-boodschappen kunnen daaropvolgend specifieke doelgroepen aanspreken. Links in het figuur en onderin staan in het groen situaties die voor kunnen komen.

De campagne mag in ieder geval mensen aan het denken zetten en zichzelf de vraag laten stellen of men last heeft van het asbestdak. En zo ja, hoe moet ik dat dan oplossen? Daarvoor is de onafhankelijke informatie rechts in het figuur belangrijk.



Figuur 7-1: Proces rond de eigenaar

Het linker rode vak in het figuur is het onderdeel van de campagne om mensen te informeren over hun situatie voorafgaand aan een sanering. Het overige deel van de campagne, zoals dat in het figuur staat bestaat uit het beschikbaar stellen van informatie.

7.2 Parallel

Alleen maar informatie uitdragen is niet voldoende voor een goed resultaat van de campagne. Dat blijkt uit jarenlange ervaring in de aanpak van asbestdaken. De volgende parallelle sporen zijn noodzakelijk en vergroten de effectiviteit van de campagne:

- **Gemeenten:** gemeenten moeten geïnformeerd worden over de campagne en dat burgers en bedrijven (asbestdakeigenaren) gemeenten naar aanleiding daarvan kunnen benaderen voor vragen. Gemeenten moeten ook (basis)informatiepakketten aangereikt krijgen. Deze pakketten zijn enerzijds voor henzelf om vragen te beantwoorden, anderzijds om burgers en bedrijven door te sturen naar de landelijke website.
 - Gemeenten kunnen ontzorgd worden als ze bewoners kunnen doorverwijzen naar een platform/website of bijvoorbeeld kunnen doorverwijzen naar de erfcoach/plattelandscoach.
 - Energiecoaches van gemeenten kunnen meegenomen worden in de campagne als 'beïnvloeder'. De parallellen tussen de energietransitie en asbestdaken liggen voor de hand. Ook campagnes zoals '[Verbeter je huis](#)' lopen deels parallel met de campagne.
 - Gemeenten zijn belangrijk om leningen te kunnen verstrekken aan eigenaren (wegnemen remmer). Hiervoor moet een gemeente een voorbereiding doen en een besluit nemen. Dit betekent een samenwerking met SVn.
- **Provincies:** provincies zijn cruciaal om provincie breed gemeenten te motiveren en te faciliteren. Asbestdaken zijn een gemeentegrens overstijgend probleem. Net als gemeenten hebben ook provincies belang bij een goede en gezonde leefomgeving.
 - Provincies kunnen bijdragen door 1 loket op te richten voor de gehele provincie waar mensen en bedrijven met vragen terecht kunnen (wellicht ondergebracht bij een bestaand energieloket).
Eén loket is tegelijkertijd ook efficiënt voor gemeenten. Ze kunnen dan naar dit loket doorverwijzen. In de Achterhoek zijn hier positieve ervaringen mee.
- **Omgevingsdiensten:** omgevingsdiensten zijn voor de aanpak en handhaving rondom asbestdaken belangrijk. Enerzijds als stok in het proces, maar ook om eigenaren te laten weten dat ze een asbestdak hebben en dat de sanering van dat dak kansen biedt.
 - De 'Handreiking handhaving asbestdaken' gaat in op de handavingsaspecten. Door daarnaast inzicht te geven in de handelingsperspectieven aan de omgevingsdiensten, kan toezicht worden aangevuld met het verstrekken van nuttige informatie met betrekking tot het asbestdak. Dit kan weer leiden tot een positieve motivatie om te gaan saneren.
- **Erfcoaches, plattelandscoaches:** deze coaches zijn belangrijk voor eigenaren van VAB en de agrariërs die overwegen te stoppen, willen uitbreiden of een andere invulling zoeken voor het erf. Ook voor hen is een informatiepakket met eventueel een bijbehorende instructie zinvol, zodat ook zij eigenaren kunnen motiveren en waar kan ook faciliteren.
- **Andere beïnvloeders:** in hoofdstuk 3 is een overzicht gegeven van eigenaren en van beïnvloeders in de omgeving van de eigenaren. De belangrijkste beïnvloeders moeten meegenomen worden in de campagne (zie hoofdstuk 3).

Voor gemeenten geldt dat zij een stevig takenpakket hebben. Drukke en onderbemensing is een remmende factor om het onderwerp 'asbestdaken' op de kaart te zetten én op te pakken. Om zoveel mogelijk gemeenten aan te laten haken bij de aandacht voor de aanpak van asbestdaken, moeten zij binnen de campagne op dezelfde manier gefaciliteerd worden als de dakeigenaar.



Foto: Tijdens het opruimen van asbestdeeltjes in het centrum van Roermond na de asbestbrand van 16 december 2014

Samenwerking en uitwisselen ervaringen bevorderen

Door samenwerking en uitwisseling van ervaringen van alle beïnvloeders actief te bevorderen, wordt de campagne effectiever. Men ziet onderling wat er allemaal kan en wat de resultaten zijn. Daarnaast kan men vaak gebruik maken van informatie en ander materiaal zoals draaiboeken en communicatiemiddelen. Nu gebeurt dit al binnen de samenwerking van ambassadeurs.

8 COMMUNICATIESPOREN EN OPZET VAN DE CAMPAGNE

8.1 Inleiding

Gelaagd

Het voorstel voor een campagne bestaat ten eerste uit een **publiekscampagne** met een algemene boodschap voor alle asbestdakeigenaren én verdiepende (sub)boodschappen voor diverse (sub)doelgroepen en soorten asbestdakeigenaren. Ten tweede loopt vooraf aan en tegelijkertijd met de publiekscampagne een **aanvullende informatiecampagne** voor de omgeving/beïnvloeders. Zo kunnen ook zij een rol pakken in de campagne.

Op deze manier kan een gelaagde campagne worden gerealiseerd. Dat wil zeggen dat de boodschap zoveel mogelijk gelijktijdig en eenduidig door iedereen wordt uitgedragen.

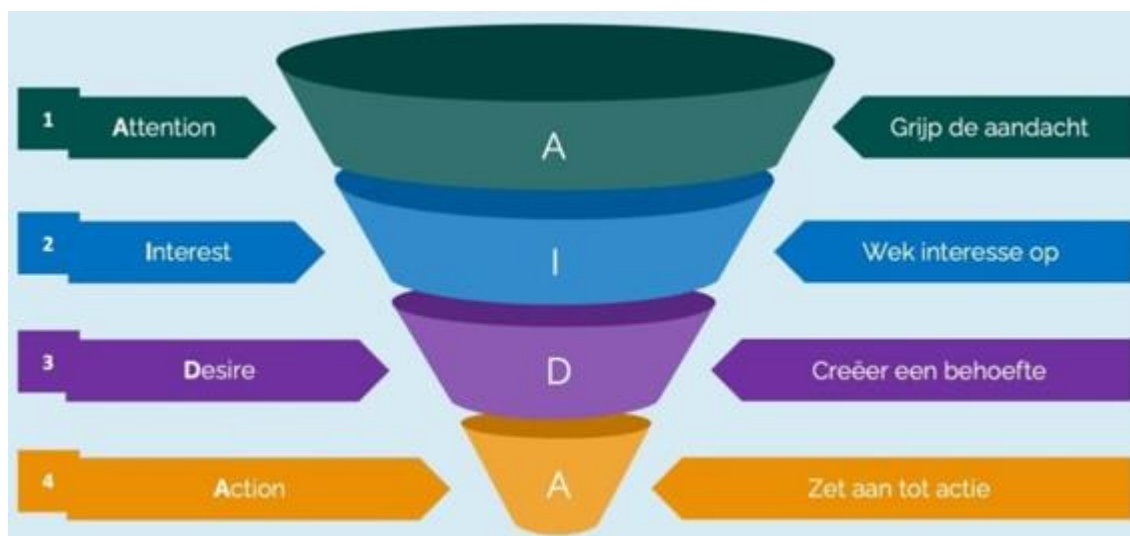


De campagne wil remmende factoren omzetten in motiverende factoren. Dan komt de kar in beweging.

Het voorstel van voor de totale campagne is dat de publiekscampagne richt zich op de asbestdakeigenaren en de voorlichtingscampagne op alle beïnvloeders. Zij kunnen op hun beurt dezelfde informatie en boodschap via hun eigen kanalen naar de asbestdakeigenaar uitdragen. Met een gelaagde campagne worden alle doelgroepen actief geïnformeerd. En dat geldt ook voor de omgeving/ beïnvloeders van de eigenaar. Om tot die gelaagde aanpak te komen zijn de 'koffertjes met informatie' bedoeld.

Eigenaar centraal

Het advies is dat de campagne bestaat uit de elementen informeren, motiveren en faciliteren, vergelijkbaar met het communicatiemodel AIDA. Bij dit model wordt er eerst de aandacht van de doelgroep gevraagd en vervolgens interesse opgewekt. Dit creëert een behoefte bij de dakeigenaar om het dak toch te saneren. Het daadwerkelijk saneren is daarbij dan de laatste stap in het proces.



Figuur 8-1: Het communicatiemodel AIDA. Bron: IMU (Internet Marketing Unie)

Eerder is al beschreven dat de asbestdakeigenaren centraal staan in de campagne. De eigenaar beslist of, wat en wanneer hij of zij saneert. Ook is beschreven dat de eigenaar een besluit neemt, mede gebaseerd op wat hij of zij weet van onder andere de risico's, de spelregels en de kosten van sanering (zie deel 3 – De diepte in).

Ook de omgeving van de eigenaar is belangrijk. Beïnvloeders in die omgeving moeten over inhoudelijk juiste en betrouwbare informatie beschikken. De omgeving van elke eigenaar is namelijk anders, net zoals zijn wensen en behoeften. Alle seinen moeten voor elke dakeigenaar op groen staan. Daar moet bij de opzet van de campagne rekening mee worden gehouden.

8.2 Actief uitdragen

Voor de campagne wordt voorgesteld om het actief uitdragen van informatie en succesvolle voorbeelden laten zien, een vast onderdeel te laten zijn. Via bijvoorbeeld advertenties, berichten op social media, infographics, animaties en filmpjes en mogelijk ook spotjes op televisie en/of radio. De kern van de over te brengen informatie kan dan het beste aansluiten bij vragen zoals:

- Hoe weet ik of ik een asbestdak heb?
- Wat zijn de risico's van het asbestdak?
- Wat kan ik met mijn dak doen (regels)?
- Wat zijn de voordelen/kansen van de sanering van mijn dak?
- Wat is mijn handelingsperspectief?
- Wat kost de sanering en mijn nieuwe dak?

Als alleen de overheid uitdraagt, zal dat niet effectief genoeg zijn. Het idee van 'Wij van WC-eend' et cetera moet vermeden worden. Testimonials van eigenaren die hun dak gesaneerd hebben, zijn oprecht en dragen bij aan een krachtige boodschap. Het actief uitdragen heeft tot doel om de eigenaar te bewegen om na te denken over de situatie van het eigen asbestdak én uiteraard om over te gaan op saneren.



Informatie beschikbaar

Als door het actief uitdragen van informatie met een heldere boodschap de eigenaar enthousiast wordt om de eerste stappen voor een sanering te zetten, mogen er bij de vervolgstappen geen remmers ontstaan. Allerlei informatie die de eigenaar nodig heeft over bijvoorbeeld de sanering, regels, kosten en risico's moet makkelijk beschikbaar zijn en uiteraard inhoudelijk juist en actueel (via bijvoorbeeld een kennisplatform). Alleen dan kan de eigenaar direct verder en heeft het gevoel of weet waar hij met deze informatie aan toe is. Dergelijke informatie moet ook beschikbaar voor zijn omgeving (beïnvloeders) om ervoor te zorgen dat zij hier ook bij kunnen ondersteunen.

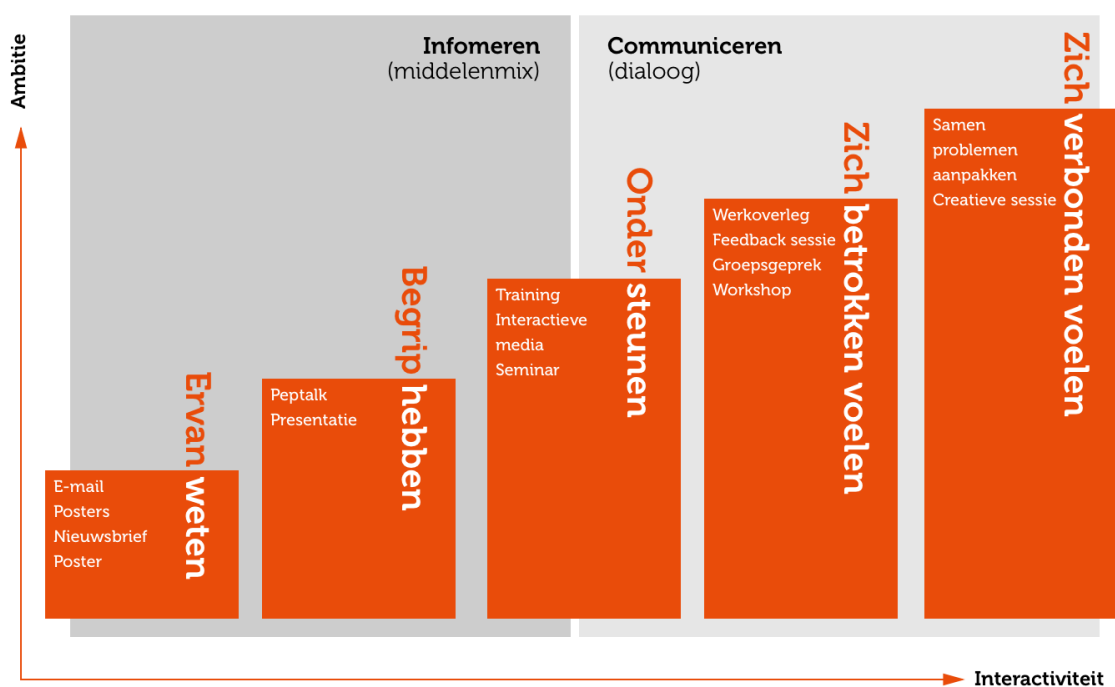
Kennisplatform en 'Koffertjes'

Een kennisplatform met daarop alle 'op maat' informatie voor allerlei soorten asbestdakeigenaren en beïnvloeders kan een website zijn.

Voor de organisaties in de omgeving en voor de beïnvloeders van de eigenaar zijn informatiepakketten (koffertjes met informatie) een mooi middel. Deze informatiepakketten bevatten op maat gemaakte informatie die elke organisatie zelf kan gebruiken of kan meenemen naar een eigenaar.

Persoonlijk

Uit ervaring in de aanpak van asbestdaken blijkt dat een persoonlijke benadering van asbestdakeigenaren het beste werkt. Zo kan er een open gesprek worden gevoerd, kunnen allerlei vragen gesteld worden en kunnen aannames worden toegelicht. Vaak zet dat een asbestdakeigenaar aan het denken en is hij eerder genegen om de stap naar de sanering van het asbestdak te maken. Onder persoonlijk worden onder meer individuele keukentafelgesprekken of bijeenkomsten voor specifieke doelgroepen asbestdakeigenaren verstaan.



Figuur 8-2: De trap van Quirke, bron: Nederlandse Vereniging van Ziekenhuizen

De sanering van een asbestdak ligt voor eigenaren heel persoonlijk. Het kost geld en de 'opbrengst' is lastig meetbaar. De trap van Quirke geeft aan dat hoe hoger je veranderambitie, des te meer je moet doen om (interactie) om mensen erbij te betrekken. Dat geldt ook als het onderwerp gevoelsmatig dicht bij de doelgroep komt (asbestdakeigenaar). Dus hoe moeilijker een eigenaar het verzoek tot saneren vindt, hoe meer baat de campagne heeft bij persoonlijke communicatie en oplossingen.

Voorbeeldprojecten

Ook voor de aanpak van asbestdaken geldt dat 'zien is geloven'. Voorbeeldprojecten zijn daar uitermate voor geschikt. Door verspreid over het land voorbeeldprojecten te organiseren, gaat de sanering van het dak en de noodzaak ervan leven. Dan is een succesvolle aanpak van dichtbij zichtbaar. In het verleden zijn er al aardig wat voorbeeldprojecten gedaan, bijvoorbeeld de collectie sanering van daken van schuurtjes in Dalfsen. Deze actie werd geïnitieerd door [duurzaamheidsvereniging Groen Gebogen](#).

In de Achterhoek hebben er 25 'asbesttreinen'⁹ gedraaid. Hierbij zijn 950 keukentafelgesprekken gevoerd met eigenaren, in goede samenwerking met 6 Achterhoekse gemeenten. Draaiboeken en ervaringen van deze projecten kunnen gebruikt worden.

Ook voorbeeldprojecten die betrekking hebben op de informatieverstrekking door gemeenten kunnen zinvol zijn. Net zoals voorbeeldprojecten die zich richten op handhaving van asbestdaken die mogelijk verplicht gesaneerd moeten worden. Al deze voorbeeldprojecten bieden nuttige informatie en laten zien of iets werkt.

⁹ Een 'asbestrein' is een samenwerking tussen bedrijven om eigenaren te ontzorgen: van asbestinventarisatie tot en met een nieuw dak, eventueel met zonnepanelen. De asbesttreinen werden ondersteund door de betrokken overheden.

8.2.1 Goed voorbereiden

Actief uitdragen is mogelijk als het kanaal en de beïnvloeder daarvoor klaar is. Het advies is om de tijd te nemen dit goed voor te bereiden. Dit geldt voor de hele campagne. De asbestdakeigenaar informeren kan pas als de beïnvloeders hiervoor voorbereid zijn (geïnformeerd en voorzien van uitgebreide informatie voor meerdere soorten asbestdakeigenaren). Dan loopt de asbestdakeigenaar niet vast in het proces van informeren, motiveren en faciliteren.

8.2.2 Goed voorbeeld doet goed volgen

Beweging creëren bij de dakeigenaar is de uiteindelijke succesfactor van de campagne. De Week van de Asbestvrije Schuur is daar een goed voorbeeld hiervan. Praktische acties maken dat het beeld van saneren gaat leven. Zien is bij deze maatschappelijke opgave vaak geloven. Daarnaast is het makkelijker voor eigenaren om een succesvol voorbeeld na te doen, dan om het wiel zelf uit te vinden. Op dit moment zal er bijvoorbeeld veel animo zijn om zonnepanelen te plaatsen. Ook voor gemeenten geldt dat het niet nodig is om het wiel opnieuw uit te vinden. Ze kunnen gebruik maken van opgedane ervaringen, beschikbare kennis en documenten.



Foto: Saneren van een asbestdak



Versnellingsaanpak

Asbestdakensanering

Plan van aanpak bewustwording en communicatie sanering asbestdaken

Definitief
25 - 11 - 2022

Deel 1: de eigenaar en de omgeving

Deel 2: opzet van de campagne

Deel 3: de diepte in

Deel 4: bijlagen

9 RISICO'S VAN ASBESTDAKEN

9.1 Onderzoeken

Naar de risico's van asbest wordt al lang onderzoek gedaan. Het asbestbeleid in Nederland is onder andere gebaseerd op een deel van onderstaande onderzoeken.

- In 2010 zijn de bestaande normen voor blootstelling aan asbest opnieuw bezien door de Gezondheidsraad¹⁰. Zij kwamen tot het voorstel om de waarden voor blootstelling aan asbest tijdens het leven en in de werksituatie sterk aan te scherpen.
- In 2021 heeft GeoFoxx onderzoek¹¹ gedaan naar de aanwezigheid van asbestvezels onder daken zonder dakgoot. De conclusie was dat onder deze daken sterk verhoogde concentraties asbest in de bodem aanwezig kunnen zijn.
- In 2022 heeft TNO onderzoek¹² gedaan naar de verspreiding van vezels en asbestdelen van asbestdaken. De conclusie was dat de bulk van de asbestvezels afspoelen en via de dakgoot worden afgevoerd. En als er geen dakgoot aanwezig is, komen de vezels op de bodem onder het dak terecht.

Ook al is sinds de jaren '90 de achtergrondconcentratie van asbestvezels sterk verminderd. Asbestdaken zijn nu de belangrijkste bron van asbestvezels in de lucht. De achtergrondconcentraties worden jaarlijks gemeten door TNO ([zie rapportage uit 2016](#)).

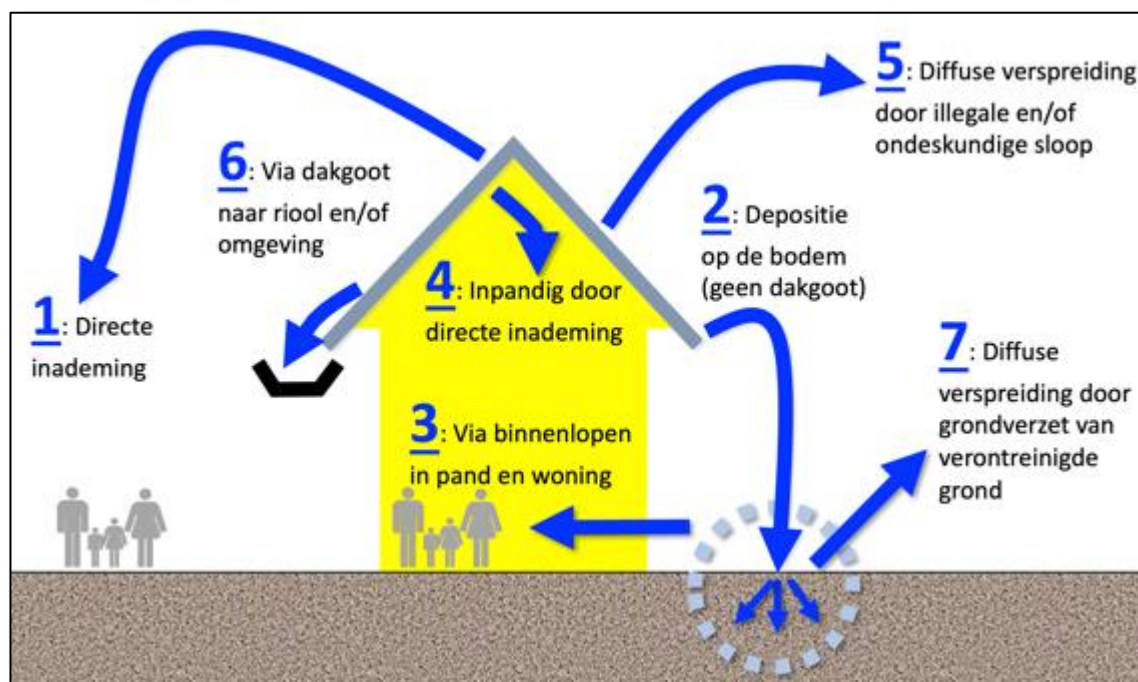
9.2 Praktische betekenis

Volgens het onderzoek van TNO 2022 verspreiden asbestvezels zich vooral via de dakgoot naar de leefomgeving of komen op de bodem terecht (route 6 op de figuur). Dat betekent dat asbestdaken nu nog steeds leiden tot ongecontroleerde verspreiding van vezels in de leefomgeving. Hierbij kunnen vezels zich ophopen in de bodem en mogelijk ook in slib op de waterbodem of in slib van waterzuiveringen. Als er sprake is van asbestdaken op schuurtjes in tuinen of van woningen met asbestdaken, dan komen deze asbestvezels vrij in de leefomgeving van de bewoners.

¹⁰ Gezondheidsraad, [Risico's van milieu- en beroepsmatige blootstelling](#), 2010

¹¹ Geofoxx, [Beleidsinbedding inspoelzones asbestdaken](#), 2017

¹² TNO, [De verwerking van asbesthoudende daken en de verspreidingsroutes en blootstellingsrisico's van daarbij vrijkomende asbest\(vezels\)](#), 2022



Figuur 9-1: Routes van asbestvezels. Bron: TNO 2022

9.3 Hoeveelheid te saneren asbestdaken en tempo van saneringen

Op de [website van het Programmabureau](#) staat de landelijke [asbestdakenkaart](#). Deze kaart geeft per gemeente zoveel mogelijk inzicht in hoeveel asbestdaken er nog zijn en om hoeveel m² het gaat. Op basis van onder andere deze registratie en de registratie van sanering in het LAVS kan een schatting gedaan worden over de hoeveelheid nog te saneren asbestdaken. Deze schatting voor alle daken in Nederland, ligt nu rond de 80 miljoen m².

Tempo van saneringen

Het tempo van saneringen is sinds het niet doorgaan van het asbestdakenverbod in 2019 sterk afgenomen. De volgende tabel laat dat zien.

Tabel 9-1: Voortgang van de sanering van asbestdaken sinds 2014

Asbestdaken	1 ^e kwartaal miljoen m ²	2 ^e kwartaal miljoen m ²	3 ^e kwartaal miljoen m ²	4 ^e kwartaal miljoen m ²	Totaal miljoen m ²
Verwijderd in 2014	1,5	1,6	1,7	1,1	5,9
Verwijderd in 2015	1,2	2,1	1,9	1,7	6,9
Verwijderd in 2016	1,8	2,7	2,9	2,5	9,9
Verwijderd in 2017	2,2	2,8	2,9	2,9	10,8
Verwijderd in 2018	2,5	3,7	3,4	3,2	12,8
Verwijderd in 2019	2,2	3,2	2,7	1,7	9,8
Verwijderd in 2020	1,5	1,8	1,7	1,7	6,7
Verwijderd in 2021	1,5	1,7	1,0	1,1	5,3
Verwijderd in 2022	1,3	1,7	1,5	Nog onbekend	4,5
Totaal verwijderd					72,6

Voorafgaand aan het asbestdakenverbod werd er veel gesaneerd. In 2018 werd er zelfs 12,8 miljoen m² gesaneerd. Dit is afgenomen tot rond de 6 miljoen m² per jaar. Het niet doorgaan van het asbestdakenverbod speelt hierbij een rol. Dat er voor die tijd meer werd gesaneerd heeft ongetwijfeld ook te maken met een subsidie die tot ver in 2018 beschikbaar was: € 4,50 per m² gesaneerd dak. Het huidige saneringstempo betekent nu dat het zeker 13 jaar of langer gaat duren voordat alle daken in Nederland zijn gesaneerd.



Foto: Schuurtje met een asbestdak in de achtertuin © Waterman Legal Consultancy



Foto: Asbestvezels steken uit een golfplaat © Waterman Legal Consultancy

10 REGELS VOOR HET SANEREN VAN ASBESTDAKEN

10.1 Duidelijkheid over regels helpt

Regels op termijn

Een eigenaar heeft duidelijkheid nodig over welke regels met betrekking tot sanering van toepassing zijn, wil er meer vaart komen in de sanering van asbestdaken. Als het beeld is dat het in de toekomst makkelijker wordt, is dat een prikkel om sanering uit te stellen. Binnen de campagne is het raadzaam om asbestdakeigenaren duidelijk te maken dat de regels voor het (zelf) saneren van asbestdaken niet zullen wijzigen en daardoor saneren niet eenvoudiger of goedkoper wordt. Hiermee vervalt een argument om de sanering van het asbestdak uit te stellen.

Regels die nu gelden

Welke regels gelden voor het saneren van een asbestdak hangt af van:

- Grootte van het dak: tot 35 m² mag een particulier dit onder een aantal voorwaarden zelf saneren. Vanaf 35 m² moet een particulier de sanering laten doen door een gecertificeerd bedrijf.
- Zakelijke eigenaren moeten de sanering altijd laten doen door een gecertificeerd bedrijf, ongeacht de grootte van het dak.

Hieronder is dat verder uitgewerkt.

10.2 Minder dan 35 m² asbestdak en particulier

Een particulier mag zijn asbestdak kleiner dan 35 m² (per kadastraal perceel) onder bepaalde voorwaarden zelf saneren. Na een melding bij de gemeente kan een eigenaar aan de slag.



Belangrijk!

Onder voorwaarden mag een particulier zelf saneren (max 35 m²)

- Een sanering van dakleien mag een particulier nooit zelf doen. Dit moet altijd door een gecertificeerd bedrijf worden gedaan.
- Het asbestdak moet bestaan uit golfplaten. Deze golfplaten mogen niet verweerd zijn. En ze moeten vastgeschroefd zijn (niet gespijkerd, gemetseld of op een andere manier zijn vastgemaakt).

- De sanering melden bij de betreffende gemeente (Omgevingsloket).
- Een goede voorbereiding en veiligheidsmaatregelen nemen.
- Meer dan 35 m² van een groter dak saneren mag niet. Is het dak groter, dan moet het dak worden gesaneerd door een gecertificeerde asbestsaneerder.
- Voor een sanering door een particulier (< 35 m²) is geen asbestinventarisatie vooraf nodig.
- Betaalde hulp/ondersteuning bij de sanering mag niet. Dit wordt dan gezien als een bedrijfsmatige sanering. Hiervoor gelden andere spelregels, namelijk de regels van sanering als ondernemer. In dat geval moet het dak volledig worden gesaneerd door een gecertificeerde asbestsaneerder. De reden dat asbestdaken groter dan 35 m² moeten worden gesaneerd zijn de gezondheidsrisico's. Hoe meer een particulier zelf saneert, hoe groter het risico. Om die risico's te minimaliseren of te voorkomen, mag een particulier alleen zijn dak zelf saneren als deze maximaal 35 m² groot is

Er is geen verplichting om een asbestdak te saneren. Is het dak in slechte staat en vormt het een rechtstreeks gevaar voor mens en milieu, dan kan een dakeigenaar echter wel gedwongen worden om te saneren (handhaving).

Is er sprake van een huurwoning? Dan kan er contact worden opgenomen met de verhuurder/woningstichting. Zij zijn verantwoordelijk voor de sanering van het asbestdak van het schuurtje of bijgebouw.

Is een dakeigenaar ondernemer met een asbestdak kleiner dan 35 m², dan is deze eigenaar verplicht zijn dak te laten verwijderen door een gecertificeerde asbestsaneerder.

Gecertificeerd bedrijf

Werken met asbest brengt risico's met zich mee. Certificering is een instrument dat wordt ingezet om deskundigheid en vakmanschap te borgen, zodat er veilig en gezond gewerkt wordt. Gecertificeerde bedrijven en personen beschikken over de kennis en vaardigheden die nodig zijn om dit werk veilig te kunnen doen.

In het Arbeidsomstandighedenbesluit is vastgelegd dat bedrijven die asbest inventariseren en bedrijven die asbest verwijderen in het bezit moeten zijn van een certificaat. De eisen voor zo'n certificaat staan in de werkveldspecifieke certificatieschema's.

Of een bedrijf gecertificeerd is, is terug te vinden in het [Certificaatregister](#). Stichting [Ascert](#) beheert de certificatieschema's en het certificaatregister namens het ministerie van SZW.

Kansen!

Aanpakken van het asbestdak betekent kansen voor verduurzamen en verbeteren. Denk aan het plaatsen van een regenton, een groen dak, zonnepanelen en isoleren. Door dit meteen te combineren met saneren bespaart dit tijd en geld.

10.3 Meer dan 35 m² asbestdak en particulier

Is het asbestdak groter dan 35 m², dan moet een particuliere eigenaar het asbestdak laten saneren door een [gecertificeerde asbestsaneerder](#). Zakelijke asbestdakeigenaren moeten altijd het asbestdak laten saneren, hoe groot of klein het dak ook is (ook kleiner dan 35 m²).



Belangrijk!

- Een particuliere asbestdakeigenaar moet het dak altijd laten saneren door een gecertificeerde asbestsaneerder als het groter is dan 35 m².
- Is er twijfel of het dak asbesthoudend is? Dan is een onderzoeken door een asbestinventarisatiebedrijf verstandig. Gaat de eigenaar over tot sanering van het asbestdak, dan is een inventarisatierapport verplicht.

10.4 Zakelijk eigenaar van een asbestdak

Een zakelijke asbestdakeigenaar staat als bedrijf ingeschreven bij de Kamer van Koophandel. De spelregels voor de sanering van een particulier asbestdak groter dan 35 m² zijn bijna gelijk aan de sanering van een asbestdak van bedrijven/ondernemers. Het enige verschil is dat bedrijven altijd het asbestdak moeten laten saneren, hoe groot of klein het dak ook is.

Daarnaast kunnen zakelijke asbestdakeigenaren bij de financiering van de sanering vaak gebruik maken van fiscale voordelen. Die mogelijkheid heeft een particuliere asbestdakeigenaar niet.



11 KOSTEN VAN HET SANEREN VAN ASBESTDAKEN

11.1 Duidelijkheid over kosten

Als een eigenaar vroegtijdig een goed inzicht heeft in de te verwachten kosten van saneren, kosten van sloop, kosten van een nieuw dak et cetera, dan weet men waar men aan toe is. Met deze informatie kan de eigenaar ook offertes beter beoordelen. Deze informatie moet eenvoudig beschikbaar zijn en betrouwbaar. Als die informatie er niet is, is dat een remmer.

Ook is het belangrijk dat het voor de eigenaar duidelijk is dat een nieuw dak ook geld kost. Ook als een dak geen asbest bevat en bijvoorbeeld bestaat uit betonnen dakpannen, moet dat dak na verloop van tijd vervangen worden.

Voor de kosten moet de eigenaar ook snel een beeld kunnen krijgen of het mogelijk is om hiervoor geld te lenen. En of dat kan bij een bank of dat hiervoor een lening via de gemeente (bijvoorbeeld in combinatie met SVn) een betere optie is. Ook kan er sprake zijn van subsidies die de eigenaar kan gebruiken. Ook hiervoor geldt dat een snel inzicht voorkomt dat onduidelijkheid een remmer wordt. Subsidies voor verduurzaming moeten een motivator zijn.

11.2 Factoren die van invloed zijn op de kosten(posten)

Als per fase de verschillende kostenposten van sanering/vervanging op een rij worden gezet, is het goed om te weten dat er in bijna alle gevallen een aantal vaste factoren van invloed zijn op de (hoogte van) kosten(posten).

Dit zijn de belangrijkste factoren als een eigenaar het asbestdak zelf verwijdert:

- **Afmeting van het dak.**
- **Soort dakbedekking.**
- **Bereikbaarheid van het dak:** kan men makkelijk bij uw dak? Is er bijvoorbeeld een rolsteiger nodig?
- **Nieuw dak:** Wil men een eenvoudig golfplaten dak, een geïsoleerd dak of een groen dak?

Dit zijn de belangrijkste kostenfactoren als een eigenaar zijn dak laat verwijderen:

- **Afmeting van het dak.**
- **Soort dakbedekking.**
- **Bevestiging van het dak:** Is een dak geschroefd of is het verbonden met het gebouw met bijvoorbeeld spijkers of cement?
- **Bereikbaarheid van het dak:** Is het dak makkelijk bereikbaar met een verreiker of is er een rolsteiger of kraan nodig of moet de omgeving worden afgezet?
- **Toestand van het dak:** Is het dak niet beschadigd én is het zonder beschadigingen te verwijderen en is er mogelijk sprake van veel begroeiing als mos of klimplanten?
- **Overige aspecten:** is het te saneren dak wel/niet geïsoleerd? Is de stal of de ruimte goed leeg te halen bij een niet geïsoleerd dak? Is er sprake van een toepassing van asbest binnenshuis?
- **Nieuw dak:** Wil men een eenvoudig golfplaten dak, een geïsoleerd dak of een groen dak?

11.3 Vuistregels voor de kosten

Hiervoor zijn de belangrijkste kostenposten gegeven. Per geval moet bepaald worden wat een schatting van de prijzen zijn. Een eigenaar moet ook altijd scherp blijven op het feit dat verschillende saneerders van daken kostenposten verschillend kunnen omschrijven of sommige kostenposten onder een andere noemer samenvoegen. Voor het globale beeld enkele kentallen:

- Saneren van een dak van een schuur >1.000 m² golfplaten: de kosten hiervoor zullen bij een goed bereikbaar dak, geschroefd, dat in een redelijke tot goede staat is en niet te veel zaken heeft zoals doorvoeringen, aansluitingen op andere daken, et cetera heeft circa 10 euro/m² inclusief BTW bedragen¹³. Dat zijn de kosten zonder een nieuw dak.
- Saneren van een dak van een schuur tussen de 500 en 1.000 m²: Hiervoor zijn geen ramingen bekend. De kosten per m² kunnen oplopen tot het dubbele per m² ten opzichte van een dak > 1.000 m². Alle aan- en afvoerkosten en voorbereiding en nazorg moeten dan immers over een kleinere oppervlakte gedeeld worden.
- Sanering van een dak <35 m²: hierbij zijn de kosten voor aan- en afvoer en alle voorbereiding en nazorg ten opzichte van het oppervlak hoog. De prijs per m² kan hoog zijn. De totale prijs kan dan oplopen van 1.500 tot 2.500 euro per dak. Door zo'n dak met meerdere daken tegelijk aan te pakken kunnen de kosten per dak sterk dalen.
- Saneren van dakleien: los van alle situationele aspecten is het saneren van asbesthoudende dakleien kostbaar. De kosten voor het saneren zullen over het algemeen ongeveer 70 – 80 euro/m² bedragen. Dat is exclusief de kosten van een nieuw dak.
- Saneren van een schuurtje <35 m² (bijvoorbeeld in een achtertuin): de kosten hiervoor zullen laag zijn. De particulier mag dit onder omstandigheden zelf doen. Kosten bestaan uit handschoenen en veiligheidskleding, plastic voor inpakken van de golfplaten, eventuele huur van een container, afvoeren van de ingepakte dakplaten, bier na afloop. De kosten variëren dan van nihil tot enkele honderden euro's.
- Gezamenlijk particulier saneren in de buurt: dan hebben we het over een dak van <35 m² dat door de particulier gesaneerd mag worden. Hiervoor zijn er initiatieven om dit gezamenlijk te doen. Door [Milieu Centraal](#) wordt jaarlijks de [Week van de Asbestvrije Schuur](#) georganiseerd. Het volgende [filmpje](#) geeft hiervan een goed beeld. Zeker als de gemeenten kosten op zich neemt voor bijvoorbeeld de afvoer van het asbest, dan blijven de kosten voor de eigenaren laag.



11.4 Keten en handelingsperspectief

De keten van eigenaar – adviseur – marktpartij werkt als er een handelingsperspectief is. Dat is een positief perspectief, een reden om in beweging te komen. Positieve handelingsperspectieven om tot saneren over te gaan zijn:

- Ik weet vooraf wat de kosten zijn en ik weet vooraf dat ik het kan betalen/financieren.
- Ik woon in een veilige omgeving.
- Mijn dak levert energie.
- Ik heb een goed geïsoleerd dak.
- Ik heb een duurzaam groen dak.

¹³ Programmabureau, [Kostenevaluatie voor sanering van asbesthoudende golfplaten: innovatief en conventioneel](#), 2022

- Ik heb voor een gunstige prijs een nieuw dak.
- Ik hoef weinig moeite te doen om een beter dak te krijgen.

Voor informatie, maar ook voor meldingen of vergunningen, kloppen bedrijven en particulieren veelal bij de overheid aan. De overheid moet daarom gefaciliteerd worden in het geven van juiste en praktische informatie. De overheid moet hierin ook gefaciliteerd worden om uit te sluiten dat de keten hier stopt.

Ook zoeken bedrijven particulieren op internet en social media naar informatie. Dus hier moet duidelijke en betrouwbare informatie makkelijk beschikbaar zijn.

Parallel hieraan is er ook een negatief perspectief: handhaven als er een situatie is die niet aanvaardbaar is. Toezicht en handhaving horen daarmee ook onderdeel te zijn van een campagne voor bewustwording en communicatie.



Versnellingsaanpak

Asbestdakensanering

Plan van aanpak bewustwording en communicatie sanering asbestdaken

Definitief
25 - 11 - 2022

Deel 1: de eigenaar en de omgeving

Deel 2: opzet van de campagne

Deel 3: de diepte in

Deel 4: bijlagen

BIJLAGE 1: KADERS MINISTERIE VAN IENW - PLAN VAN AANPAK BEWUSTWORDING EN COMMUNICATIE SANERING ASBESTDAKEN

1. Focus ligt primair op communicatie over het veilig en versneld verwijderen van asbestdaken aangevuld met stimuleren asbestinventarisaties/sloopmeldingen door particulieren en hoe zij het best veilig kunnen (laten) saneren. Dit laatste is toegezegd naar aanleiding van beantwoording van Kamervragen over staalschroot (reactie op brief OD NL).
2. Doelgroep: zowel zakelijke als particuliere dakeigenaren.
3. Te denken valt aan communiceren van informatie over risico's, maar zeker ook aan handelingsperspectief ('ik heb een asbestdak, wat nu?').
4. Uitgangspunt is directe/rechtstreeks communicatie met dakeigenaren zelf, slechts een klein deel van het budget kan worden ingezet voor communicatie met/bestemd voor overheidsinstellingen en andere organisaties. Dit kan wel worden gefaciliteerd met een toolkit om te helpen een duidelijke, eenduidige boodschap te kunnen geven die voorziet in de informatiebehoefte.
5. Op basis van een gesprek met de Directie Communicatie van I&W gaat de eerste gedachte uit naar een grote, meerjarige publiekscampagne dat een bepaald vaststellings- en ontwikkeltraject zal moeten doorlopen (6-9 maanden doorlooptijd).
6. Toolkit en campagne vormen een geheel, in de zin van boodschap, stijl etc.
7. Hiervoor zal een nadere specificatie moeten plaatsvinden van de doelgroepen die we willen bereiken en het doel van de campagne (welke gedragsverandering wil je bereiken). Daarnaast zal een inventarisatie moeten plaatsvinden van de huidige activiteiten en doelgroepen waar de samenwerkingspartners zich al op richten.
8. Gezocht moet worden naar uitbreiding van samenwerkingspartners met het oog op communicatiekanalen om de toolkit in te zetten. Voorbeelden: VEH, LTO, andere branche-organisaties, VWDHZ (bouwmarkten).
9. De publiekscampagne kan worden aangevuld met kleinere activiteiten zoals het beschikbaar stellen van toolkits (voor dakeigenaren die willen saneren), folders, posters, et cetera.
10. Waar mogelijk wordt gebruik gemaakt van Milieu Centraal (dat zich richt op particulieren).
11. Communicatie moet zo rechtstreeks mogelijk gericht zijn op de verschillende subdoelgroepen. Indirecte communicatie/bewustwordingsinitiatieven door aan te haken bij andere maatschappelijke opgaven (bijvoorbeeld stikstofreductie) wordt alleen voor gekozen als daar geen alternatief voor beschikbaar is.
12. Het beschikbare budget zal niet worden ingezet voor algemene expertise ontwikkeling van (erf)coaches en adviseurs die zich bezighouden met meer dan alleen asbestdaken.
13. Output moet zo concreet en meetbaar mogelijk zijn. Waar mogelijk worden de effecten van de communicatie gemeten. Dit is belangrijke input voor de evaluatie in 2026.
14. Op verzoek van SZW maakt het RIVM een advies over hoe het best over risico's kan worden gecommuniceerd (dit ter voorbereiding op de communicatie van SZW over de komende stelselwijziging). Dit is onderdeel van de implementatie van de wijzigingen van het arbobeleid. Afstemming met de SZW-communicatie is vereist. Overwogen wordt het RIVM ook advies te vragen over communicatie over risico's van asbestdaken.



Foto: Door de ambassadeurs ondertekende samenwerkingsverklaring, met minister Van Velthoven (2 maart 2020).

Daarmee is de bestaande samenwerking voortgezet. De samenwerkingsverklaring zegt het volgende:

Gezien het succes van de stimuleringsmaatregelen tot nu toe om asbestdaken vrijwillig te saneren en de onverminderde noodzaak om asbestdaken uit de omgeving te verwijderen, willen de partijen deze samenwerking voortzetten en intensiveren om ervoor te zorgen dat de verwijdering van asbestdaken voortgaat en de asbestdakenproblematiek wordt opgelost. Daarbij is het nodig om te schakelen van een situatie waarin sprake zou zijn van een asbestdakenverbod, naar een situatie waarin de vrijwillige sanering wordt gestimuleerd en gefaciliteerd.

En stelt over het doel:

1: Doel van de samenwerking en van deze verklaring

- 1.1 Het hoofddoel van deze samenwerkingsverklaring is zorgen dat de verwijdering van asbestdaken voortgaat en de asbestdakenproblematiek wordt opgelost door het maken van samenhangende afspraken over het uitvoeren van activiteiten.
- 1.2 De subdoelen van de samenwerking voor de versnelling van de verwijdering van asbestdaken zijn:
 - Bewust maken van eigenaren van asbestdaken dat het voor henzelf en de omgeving beter is dat zij hun asbestdak laten verwijderen;
 - Stimuleren van eigenaren van asbestdaken om over te gaan tot de verwijdering van hun asbestdak;
 - Gezamenlijk activiteiten te ondernemen die partijen (zoals provincies, gemeenten en vertegenwoordigers van eigenaren) helpen in hun afzonderlijke taken om eigenaren van asbestdaken zoveel mogelijk te kunnen ontzorgen en ondersteunen bij de verwijdering van hun asbestdak, zodat drempels om over te gaan tot sanering zo laag mogelijk worden.

De samenwerking bestaat uit partijen die de noodzaak voor het saneren van asbestdaken onderschrijven. En deze partijen zetten zich hier ook actief voor in. Ze bouwden in de achterliggende jaren veel ervaring op met de aspecten die te maken hebben met het saneren van asbestdaken. Deze ervaring wordt nu ingezet voor de campagne voor communicatie en bewustwording.

Tabel: Huidige samenwerking

<u>Partners van de Samenwerkingsverklaring</u>	
1. Minister van Milieu en Wonen	17. Gemeente Nieuwegein
2. Ministerie van IenW	18. Gemeente Purmerend (gefuseerd met Beemster)
3. Ministerie van SZW	19. Gemeente Raalte
4. Provincie Drenthe	20. Gemeente Rijssen-Holten
5. Provincie Gelderland	21. Gemeente Utrechtse Heuvelrug
6. Provincie Overijssel	22. Gemeente Wierden
7. Provincie Noord-Holland	23. Vereniging voor aannemers in de sloop (VERAS)
8. Provincie Utrecht	24. Vereniging voor Verwijdering van Toxische en gevaarlijke Bouwmaterialen (VVTB)
9. Provincie Flevoland	25. Bouwend Nederland
10. Gemeente Almere	26. Expertise Centrum Asbest & vezels
11. Gemeente Assen	27. Milieu Centraal
12. Gemeente Berkelland	28. Stichting European Asbestos Forum
13. Gemeente Eemnes	29. AAP.Farm
14. Gemeente Hof van Twente	30. Adviesbureau Jan Tempelman
15. Gemeente Lelystad	31. SGS Search
16. Gemeente Meppel	32. Stichting Ruimteitaal i.s.m. LNAGRO

BIJLAGE 3: RISICO'S VAN ASBESTDAKEN

Gezondheidseffecten

Na inademing blijven asbestvezels intact in het lichaam, waardoor zij bij de mens een vorm van kanker (mesotheliom) en een vorm van stoflongen (asbestose) kunnen veroorzaken. De ziekte openbaart zich pas na lange tijd: 10 tot 60 jaar na het moment van blootstelling (meestal na 30 tot 40 jaar). Daarom zijn er ook nu nog steeds veel slachtoffers als gevolg van hun betrokkenheid bij de productie van asbestproducten.

Wettelijk verbod op toepassen van asbest

Omdat asbest grote risico's meebrengt voor de gezondheid van de mens en zijn of haar leefomgeving, is in Nederland vanaf 1 juli 1993 een algeheel verbod op handelingen met asbesthoudende producten van kracht (het toepassen van spuitasbest was al sinds 1978 verboden), uitgezonderd het voorhanden hebben van bestaande legale toepassingen en het saneren van asbest. Dit is momenteel geregeld in het [Productenbesluit asbest](#).

Op Europees niveau kwam er een verbod op het produceren van asbestvezels en op voorwerpen waarin dergelijke vezels zijn toegepast met ingang van 1 januari 2005. Dit is opgenomen in de REACH-verordening. Ook hierin is een uitzondering gemaakt voor bestaande toepassingen, die blijven toegelaten totdat ze worden verwijderd of aan vervanging toe zijn.

Daarnaast werd in 2000 een verbod gesteld op het voorhanden hebben van een weg waarin bij wijze van verharding asbestproducten zijn toegepast (asbestweg). Asbestwegen waren één van de belangrijkste resterende bronnen van asbestvezels. Dit verbod is opgenomen in artikel 2 van het Besluit asbestwegen milieubeheer. Dit besluit is gebaseerd op artikel 9.2.2.1 Wet milieubeheer.



Foto: Asbestdak na een brand. Asbestdelen zijn verspreid in de omgeving

Advies van de Gezondheidsraad in 2010

De Gezondheidsraad heeft in haar [advies van 3 juni 2010](#) geconstateerd dat de risico's voor de volksgezondheid als gevolg van de aanwezigheid van asbest in het milieu zelfs nog groter zijn dan eerder werd gedacht. De waarden die de Gezondheidsraad voor het Maximaal Toelaatbaar Risiconiveau (MTR) heeft afgeleid zijn voor chrysotiel ongeveer een factor 40 en voor amfiboolasbest ongeveer een factor 30 lager dan de huidige MTR-waarden die zijn gebaseerd op een richtlijn van de Wereldgezondheidsorganisatie (World Health Organization, afgekort als WHO) uit 1987. De Gezondheidsraad concludeert dat de in zijn advies afgeleide waarden zekerder zijn dan de schattingen die ten tijde van het afleiden van de huidige normen in 1987 zijn gemaakt.

Asbestvezels in de buitenlucht

In de jaren '80 van de vorige eeuw lagen de concentraties asbestvezels in de buitenlucht gemiddeld tussen de 100 en 1.000 vezels/m³. Sinds het verbod op asbesthoudende producten vanaf 1 juli 1993 zijn de concentraties asbest in de lucht al aanzienlijk gedaald. Op dit moment wordt de achtergrondconcentratie asbest in de buitenlucht vooral nog veroorzaakt door emissies vanuit verweerde asbestcementproducten en door incidenten met gebouwen die asbest bevatten. Op basis van incidentele metingen die zijn uitgevoerd, wordt geschat dat de huidige achtergrondconcentratie asbest in de buitenlucht tussen de 20 en 100 vezels/m³ is. In de [kabinetsreactie](#) op het rapport van de Gezondheidsraad is aangegeven dat het asbestbeleid zich richt op het verlagen van de concentraties van asbest in de leefomgeving tot het niveau van het Verwaarloosbaar Risico door middel van de aanpak van de bronnen van asbestvezels

(geen) Wettelijk verbod

In 2018 is er door de Tweede Kamer bijna unaniem een wetsvoorstel aangenomen om een asbestdakenverbod in te stellen. Dat verbod had als doel de verwijdering van alle asbestdaken per een vast te stellen datum. Deze datum werd toen vastgesteld op 31 december 2024.

Dit zou een flinke opgave betekenen voor alle betrokkenen: eigenaren, saneringsbedrijven, gemeenten, omgevingsdiensten, et cetera.

Op 4 juni 2019 is het wetsvoorstel voor een asbestdakenverbod afgewezen door de Eerste Kamer. Daarmee was er geen streefdatum meer en verviel ook de verplichting voor eigenaren om hun asbestdaken te saneren.



Foto: Bouwvallig pand met een asbestdak

Nog steeds zijn er verwachtingen en aannames onder asbestdakeigenaren dat de regelgeving sterk gaat wijzigen en dat wachten hierop voor de eigenaar zin heeft. Voor de campagne is het aan te raden dat duidelijk wordt gemaakt wat de regels zijn en wat hierin de toekomst te verwachten valt.

Verspreiding van vezels door incidenten

Asbestvezels kunnen ook vrijkomen bij incidenten, zoals de branden in [Roermond](#) (december 2014), in het [Westland](#) (januari 2015) en in Nieuwegein (2017). Enkele van deze branden hebben grote gevolgen gehad voor de bewoners en de lokale middenstand. Een ander voorbeeld is een incident in Zuidoost-Brabant in juni 2016. Door een zware hagelbui raakten asbestdaken ernstig beschadigd en werden asbestdeeltjes verspreid.

De verspreiding van asbestvezels uit asbestdaken heeft niet alleen gevolgen voor de (gezondheid van de) eigenaren van daken, maar ook voor omwonenden. Ook kunnen incidenten tot kosten leiden voor de eigenaren van terreinen waar asbest is terechtgekomen. Asbestdak-eigenaren zijn namelijk verplicht tot verwijdering van het asbest op eigen kosten, zelfs wanneer zij geen schuld hebben aan het ontstaan van deze situatie. Dit blijkt uit een uitspraak van de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State.

Op openbare terreinen nemen gemeenten het opruimen vaak voor hun rekening. De kosten die met het opruimen zijn gemoeid, zijn namelijk vaak moeilijk of helemaal niet te verhalen en komen letterlijk en figuurlijk willekeurig terecht.

Geen verplichting tot verwijdering

De huidige regelgeving bevat geen algemene verplichting tot verwijdering van asbestproducten waaruit asbestvezels vrijkomen. Uit de huidige bouwregelgeving volgt pas een verplichting om maatregelen te nemen (zoals verwijdering), als door het vrijkomen van asbestvezels uit asbest(producten) in bouwwerken een concreet en direct gevaar voor de gezondheid van de mens ontstaat¹⁴. Daarnaast biedt REACH een mogelijkheid tot handhaven. Het voortzetten van het gebruik van asbesthoudende voorwerpen is volgens REACH toegestaan totdat deze worden verwijderd of aan vervanging toe zijn. Een dak dat niet meer als zodanig functioneert doordat het zodanig is verouderd dat het niet meer de basale functie als waterdicht bouwkundig onderdeel verricht, zal aan vervanging toe zijn.




¹⁴ Zie dit item van '[Mr. Frank Visser doet uitspraak](#)' over de plicht tot saneren van een asbestdak

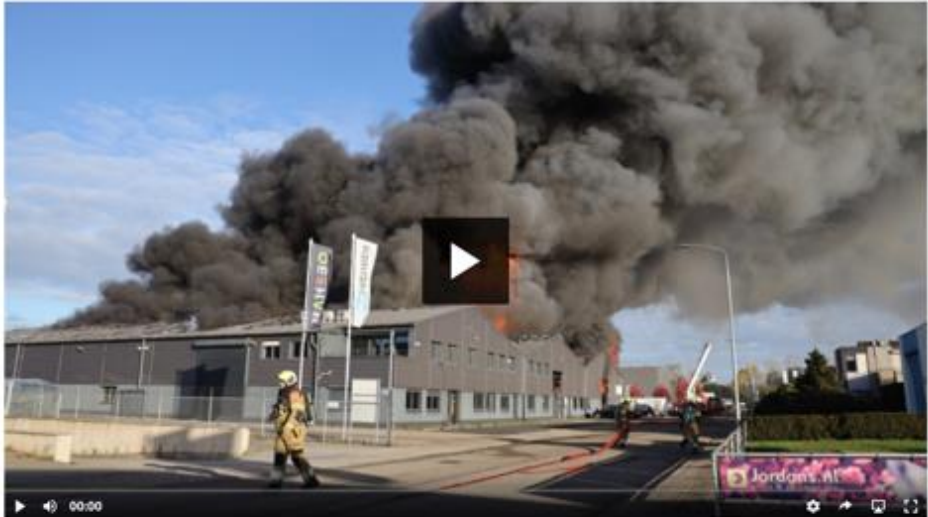
Zowel voor eigenaren als voor toezichhouders is niet altijd duidelijk wanneer hiervan sprake is, bijvoorbeeld bij verslechtering van de staat van een asbestdak door continue verwerking. De mate van verwerking van het asbestproduct is niet altijd goed vast te stellen en ook niet wanneer door verwerking gevaar voor de gezondheid ontstaat. Dat het risico niet altijd duidelijk is, wordt ook veroorzaakt doordat asbestvezels onzichtbaar zijn. Asbesthoudende producten worden zelfs niet altijd herkend, hiervoor is gespecialiseerde expertise nodig. Dat geldt ook voor de inschatting wanneer een asbestdak verplicht moet worden gesaneerd.

Gebleken is dat asbestdaken zonder dakgoot vaak tot zodanige asbestverontreiniging van de toplaag van de bodem hebben geleid, dat er sprake is van een humaan risico. De verontreiniging is soms vaak beperkt van omvang, maar ook op een kleine verontreiniging van asbest rust er een saneringsverplichting op grond van de Wet bodembescherming.


Asbest bij zeer grote uitslaande brand op industrieterrein in Beugen

16 oktober om 09:39 • Aangepast 18 oktober om 12:06

 NL ▼



In een bedrijfsverzamelgebouw aan het Transportcentrum in Beugen (bij Boxmeer) is zondagochtend asbest vrijgekomen bij de zeer grote uitslaande brand die er woedde. Het vuur brak rond kwart voor negen uit. De brandweer laat het gebouw gecontroleerd uitbranden.

 Geschreven door
Corné Verschuren

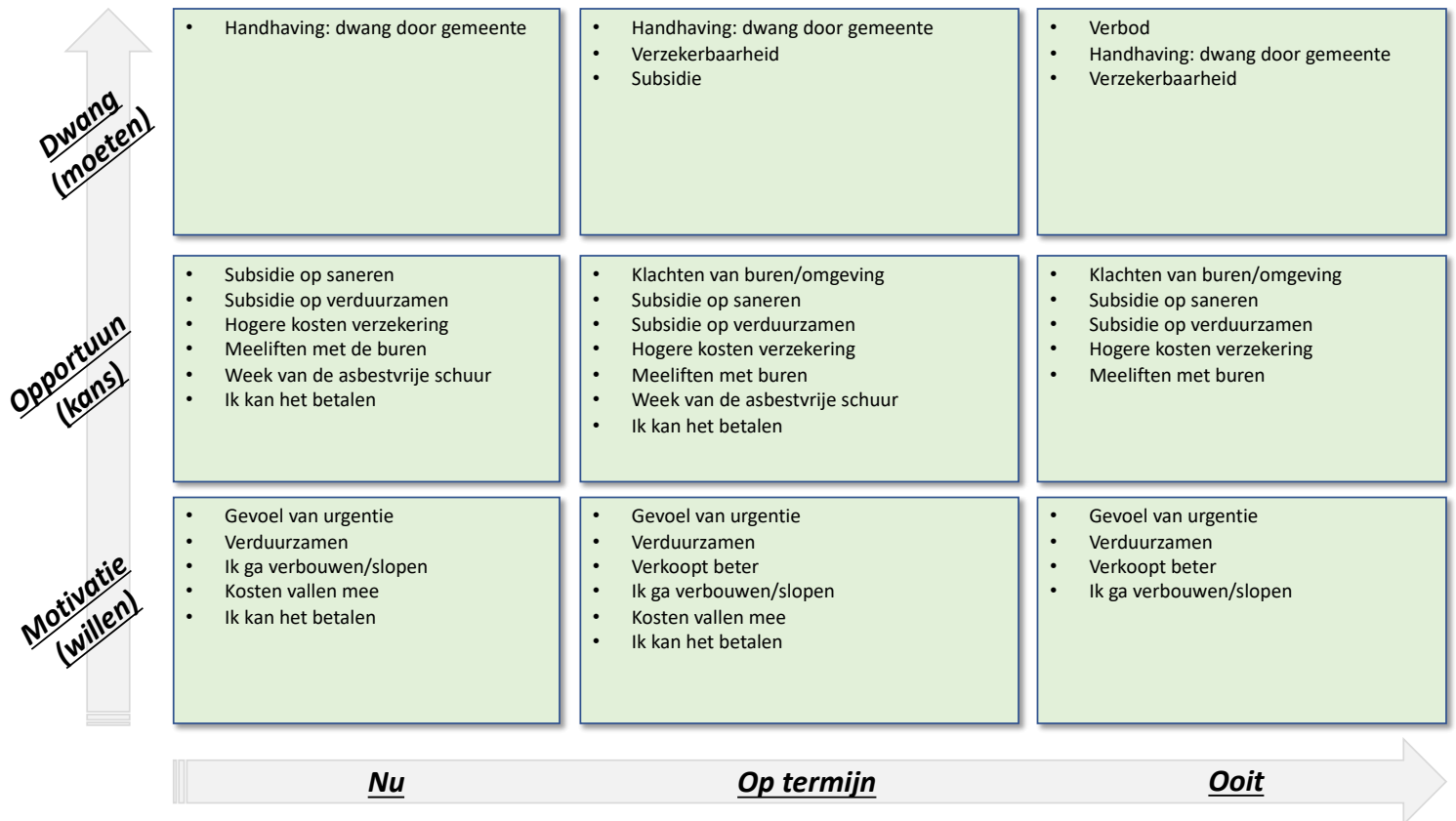
Bij de brand kwam veel rook vrij en er is een gebied afgezet. Uit metingen bleek dat er in het gebied sprake was van asbest. Buiten de afzetting zijn er geen asbestdeeltjes gemeten. Rond elf uur werd een NL-Alert verstuurd waarin werd opgeroepen uit de rook te blijven, de ramen en deuren te sluiten en de ventilatie uit te zetten.

Bron: [Omroep Brabant](#)

BIJLAGE 4: EEN VERDERE VERDIEPING OP MOTIVATIE

Willen, opportuun, moeten en nu, op termijn, ooit

Hoe eerder er wordt gesaneerd, hoe beter. De motivaties om te saneren zijn in onderstaande figuur in een schema geordend. Niet als ‘absolute wetenschap’ maar als een ruwe inschatting op basis van de ervaring van de ambassadeurs van de samenwerking.



Figuur: Motivaties om te saneren

Wat de figuur laat zien, is dat motivatie om nú te saneren (linksonder) gebaseerd is op het gevoel van urgentie met het oog op de gezondheid en veiligheid, de wens om te verduurzamen (of levensloopbestendig of klimaatadaptief) te zijn of om redenen van verbouwen en slopen. Dit zijn motivaties die vanuit de eigenaar zelf komen. Kennis van de kosten en de regels voor het saneren, kan zorgen voor duidelijkheid en tegelijkertijd helpen om eerder tot saneren over te gaan. Samengevat: kunnen en vanuit besef van urgentie willen saneren.

En als er sprake is van het ‘op de lange baan schuiven’ van de sanering van het asbestdak, zal men uiteindelijk saneren¹⁵ omdat het moet vanwege wetgeving, dwang van de lokale overheid of vanwege beperkingen met de verzekeraarbaarheid. Omstandigheden zoals subsidies of de koppeling met andere mogelijkheden zoals financiële tegemoetkomingen voor verduurzaming en/of energiebesparing, kunnen motiveren om een sanering eerder uit te voeren. Zo ga je van

¹⁵ Als een dak verweerd is, dan moet dit dak professioneel gesaneerd worden. Ook als het dak kleiner dan 35 m² groot is. Een particulier mag het eigen sterk verweerde dak niet zelf saneren.

‘moeten’ naar ‘bereidheid’ tot zelfs ‘willen’. Zeker als er sprake is van een tijdelijke subsidie wat het gevoel oproept om de kans nu te willen benutten.

Verder zijn er ook kansen zoals het samen saneren met de burens, ruimtelijke regelingen zoals rood-voor-rood, met de wijk of buurt collectief om de asbestdaken van schuurtjes te saneren zoals tijdens de Week van de Asbestvrije Schuur. Ontzorgen, ondersteuning en goed burgerschap (dat wilt u toch ook?) zijn ook belangrijke ‘haakjes’ om te benoemen. Het zijn allemaal redenen en duwtjes in de goede richting om eerder of überhaupt tot sanering van het eigen dak over te gaan (kunnen en willen).

Voorbeelden van overwegingen:

- Urgentie om aan te haken bij een actie (‘want anders mis ik iets’).
- Gemak van samen en een kostenvoordeel.
- Ondersteuning of ontzorging bij de uitvoering.
- Ik doe het want anderen doen het ook.
- Appelleren aan goed burgerschap (‘dat wilt u toch ook?’).
- Regeling voor zonnepanelen (subsidie).
- Duidelijkheid over kosten, risico’s en regels rondom saneren.
- Mijn dak is moeilijk/niet (meer) te verzekeren.

Willen saneren

Motivaties om te saneren of maatregelen om belemmeringen weg te nemen, werken voor elke doelgroep anders. Hier geldt maatwerk, tenminste op niveau van de doelgroep.

Ook al zijn er generieke argumenten die motiveren of algemene maatregelen om belemmeringen weg te nemen, of dat leidt tot versnelling in de aanpak hangt mede af van de lokale situatie. Ook geografisch geldt maatwerk. Maatregelen of subsidies kunnen in de ene regio beter tot hun recht komen dan elders. Dat kan te maken hebben met geografische verschillen of een groot verschil aan soorten asbestdakeigenaren.

De kracht is, of moet zijn, dat de combinatie van informatie, bewustwording, gemak, tijdelijke omstandigheden en kosten, gecombineerd met inzicht waardoor maatwerk mogelijk is, goed genoeg moet zijn. Ook als samenwerking moeten we daarom naast de campagne bewustwording en communicatie blijven inzetten op ontzorgen en helpen.

Ervoor zorgen dat dakeigenaren hun asbestdak willen saneren, vraagt daarmee inzet op een veel groter detailniveau van maatwerk dan nu in de Versnellingsaanpak gebeurt. Samengevat zal aan veel knoppen moeten worden gedraaid om te komen tot meer versnelling. De eerdere grote knop, een wettelijk verbod, is naar het inzicht van het ministerie van IenW niet op korte termijn te verwachten.