
AMELANDERS KLAAR VOOR DE ENERGIETRANSITIE

Het motiveren van Amelanders voor het verduurzamen van hun woning door middel van
een interventie

Amelanders klaar voor de energietransitie

Het motiveren van Amelanders voor het verduurzamen van hun woning door middel van een interventie

<i>Bachelor Thesis</i>	<i>Afstudeeronderzoek</i>
<i>Auteur</i>	<i>J.W. van der Staaij</i>
<i>Studentnummer</i>	<i>339453</i>
<i>Opdrachtgever</i>	<i>Lectoraat CBSS</i>
<i>Contactpersoon</i>	<i>W. Lamain</i>
<i>Docent begeleider</i>	<i>L. Smids</i>
<i>Onderwijsinstelling</i>	<i>Hanzehogeschool Groningen, Academie voor Sociale Studies</i>
<i>Opleiding</i>	<i>Toegepaste Psychologie</i>
<i>Datum</i>	<i>9 januari 2022</i>
<i>Plaats</i>	<i>Groningen</i>

Voorwoord

Voor u ligt mijn scriptie voor het afstuderen bij de opleiding Toegepaste Psychologie aan de Hanzehogeschool te Groningen. Deze ontwerp-scriptie is gemaakt in opdracht van Wiebo Lamain, onderzoeker bij het lectoraat Communication, Behaviour & the Sustainable Society. Dit lectoraat is onderdeel van de Hanzehogeschool te Groningen.

Met het klimaat dat steeds zichtbaarder verandert en de plicht die ik voel om hier wat aan te doen ben ik zeer dankbaar dat ik mijn afstudeeronderzoek bij dit lectoraat heb mogen uitvoeren. De transitie naar duurzame energie verlangt een bijdrage van iedereen en ik ben verheugd dat ik met dit scriptieonderzoek een bijdrage, hoe klein ook, heb kunnen leveren door een interventie te ontwikkelen die deze bijdrage dient te motiveren.

Ik wil graag Wiebo Lamain bedanken dat ik deze opdracht mocht uitvoeren. Ook wil ik hem bedanken voor zijn input en kritische blik tijdens de wekelijkse meetings. Ook wil ik graag mijn afstudeerbegeleider, Laura Smids, heel erg bedanken voor de scherpe feedback en inspirerende peptalks tijdens onze gesprekken. Verder wil ik ook Milton Díaz López, Nynke Mellema en Thomas Schülski bedanken voor het meedenken tijdens de wekelijkse meetings, de samenwerking voor de interviewafname en hun hulp bij de brainwritingsessie.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Wim van der Staaij

Groningen, 9 januari 2022

Samenvatting

De gemeente Ameland heeft als doel om voor 2035 energieneutraal te worden. Om dit doel te behalen zal een bijdrage van de Amelanders nodig zijn door middel van het verduurzamen van hun woning. Een gedeelte van de Amelanders heeft echter een lage motivatie om deze verduurzaming uit te voeren. Daarnaast is er een groep die wel wil verduurzamen maar toch niet stappen zet om dit daadwerkelijk te doen. Het doel van dit onderzoek is om inzichten te krijgen in wat Amelanders kan motiveren om meer actief te raken bij de verduurzaming van hun omgeving. Deze inzichten zijn gebruikt voor het creëren van een interventie, specifiek voor de Amelanders, die participatie aan de Ameland energietransitie verhoogt, te beginnen met het (verder) verduurzamen van hun eigen woning. Hiervoor is de volgende ontwerpvraag opgesteld:

“Hoe kan de Amelanders meer gemotiveerd raken om hun woning te verduurzamen door middel van een interventie?”

Om deze vraag te beantwoorden en voor het ontwerpen van de interventie is er gebruik gemaakt van de design thinking methode. Hierbij is het inleven in de doelgroep de eerste stap. Dit is gedaan door te kijken naar de resultaten van vragenlijsten die zijn afgenomen bij een groep Amelanders. Daarnaast zijn interviews afgenomen met een aantal Amelanders om een beter beeld te krijgen van problemen, wensen en inzichten die Amelanders hebben op het vlak van de energietransitie en het verduurzamen van de woning. Opvallend is dat, terwijl de meeste Amelanders aangeven natuur en milieu belangrijk te vinden, er weinig sociale druk is onder de Amelanders om duurzame maatregelen te nemen aan hun woning. Ook valt op dat de motivatie van mede-eilanders voor het verduurzamen van de woning vooral wordt toegewezen aan het besparen of verdienen van geld door de respondenten. Aan de hand van de resultaten van de interviews, in combinatie met informatie uit de vragenlijsten en literatuuronderzoek naar tot gedrag en duurzaamheid, is een doelstelling gedefinieerd voor de interventie die aansluit bij de problemen, wensen en inzichten van de doelgroep. Deze doelstelling is als volgt:

Na deelname aan de interventie zijn deelnemers meer gemotiveerd om hun woning (verder) te verduurzamen om deze geschikt te maken voor een compleet duurzame energievoorziening.

Subdoelen van de doelstelling zijn gebaseerd op gedragsverandering vanuit de theorie van gepland gedrag. De subjectieve norm, zelfeffectiviteit en attitude in relatie tot het verduurzamen van de woning dienen door de interventie beïnvloed te worden. Door middel van een brainwritingssessie met andere onderzoekers, actief met onderzoek over sociale factoren van de energietransitie op Ameland, zijn er creatieve vormen bedacht en beoordeeld voor de interventie die aansluiten bij de doelstelling en de doelgroep. Als resultaat hiervan is gekozen voor het creëren van een gesprek over verduurzaming en het geven van een goed voorbeeld middels het organiseren van een open huis binnen de sociale groep van de te bereiken doelgroep. Daarnaast wordt praktisch advies aangeboden door een expert en met behulp van een informatiepakket. Omdat de ontwikkelde interventie een nog onuitgevoerde pilot is, is het belangrijk om zorgvuldig de effectiviteit te evalueren tijdens de eerste uitvoeringen en op basis hiervan eventuele aanpassingen te doen aan de interventie.

Abstract

The municipality of Ameland, an island in the Netherlands, has the ambition to become energy neutral before 2035. To reach this goal, the participation of all its citizens is needed by them making their homes more sustainable. A part of the people on Ameland, however, has a low motivation to implement sustainable measures into their homes. Separate from that, there is a group that would like to implement sustainable measures into their homes but did not implement them yet. The goal for this research thesis is to gain insight into what can motivate the people on Ameland to be more active in making their environment more sustainable. These insights have been used to create an intervention, specifically for the people on Ameland, to increase participation with the energy transition on the island, starting with implementing more sustainable measures to their own homes. The following design question has been put up for this:

“How can people on Ameland become more motivated to make their home more sustainable through an intervention?”

To answer this question and to design the intervention, the Design Thinking method was used. In this method empathizing with the target group is the first step. This was done by examining the results of questionnaires that were administered to a group of Ameland residents. In addition, interviews were held with several Ameland residents to get a better picture of the problems, wishes and insights that the people on Ameland have in the field of the energy transition and making the home more sustainable. It is striking that, while most people on Ameland do indicate that they consider nature and the environment important, there is little social pressure among the people of Ameland to take sustainable measures in their homes. It is also striking that respondents often name monetary gains as main motivation for making the home more sustainable. Based on the results of the interviews, in combination with information from the questionnaires and literature research into behavior and sustainability, an objective has been defined for the intervention which is in line with the problems, wishes and insights of the target group. This objective is:

After participating in the intervention, participants are more motivated to (further) make their homes more sustainable to make them suitable for a completely sustainable energy supply.

Sub-goals of the objective are based on behavioral change from the theory of planned behavior. The subjective norm, self-efficacy, and attitude in relation to making the home more sustainable should be influenced by the intervention. By means of a brainwriting session with other researchers, active in research on social factors of the energy transition on Ameland, creative forms have been devised and assessed for the intervention that are in line with the objective and the target group. As a result, it was decided to create a conversation about sustainability and to set a good example by organizing an open house within the social group of the target group to be reached. In addition, practical advice is offered by an expert and through an information package. Because the developed intervention is still a pilot that has not yet been implemented, it is important to thoroughly evaluate the effectiveness during the first implementations and to make any adjustments to the intervention based on this evaluation.

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	7
1.1 <i>Aanleiding en relevantie</i>	7
1.1.1 CBSS & IANOS	7
1.1.2 Gemeente Ameland	7
1.1.3 Amelander Energie Coöperatie.....	8
1.1.4 Energie armoede	8
1.2 <i>Theorie van gepland gedrag</i>	8
1.4 <i>Ontwerpvrage.....</i>	9
1.4.1 Doelstelling	9
1.5 <i>Leeswijzer.....</i>	9
2. Methode.....	11
2.1 <i>Design Thinking.....</i>	11
2.1.1 Inleven in de doelgroep.....	11
2.1.2 Definieren van doelstelling voor de doelgroep.....	12
2.1.3 Genereren van ideeën voor oplossingen van het probleem.....	12
2.1.4 Ontwerpen van interventie.....	13
2.1.5 Testen van interventie.....	13
2.2 <i>Ethische aspecten.....</i>	13
3. Inleven in de doelgroep	14
3.1. <i>Huidige situatie Amelander.....</i>	14
3.2 <i>Gewenste situatie Amelanders.....</i>	17
4. Definieren van doelstelling voor de doelgroep	18
4.1 <i>Analyse van resultaten.....</i>	18
4.2 <i>Doelstelling</i>	20
4.3 <i>Randvoorwaarden interventie</i>	20
4.4 <i>Brainwriting sessie.....</i>	20
5. Vormgeving prototype	21
5.1 <i>Toepassing van problemen, wensen en inzichten.....</i>	21
5.2 <i>Onderbouwing van werkzame elementen van de interventie.....</i>	21
5.2.1 Subjectieve norm.....	21
5.2.2 Zelfeffectiviteit	22
5.2.1 Attitude.....	22
6. Discussie.....	23
6.1 <i>Sterke punten van het onderzoek.....</i>	23
6.2 <i>Beperkingen van het onderzoek.....</i>	23
6.3 <i>Aanbevelingen</i>	23

Literatuurlijst.....	24
Bijlage 1: Interviewschema	26
Bijlage 2: Ethische aspecten	34
Bijlage 3: Brainwriting sessie werkblad	39
Bijlage 4: Brainwriting sessie	41
Bijlage 5: Interventie	48

1. INLEIDING

In dit hoofdstuk wordt de aanleiding en relevantie van het onderzoek weergegeven. Er wordt ingegaan op de verschillende partijen die een rol spelen bij het probleem. De theoretische basis van het onderzoek wordt uitgelegd en de ontwerpvrage en doelstelling voor het onderzoek wordt gegeven.

1.1 AANLEIDING EN RELEVANTIE

Het klimaat verandert in een vlug tempo en gevolgen hiervan zijn overal te zien. Eén van die gevolgen is de opwarming van de aarde, wat onder andere al gemerkt kan worden door extremer weer op veel plekken in de wereld. Volgens het Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) zal voorkomen moeten worden dat de aarde met meer dan twee graden opwarmt voor het eind van de eeuw om catastrofale gevolgen van opwarming zo veel mogelijk te beperken. Om dit te bereiken moet de totale uitstoot van broeikasgassen in de wereld gehalveerd worden voor 2030 en moet een netto nul uitstoot bereikt worden voor 2050 (IPCC, 2018). Dit betekent dat de totale uitstoot van broeikasgassen gelijk of lager moet zijn dan de uitstoot die uit de atmosfeer wordt verwijderd. 194 staten en de Europese Unie hebben het Parijsakkoord ondertekend, waarin afgesproken is de opwarming van de aarde ver beneden twee graden te houden en te streven naar maximaal anderhalve graad opwarming. Om hiervoor te zorgen is radicale verandering nodig aan het energiesysteem: alle energie moet op een duurzame manier worden opgewekt.

1.1.1 CBSS & IANOS

Dit afstudeeronderzoek is uitgevoerd in opdracht van het lectoraat Communication, Behaviour and the Sustainable Society (CBSS). Dit lectoraat maakt deel uit van het Centre of Expertise Energy van de Hanzehogeschool Groningen. Het Centre of Expertise is het orgaan binnen de Hanzehogeschool dat zich bezighoudt met alle onderzoeken die zich richten op energie en de duurzame samenleving. De Hanzehogeschool Groningen is een multisectoriële hogeschool in Nederland. Studenten, docenten, onderzoekers en professionals uit het werkveld werken samen aan innovaties voor de beroepspraktijk en aan het oplossen van vraagstukken uit de samenleving. Een van de speerpunten van de Hanzehogeschool Groningen is energie. Het lectoraat CBSS wil bijdragen aan de totstandkoming van een duurzame samenleving. Het CBSS doet dit door middel van (praktijkgericht) onderzoek naar communicatie- en gedragsinterventies. Het CBSS wordt geleid door twee lectoren: Carina Wiekens richt zich op duurzaam gedrag en Wim Elving richt zich op duurzame communicatie. Daarnaast zijn er nog vijf vaste onderzoekers actief bij het lectoraat. Ook zijn er promovendi en bachelor- en masterstudenten actief in het uitvoeren van onderzoek voor het lectoraat.

IANOS is een vierjarig Europees project waarin een groot aantal vernieuwingen op het gebied van duurzame energie op verschillende Europese eilanden wordt uitgevoerd. Het idee van dit project is om technieken op een tweetal eilanden (Ameland en Terceira) te ontwikkelen en implementeren om vervolgens te kijken in hoeverre dezelfde technieken gerepliceerd kunnen worden op een drietal andere eilanden. De doelstelling is om technieken te ontwikkelen die in heel Europa toegepast kunnen worden toegepast (IANOS, z.d.). Het CBSS voert onderzoek uit op Ameland voor het IANOS-project.

1.1.2 GEMEENTE AMELAND

De gemeente Ameland heeft de ambitie om de energievoorzieningen op Ameland in korte tijd blijvend te verduurzamen en voor 2035 co₂-neutraal te zijn. Er is een groep koplopers op Ameland die vooroploopt in de energietransitie door actief deel te nemen aan en te investeren in de verduurzaming van hun eigen woning en het eiland. Ook is er een tweede groep die niet heel actief is in het verduurzamen, maar wel klant is bij de Amelander Energie Cooperatie (AEC) en op deze manier lokale en duurzame energieproductie steunt. Ten slotte is er nog een derde groep die niet heel zichtbaar is geweest in het vooronderzoek. Deze groep lijkt niet erg betrokken te zijn bij de energietransitie op het eiland en is moeilijk bereikbaar. Het is echter zeer belangrijk dat deze groep ook actief betrokken raakt bij de transitie om het doel van gemeente Ameland te bereiken. Als onderdeel van de verduurzaming moet de gemeente voor 2035 ook van het aardgas af om co₂-neutraal te zijn. Uit gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) (2021) is

echter te zien dat het overgrote gedeelte (83,2 %) van Amelandse woningen nog afhankelijk is van gas voor de verwarming. Van slechts 1,4 procent van de huishoudens op Ameland is bekend dat zij niet aangesloten zijn op het gasnet en dus elektrisch verwarmen. Uit deze gegevens blijkt dat bijna ieder huishouden de woning zal moeten aanpassen om energieneutraal te wonen.

1.1.3 AMELANDER ENERGIE COÖPERATIE

De Amelandse Energie Coöperatie (AEC) is een eilander coöperatie die dicht bij de burgers staat en met opbrengsten duurzame projecten op Ameland realiseert. Ook levert de AEC een actieve lokale bijdrage aan de bewustwording van energieverbruik en het bevorderen van energiebesparende maatregelen (Amelandse Energie Coöperatie, z.d.). Door middel van de energiecoöperatie kunnen Amelanders en anderen die het eiland een warm hart toedragen de energietransitie op het eiland steunen. Leden krijgen een aandeel in de coöperatie en kunnen meebeslissen over de toekomstplannen. Ook bestaat voor Amelanders de mogelijkheid om alleen klant te worden, waardoor ze duurzame en lokale energieproductie steunen. De AEC kan een belangrijke rol spelen bij de betrokkenheid van Amelanders bij de energietransitie op hun eiland. Bijna de helft van de huishoudens op Ameland is echter nog niet aangesloten bij deze coöperatie als klant. Uit vorig onderzoek blijkt ook dat een groot gedeelte van de bij de coöperatie aangesloten Amelanders niet heel actief betrokken is bij de verduurzaming.

De hoofdvraag voor dit onderzoek draait om het vergroten van de betrokkenheid bij de groep die nog niet in beeld is. Deze groep is in vorig onderzoek nog niet voldoende bereikt en bevat naar alle waarschijnlijkheid vooral mensen die niet erg betrokken zijn met de energietransitie. Het is belangrijk dat deze groep bereikt wordt en er zo meer inzicht verkregen kan worden over hun motivaties en andere factoren die betrekking hebben op het wel of niet duurzaam handelen. Ook deze informatie is nodig voor het ontwikkelen van een interventie om deze groep betrokken en actief te krijgen in de energietransitie. Voor de energietransitie op Ameland is het namelijk noodzakelijk om iedere Amelandse mee 'aan boord' te krijgen.

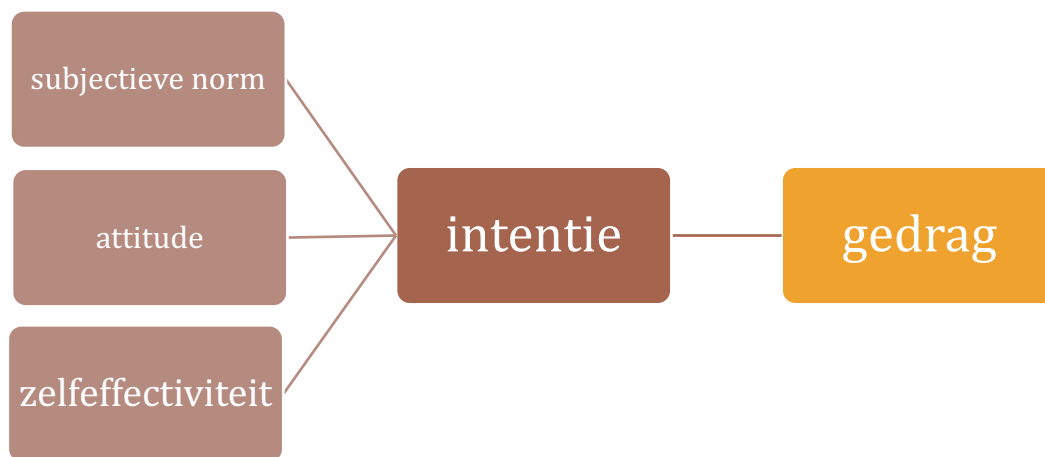
1.1.4 ENERGIE ARMOEDE

Uit onderzoek van TNO (Mulder, Dalla Longa & Strave, 2021) blijkt daarnaast dat veel Amelanders te maken hebben met energie-armoede, namelijk 6,4% van de huishoudens. Energie-armoede wordt omschreven als huishoudens die enerzijds een laag inkomen hebben en anderzijds hoge energiekosten hebben, of als woningen met een relatief lage energetische kwaliteit. Doordat het gaat om huishoudens met een laag inkomen, is het voor deze groep vaak lastig om te investeren in de verduurzaming van hun woning, terwijl het verduurzamen van hun woning op langere termijn meestal geld kan besparen.

1.2 THEORIE VAN GEPLAND GEDRAG

Als theoretische basis voor het beïnvloeden van gedrag is gebruik gemaakt van de theorie van gepland gedrag. De theorie van gepland gedrag is een verklaring voor welke factoren leiden tot het uitvoeren van bepaald gedrag (Ajzen, 1991). Als uitgangspunt van deze theorie is het gewenste gedrag genomen. Voor dit onderzoek zou dat gewenste gedrag het nemen van verduurzamende maatregelen zijn. Of dit gewenste gedrag wordt uitgevoerd, wordt volgens dit model voornamelijk bepaald door de intentie om het gedrag uit te voeren. Hoe groot deze intentie is, ligt aan drie factoren: de ervaren subjectieve norm ten opzichte van het gewenste gedrag, de eigen attitude ten opzichte van het gewenste gedrag en de zelfeffectiviteit. De subjectieve norm wordt bepaald door wat de persoon ervaart als de relevante, heersende normen voor de situatie waar deze zich in bevindt. De waargenomen norm beïnvloedt de intentie en zo indirect ook het gedrag (Ajzen, 1991). De attitudes zijn evaluatieve oordelen over objecten. Deze objecten kunnen gaan over alles, bijvoorbeeld situaties, gebeurtenissen, personen, gedrag, fysieke objecten, et cetera. Deze attitude kan worden bepaald door persoonlijke waarden en opvattingen maar ook door ervaring en kennis over dit object. Ook kunnen er meerdere attitudes, zowel negatief als positief, zijn voor hetzelfde object (Ajzen, 1991). Met zelfeffectiviteit wordt de mate bedoeld waarin de persoon in kwestie gelooft dat deze in staat is om het gedrag, succesvol, uit te voeren. Deze factor is van invloed op intentie omdat iemand bijvoorbeeld

bepaald gedrag belangrijk vindt en ook een positieve subjectieve norm kan ervaren voor het uitvoeren van dit gedrag. Maar wanneer de persoon denkt niet dit gedrag, succesvol, uit te kunnen voeren, dan zal dit ook niet gebeuren. Dat kan bijvoorbeeld komen omdat het eerder ook niet is gelukt of omdat de persoon vindt te weinig kennis te hebben over het object (Wiekens, 2017). Wanneer een persoon positief scoort op subjectieve norm, attitude en zelfeffectiviteit dan zorgt dit voor een hoge score op intentie wat de kans op het vertonen van het gewenst gedrag verhoogt. Een schematische versie van het model is weergegeven in figuur 1.



FIGUUR 1 MODEL THEORIE VAN GEPLAND GEDRAG

Het model is gekozen als theoretische basis van dit onderzoek omdat hierdoor gekeken kan worden naar welke factoren specifiek beïnvloed dienen te worden om Amelanders te motiveren in het verduurzamen van hun woning. Ook is dit model een basis geweest voor specifieke vragen in de enquêtes die tijdens eerder onderzoek zijn gedaan op Ameland waardoor dit onderzoek een goede aansluiting kan vinden met recent onderzoek over de doelgroep. Uit onderzoek van Steinmetz et al. (2016) blijkt dat interventies op basis van de theorie van gepland gedrag over het algemeen effectief zijn.

1.4 ONTWERPVRAAG

Om het onderzoek sturing te geven is er een hoofdvraag geformuleerd. De probleemstelling luidt:

“Hoe kan de Amelander meer gemotiveerd raken om zijn woning te verduurzamen doormiddel van een interventie?”

1.4.1 DOELSTELLING

Het doel van dit onderzoek is om door middel van kwantitatief en kwalitatief onderzoek inzichten te krijgen in wat Amelanders kan motiveren om meer actief te raken bij de verduurzaming van hun omgeving. Deze inzichten zullen worden gebruikt voor het creëren van een voor Amelanders specifieke interventie, die de participatie aan de Amelander energietransitie verhoogt, te beginnen met het (verder) verduurzamen van hun eigen woning.

1.5 LEESWIJZER

Dit onderzoeksrapport is verder als volgt opgebouwd:

Hoofdstuk 2: De methode van het Design Thinking wordt toegelicht in de context van dit onderzoek

Hoofdstuk 3: Bevat de eerste stap van Design Thinking, empathie met de doelgroep

Hoofdstuk 4: Vanuit de vorige stap wordt een doelstelling gedefinieerd

Hoofdstuk 5: De ontwikkeling en de verantwoording van het prototype wordt uitgelicht

Hoofdstuk 6: Discussie en aanbevelingen
Bijlagen

2. METHODE

In dit hoofdstuk wordt de methode voor het onderzoek uitgelegd en toegepast op het ontwerp van de interventie. Deze zal worden gebaseerd op de methode van Design Thinking.

2.1 DESIGN THINKING

De methode voor dit onderzoek wordt globaal afgeleid van de “Design Thinking” methode. Design thinking bestaat uit vijf stappen, te weten:

- Inleven in de doelgroep;
- Definieren van de problemen, wensen en inzichten van de doelgroep;
- Genereren van ideeën voor oplossingen voor het probleem;
- Ontwerpen van een prototype van een oplossing;
- Testen van de oplossing en de feedback verwerken om de oplossing te verbeteren.

Design thinking is een iteratieve, flexibele, mensgerichte ontwerpmethode waar samenwerking tussen projectteam en alle stakeholders centraal staat. Hoolohan en Browne (2020) concludeerden in een onderzoek dat design thinking zeer geschikt is voor het ontwikkelen van interventies gericht op duurzaamheid omdat het een mensgerichte methode is voor probleemoplossing.

De laatste stap in het design thinking proces zal niet zo sterk naar voren komen in dit onderzoek gezien het feit dat er niet genoeg tijd zal zijn om de interventie uit te voeren en te analyseren. De analyse van de effectiviteit van de interventie zal uit een vervolgonderzoek moeten blijken. De andere onderdelen van design thinking worden wel doorlopen.

De stap van het inleven in de doelgroep zal doorlopen worden door analyse van de enquêtes uit vorig onderzoek. Ook zijn er interviews met Amelanders afgenomen om een beter beeld te krijgen van ideeën en meningen over duurzaamheid en de energietransitie onder de Amelanders.

Met behulp van deze informatie kan de volgende stap worden doorlopen, namelijk het definiëren van problemen, wensen en inzichten van de Amelanders. Dit zal resulteren in een specifieke doelstelling voor de te ontwikkelen interventie. Deze doelstelling zal SMART worden opgesteld (Specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch, tijdgebonden). Hierna zullen ideeën voor oplossingen van het probleem worden gegenereerd door het doen van literatuuronderzoek naar theorieën, modellen en methoden die van toepassing zijn op de te behalen doelstelling. Uit deze ideeën wordt een prototype ontwikkeld voor de interventie die het eindproduct zal vormen van dit onderzoek.

2.1.1 INLEVEN IN DE DOELGROEP

Deze fase van design thinking draait om de inleving in de situatie waar de Amelanders zich in bevinden in relatie tot de energietransitie op hun eiland. De volgende vragen spelen daarbij een rol:

Wat is de huidige situatie van de doelgroep?

Wat is de gewenste situatie van de doelgroep?

Om antwoord te krijgen op deze vragen wordt gekeken naar de vragenlijsten die door Amelanders zijn ingevuld. Deze vragenlijsten zijn eerst online verspreid via onder andere de AEC, persbureau Ameland, het huis-aan-huis blad ‘Ameland’, verschillende sociale mediakanalen waaronder die van de gemeente Ameland en via de verschillende dorpsbelangen op Ameland. Vervolgens is er ook op Ameland door een groep onderzoekers langs de deuren gegaan om de respons te verhogen en om een bredere doelgroep te bereiken zodat de resultaten meer representatief zijn voor de bevolking van Ameland. De vragenlijst is, op het moment van dit onderzoek, door 184 personen ingevuld.

Na de vragenlijsten zijn er ook interviews afgenomen bij een groep Amelanders. Deze Amelanders zijn benaderd over deelname aan het interview na het invullen van de vragenlijst. Ook is er een oproep geplaatst op een lokale nieuwswebsite voor deelname aan een interview. Er zijn uiteindelijk negen Amelanders geïnterviewd. Er is naar gestreefd een zo divers mogelijke groep te interviewen. De uiteindelijke groep bestaat uit vijf mannen en drie vrouwen tussen 28 en 87 jaar (waarvan zes ouder dan 60 zijn). Vier respondenten hebben een koopwoning, vijf een huurwoning (waarvan één sociale huur). Op één

respondent na, woont elke respondent samen met een partner waarvan één ook kinderen thuis heeft wonen. Drie interviews zijn door J.W. van der Staaij zelf uitgevoerd.

De interviews werden afgenomen door vier verschillende onderzoekers die elk met hun eigen afstudeeronderzoek bezig zijn. De interviews waren opgebouwd als half gestructureerde interviews. Dit betekent dat de onderwerpen en bepaalde openingsvragen vaststonden maar er wel veel ruimte was gegeven voor doorvragen. Het voordeel hiervan is dat er gericht doorgevraagd kan worden naar meningen en ideeën van respondenten en dat de vier onderzoekers elk eigen onderwerpen konden inbrengen (Baarda & Hulst, 2016).

In het gedeelte van het interview dat vooral relevant is voor dit onderzoek, is gevraagd naar attitudes over het verloop en de toekomst van de energietransitie op Ameland. Hier is ook aandacht geschonken naar de gewenste situatie voor de Amelanders op dit vlak. Er werd specifiek gevraagd naar hoe zij denken dat andere Amelanders hierover denken. Verder wordt er nog gevraagd naar de eigen situatie van de geïnterviewde. Hierin ligt de focus op het verduurzamen van de eigen woning. Het gaat er hier om wat de ervaring van de geïnterviewde hiermee is. Deze thema's volgen grofweg de verschillende factoren in het model van de theorie van gepland gedrag die gebruikt kan worden voor het verklaren van bepaald gedrag (Azjen, 1991). Daarnaast wordt er in de interviews aangemoedigd om mee te fantaseren over een energieneutrale toekomst voor Ameland: hoe deze toekomst er uit zal zijn en wat in deze toekomst anders is dan de huidige situatie. Dit wordt gedaan door naar problemen, wensen en inzichten te vragen. Dit wordt later als creatieve input gebruikt voor de brainstormsessie over de te ontwikkelen interventie. Dit is een belangrijk onderdeel van het inleven in de doelgroep volgens de Design Thinking methode (Curedale, 2013). Het gebruikte interviewschema is te vinden in bijlage 1.

2.1.2 DEFINIËREN VAN DOELSTELLING VOOR DE DOELGROEP

Deze fase van design thinking draait om het focussen op een gewenst resultaat van de te ontwikkelen interventie. Vragen die hier een rol bij spelen zijn:

Wat is het doel van de interventie?

Aan welke factoren wordt tijdens de interventie aandacht geschonken?

De uiteindelijke doelstelling is SMART opgesteld. De doelstelling beschrijft het gedrag dat de deelnemers van de interventie moeten vertonen na deelname aan deze interventie. Om antwoord op deze vragen te krijgen is naar de resultaten van de vorige fase gekeken. Dit is dus een combinatie van de respons op de vragenlijsten en de interviews. Daarnaast is er gekeken naar wat de literatuur zegt over duurzame gedragsverandering en hoe dit in relatie gebracht kan worden met wat de Amelanders hebben gezegd.

2.1.3 GENEREREN VAN IDEEËN VOOR OPLOSSINGEN VAN HET PROBLEEM

In deze fase van het onderzoek is er gebrainstormd over verschillende mogelijkheden voor werkvormen van de interventie. De volgende vraag is hier leidend:

Wat zijn geschikte interventievormen voor de Amelanders?

In deze fase is samen met een groep onderzoekers, die een goed beeld hebben van de gebruikte vragenlijsten en de interviews, gebrainstormd over verschillende werkvormen voor interventies. Er is gediscussieerd over interventies die aansluiten bij de belangen, problemen en inzichten van de Amelanders. Er is nagedacht hoe deze interventie de doelstelling kan vervullen die is opgesteld in de vorige fase. Na de brainstormsessie zijn de opgedane ideeën onderzocht naar wat het beste aansluit bij de doelgroep en de doelstelling. Ook is er gekeken of er bestaande interventievormen zijn ontwikkeld die, gedeeltelijk, aansluiten bij de doelstelling voor de interventie. Door middel van literatuuronderzoek zijn verschillende interventievormen beoordeeld.

Als methode hiervoor is de "brainwriting" methode gebruikt. Deze methode bestaat uit vijf stappen. In de eerste stap wordt het probleem en de doelstelling toegelicht. Ook worden randvoorwaarden voor de interventie duidelijk gemaakt. Nadat dit duidelijk is krijgen de deelnemers van de sessie ongeveer tien minuten de tijd om drie ideeën voor interventies te bedenken en op te schrijven. Hierna worden de papieren met de ideeën doorgeschoven naar de buur. Deze heeft dan vijf minuten de tijd om een of meerdere

suggesties, toevoegingen en/of een vraag bij elke interventie op te schrijven. Hierna worden alle papieren weer doorgeschoven en worden weer opnieuw opmerkingen bij de interventies geschreven. Dit gaat vijf rondes door. Hierna wordt samen besproken wat de beste ideeën waren en hoe deze nog beter gemaakt kunnen worden (Curedale, 2013). Doordat bij brainwriting steeds wordt geconvergeerd en gedivergeerd wordt creativiteit concreet en productief gemaakt. Dit maakt het een goede methode om te gebruiken in combinatie met design thinking (Arets, 2021).

2.1.4 ONTWERPEN VAN INTERVENTIE

In deze fase van het onderzoek is de uitwerking van de pilot interventie ontworpen. Er is in een draaiboek omschreven hoe de interventie wordt uitgevoerd en uit welke onderdelen deze bestaat. De interventie wordt duidelijk en compleet uitgelegd zodat deze makkelijk door iedereen uit te voeren is. Los van de interventie is een evaluatievorm ontwikkeld. Aan de hand hiervan kan het succes van de interventie worden beoordeeld.

2.1.5 TESTEN VAN INTERVENTIE

In deze fase van het design thinking wordt de ontworpen interventie getest en, gebaseerd op resultaten en feedback, verbeterd. Dit is in dit onderzoek niet gedaan aangezien er niet genoeg tijd beschikbaar was om dit kwalitatief goed uit te voeren.

2.2 ETHISCHE ASPECTEN

Bij het afnemen en verwerken van de interviews is het van belang om te letten op de bijkomende ethische aspecten van het uitvoeren van onderzoek. Hiervoor kan het formulier 'zorgvuldig omgaan met respondenten' geraadpleegd worden. Dit formulier is te vinden als bijlage 2. Van de interviews werd de audio opgenomen voor de verwerking hiervan. Dit is tijdens de afspraak voor het interview al aangegeven en voordat de opname gestart werd tijdens het interview nogmaals aangegeven. De opnames zijn in de transcriptie, indien nodig, zo veel mogelijk geanonimiseerd zodat in de verwerking voor het onderzoek de gebruikte informatie niet naar de persoon herleid kan worden.

3. INLEVEN IN DE DOELGROEP

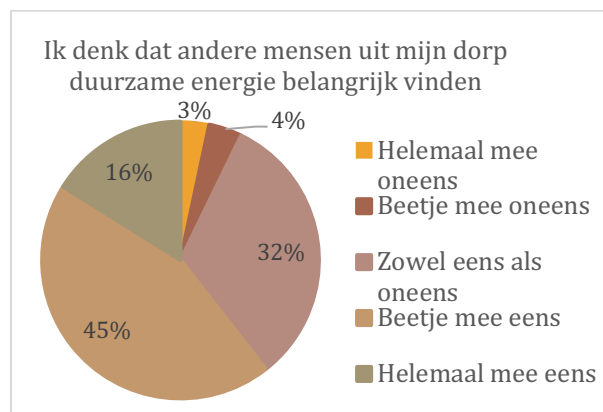
In dit hoofdstuk worden de eerste twee stappen van design thinking uitgewerkt. De resultaten van de vragenlijsten en interviews worden geanalyseerd. Uit deze resultaten wordt een doelstelling voor een interventie uitgewerkt.

3.1. HUIDIGE SITUATIE AMELANDER

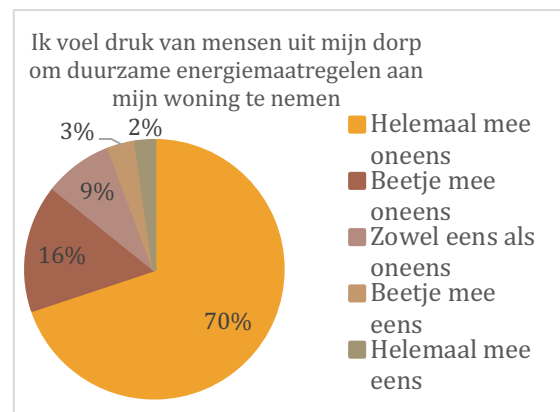
Uit de resultaten van de vragenlijsten en interviews kunnen een aantal punten gehaald worden over de subjectieve norm, de zelfeffectiviteit en de attitude van de Amelanders die de huidige situatie in beeld brengen en kunnen verklaren. Ook problemen op het vlak van de energietransitie en verduurzaming worden aangehaald.

Subjectieve norm

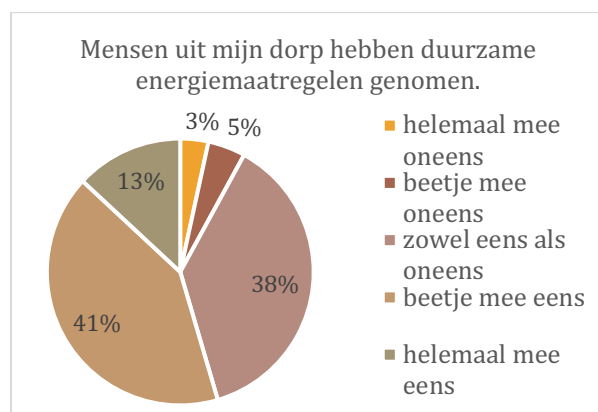
Uit de resultaten van de vragenlijsten blijkt dat de meeste respondenten in een bepaalde mate het gevoel hebben dat anderen in hun dorp duurzaamheid belangrijk vinden (figuur 2). Zij voelen echter grotendeels niet de druk van anderen om zelf ook hun woning te verduurzamen (figuur 3). In interviews werd benoemd dat er weinig over verduurzaming wordt gepraat onderling omdat het niet interessant is of niet een leuk onderwerp om over te praten. Er schijnt dus wel een subjectieve norm te zijn om duurzaamheid belangrijk te vinden maar deze norm vertaalt zich ogenschijnlijk niet in een subjectieve norm om (verdere) duurzame energemaatregelen te nemen. Terwijl 78% van de respondenten heeft aangegeven al verduurzamende maatregelen te hebben getroffen aan hun woning, is 46% van de respondenten het niet overtuigd eens met de stelling dat mensen uit hun dorp duurzame energemaatregelen hebben genomen (figuur 4). Door meerdere respondenten in de interviews wordt de opmerking gemaakt dat ze denken dat wanneer een bepaalde duurzame handeling niet winstgevend is, het dan waarschijnlijk niet wordt gedaan.



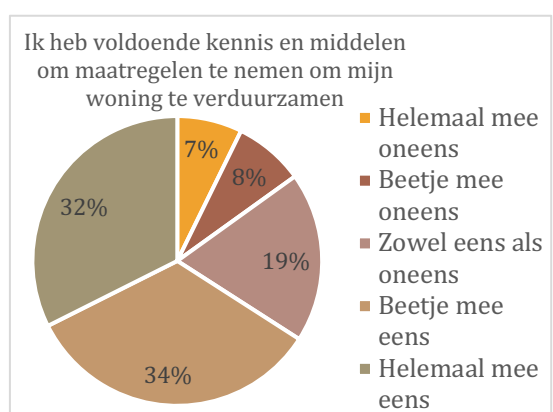
FIGUUR 2 : IK DENK DAT MENSEN UIT MIJN DORP DUURZAME ENERGIE BELANGRIJK VINDEN



FIGUUR 3: IK VOEL DRUK VAN MENSEN UIT MIJN DORP OM DUURZAME ENERGIEMAATREGEN AAN MIJN WONING TE NEMEN



FIGUUR 4: MENSEN UIT MIJN DORP HEBBEN DUURZAME ENERGIEMAATREGENEN GENOMEN.



FIGUUR 5: IK HEB VOLDOENDE KENNIS EN MIDDELEN OM MAATREGENEN TE NEMEN OM MIJN WONING TE VERDUURZAMEN

Zelfeffectiviteit

Uit de resultaten van de vragenlijsten blijkt dat het grootste deel van de respondenten vindt dat deze genoeg kennis en middelen heeft om duurzame maatregelen aan hun woning te nemen (figuur 5). Ook in interviews vertellen Amelanders dat zij genoeg kennis hebben om hun woning te verduurzamen. Als reden om het dan toch niet te doen geven ze vaak aan dat het te duur is om iets te verduurzamen of ze weten niet zeker of ze hun investering kunnen terugverdienen met de energiebesparing. Oudere respondenten geven soms aan dat ze betwijfelen of het financieel de moeite waard is om te verduurzamen. Ook geven een aantal oudere respondenten aan dat ze het niet helemaal begrijpen vanwege hun leeftijd en het daardoor liever aan de volgende generatie overlaten.

Ook is er een groep respondenten die aangeeft dat zij de kennis en/of middelen niet hebben om maatregelen te nemen om hun woning te verduurzamen. Soms ligt dit eraan dat zij hun woning huren en hierdoor niet altijd toestemming hebben om iets aan te passen aan de woning, of het voor hen niet rendabel is om daarin te investeren aangezien zij niet weten hoe lang zij nog zullen huren. Ook wordt het gebrek aan financiële middelen als reden gegeven

In een interview werd een keer benoemd dat iemand meedeelde aan de Warmte Scan. Dit is een project op Ameland vanuit de gemeente waarbij met een hitesensor warmtefoto's zijn gemaakt van elke woning om "warmtelekken" op te speuren. Desgewenst wordt aan de bewoners advies gegeven. Deze respondent merkte echter op dat er na deze informatie niet genoeg initiatief werd getoond om advies te geven hoe de isolatieproblemen opgelost konden worden. De respondent gaf aan dat deze misschien wel actie had genomen als de vervolgstappen beter werden uitgelicht.

Wanneer wordt gevraagd naar wat Amelanders uniek maakt, wordt door Amelanders zelf aangegeven dat ze altijd op zichzelf zijn aangewezen dus vrij onafhankelijk ingesteld zijn. Tot slot geven geïnterviewden aan dat Amelanders kunnen en willen samenwerken om de ambities van de gemeente te bereiken, zolang er sprake is van de juiste ondersteuning. Samenwerking hoort volgens een aantal respondenten bij de Amelandse cultuur en identiteit.

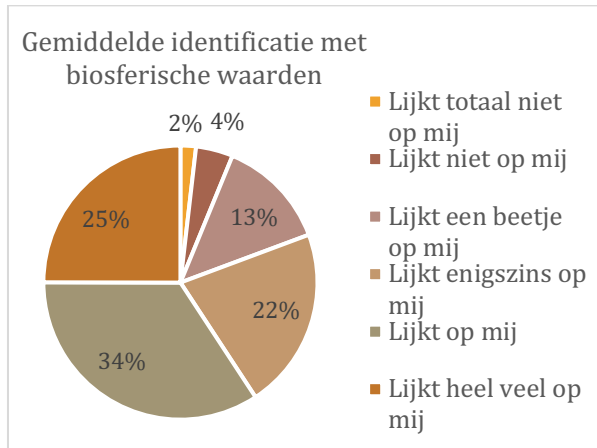
Attitude

In de vragenlijst geeft 78% van de respondenten aan duurzame maatregelen getroffen te hebben in de woning. Dit komt ook terug in de interviews. Dit laat zien dat de meeste respondenten al in een bepaalde mate gemotiveerd zijn om verduurzamende maatregelen te nemen aan hun woning.

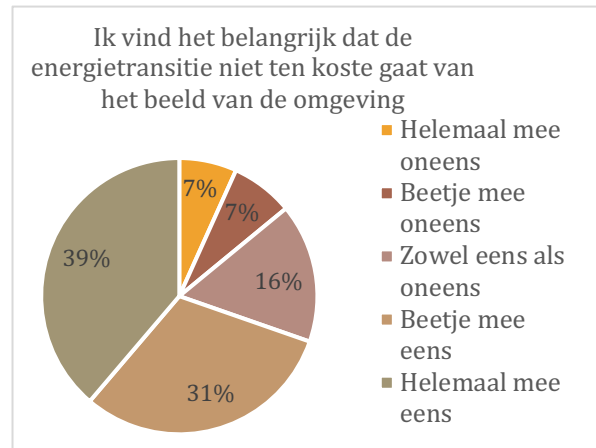
In de vragenlijst wordt in vier verschillende stellingen naar biosferische waarden gevraagd. Dit zijn waarden die te maken hebben met waardering en bescherming van de natuur en het milieu. Een voorbeeld van zo'n stelling is: "ik vind het belangrijk om milieuvervuiling te voorkomen" of "ik vind het belangrijk om de natuur te beschermen". Als er wordt gekeken naar het gemiddelde van deze vier vragen dan identificeert 94% zich in ieder geval een beetje met deze waarden, 15% geeft zelfs aan zich heel erg met deze waarden te identificeren (figuur 6). Ook wordt respect voor de natuur genoemd in de interviews. Eén van de respondenten geeft in een interview aan dat kinderen op Ameland van jongs af aan mee krijgen om de natuur te waarderen en beschermen en dat dit dus echt een onderdeel is van de Amelandse cultuur.

Ondanks dat respondenten aangeven dat het behalen van klimaatdoelen over het algemeen als positief en een nobel streven worden gezien, hechten de respondenten veel waarde aan hun directe omgeving. Zij willen niet dat de natuur en de schoonheid op het eiland lijdt onder verduurzaming (figuur 7). In hun ideale wereld is de energietransitie onzichtbaar, dus hoge windmolens of velden vol met zonnepanelen horen daar niet bij. Er wordt door een aantal respondenten gereageerd met onbegrip op het feit dat er een zonnepark is aangelegd op een stuk natuur terwijl er nog vele lege daken beschikbaar zijn van bijvoorbeeld boerderijstallen of opslagmagazijnen. Respondenten zien in sommige gevallen juist zonneparken en windmolens als milieuvervuiling. De gevolgen van klimaatverandering op de natuur op Ameland wordt bijna niet benoemd door respondenten.

Uit zowel de vragenlijsten als de interviews komt naar voren dat de AEC over het algemeen als een goed initiatief wordt gezien. 60% van de respondenten geeft aan dat ze een beetje of helemaal het gevoel hebben dat de AEC kan bijdragen aan de energietransitie. 14% is het hier een beetje of helemaal mee oneens en 18% twijfelt. Ondanks dat de meeste respondenten positief zijn over de AEC, valt op dat er in de interviews en in open vragen van de vragenlijst veel scepticisme te vinden is over de bedoelingen van de AEC. In verschillende interviews wordt benoemd dat de respondent denkt dat de AEC vooral werkt vanuit winst- en eigenbelang en er niet is voor het profijt van de Amelanders. Soortgelijke gedachten komen ook terug in open vragen uit de vragenlijst. 46% van de respondenten van de vragenlijst is klant en/of lid van de AEC.



FIGUUR 6: GEMIDDELTE IDENTIFICATIE MET BIOSFERISCHE WAARDEN



FIGUUR 7: IK VIND HET BELANGRIJK DAT DE ENERGIETRANSITIE NIET TEN KOSTE GAAT VAN HET BEELD VAN DE OMGEVING

3.2 GEWENSTE SITUATIE AMELANDERS

In de interviews werd specifiek doorgevraagd naar problemen, wensen en inzichten die de Amelanders hebben bij de verduurzaming in hun woning en op Ameland.

De respondenten geven aan dat wanneer zij meewerken aan het doel van Ameland om energieneutraal te worden voor 2035, en dus zelf ook bezig gaan met het (verder) verduurzamen van hun woning, dat zij, en andere Amelanders, daar over het algemeen niet iets specifiek voor terug verwachten. Een respondent tijdens een interview gaf aan dat het halen van de doelen op zichzelf al de beloning is. Wel verwachten de Amelanders steun van de gemeente voor het behalen van de doelen. Een gedeelte van de respondenten vindt dat de gemeente niet genoeg doet om te helpen. In de vragenlijsten en interviews wordt aangegeven dat de gemeente de burgers nog meer kan steunen door hen van praktische informatie te voorzien. Ook benoemen respondenten specifiek het verkrijgen van financiële steun om te verduurzamen. Als aandachtspunten worden genoemd dat het vaak lastiger is om te verduurzamen wanneer men een woning huurt of wanneer men in een bijzonder, oud pand woont. Deze beide groepen moeten met meer factoren rekening houden voor het verduurzamen van de woning. In een interview benoemt een van de Amelanders te kunnen en willen samenwerken voor het behalen van de doelen, maar dat daarvoor wel de juiste ondersteuning nodig is. Een andere belangrijke factor voor Amelanders is het beeld van de omgeving, zoals ook weergegeven in figuur 7. Wanneer Amelanders in interviews werd gevraagd naar hoe de toekomst er uit ziet wanneer Ameland energieneutraal is, dan wordt uitgesproken dat er esthetisch niet veel veranderd hoort te zijn.

En ander inzicht van een geïnterviewde Amelander is dat verduurzaming intelligent ingepland moet worden zodat het minder overlast veroorzaakt en ook kosten kan besparen. Verduurzaming zou bijvoorbeeld gecombineerd kunnen worden met andere verbouwingen in de woning. Ook is het belangrijk te weten wanneer bepaalde onderdelen die aan vervanging toe zijn verduurzaamd kunnen worden. Een beeld hebben van hoe dit gebeurt kan het makkelijker maken om de eerste stap te zetten.

4. DEFINIËREN VAN DOELSTELLING VOOR DE DOELGROEP

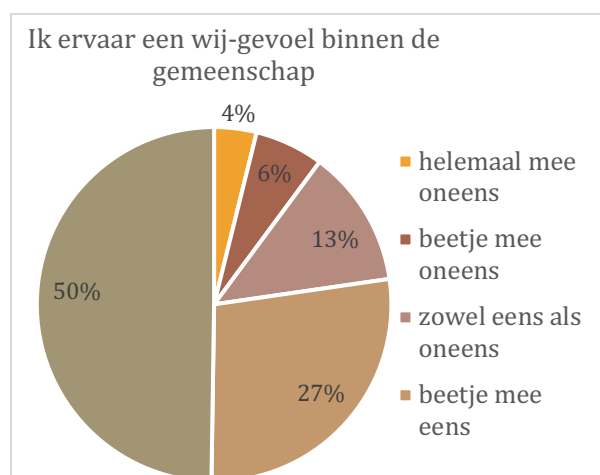
Uit de fase van het inleven in de doelgroep, in combinatie met literatuuronderzoek, kan een doelstelling worden geformuleerd voor de interventie. Voor een effectieve interventie is het van belang dat deze aansluit bij de problemen, wensen en inzichten van de doelgroep (Curedale, 2013). Veel specifieke problemen, wensen en inzichten komen al naar voren in open vragen van de vragenlijst. Daar is dieper op ingegaan tijdens de interviews.

4.1 ANALYSE VAN RESULTATEN

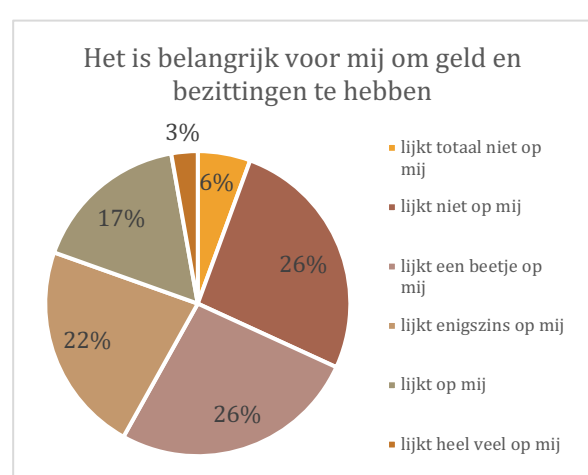
De resultaten van de interviews en vragenlijsten kunnen geanalyseerd worden in combinatie met literatuur om doelen te stellen voor de interventie. Per factor uit de theorie van gepland gedrag is besloten in welke mate deze beïnvloed moet worden in het ontwerp van de interventie.

Subjectieve norm

De ervaren sociale norm is aangewezen als een factor die een belangrijke rol speelt bij duurzame gedragsverandering voor individuen die persoonlijk minder sterke intrinsieke biosferische waarden hebben (Langley, Bouman & Steg, 2020). Uit de vragenlijsten blijkt dat het grootste gedeelte van de Amelanders een “wij-gevoel” ervaart in de gemeenschap. Dit laat zien dat er een sterk groepsgevoel heerst op Ameland (figuur 8). Wanneer iemand zich sterk met een groep identificeert, is de invloed van (subjectieve) groepswaarden groter op het gedrag van deze individu (Bouman, Steg, & Zawadzki, 2020). Wanneer het gaat over biosferische waarden, van de groep waar het individu zich mee verbonden voelt, komt het echter vaak voor dat deze door het individu minder sterk worden ingeschat dan dat ze daadwerkelijk zijn (Bouman, Steg, & Zawadzki, 2020). Door meerdere respondenten van de interviews wordt de opmerking gemaakt dat ze denken dat de meeste Amelanders bepaalde verduurzamende maatregelen niet snel zouden treffen wanneer dit niet winstgevend is. Dit lijkt te suggereren dat de subjectieve norm is dat persoonlijke financiële belangen zwaarder wegen dan biosferische en altruïstische waarden. Uit de resultaten van de vragenlijst blijkt dat voor de meeste respondenten het hebben van geld en bezitting juist helemaal niet zo belangrijk is (figuur 9). Ter vergelijking zijn biosferische waarden over het algemeen als belangrijker aangegeven door de respondenten. Hierdoor wordt duidelijk dat hier inderdaad sprake is van een verkeerde inschatting over de algemene norm bij deze groep. Het is dus aan te raden te proberen deze foute inschatting te corrigeren om de subjectieve norm te verbeteren over het nemen van duurzame maatregelen.



FIGUUR 8: IK ERVAAR EEN WIJ-GEVOEL BINNEN DE GEMEENSCHAP



FIGUUR 9: HET IS BELANGRIJK VOOR MIJ OM GELD EN BEZITINGEN TE HEBBEN

Zelfeffectiviteit

Onderzoek van Lauren et al. (2016) suggereert dat zelfeffectiviteit een voorspeller kan zijn in het vertonen van duurzaam gedrag. De hypothese is dat wanneer iemand laagdrempelig of makkelijk duurzaam gedrag vertoont, de kans aanzienlijk wordt vergroot dat deze persoon ingewikkelder duurzaam gedrag gaat vertonen. Dit kan verklaard worden doordat hierdoor het gevoel van zelfeffectiviteit vergroot wordt. Dit wordt ook wel het “spillover effect” genoemd. Het spillover effect is volledig afhankelijk van de persoonlijke norm en zelfeffectiviteit (Steinhorst, Klöckner & Matthies. 2015). Doordat het spillover effect een belangrijk aspect kan zijn voor het op grote schaal laten verduurzamen van woningen is het belangrijk dat er gekeken wordt naar hoe de zelfeffectiviteit en sociale norm (of attitude) verbeterd kan worden voor het verduurzamen van de woning.

Uit onderzoek van Steinhorst, Klöckner & Matthies (2015) blijkt dat wanneer er financiële redenen gegeven worden voor duurzaam gedrag, dit gedrag dan wel eerder wordt vertoond maar dat het bij de ontvangers niet tot een spillover effect leidt. Zodra er geen financiële beloning meer is, of deze niet hoog genoeg is, vervalt de intentie voor het vertonen van het duurzame gedrag en wordt dit niet voortgezet. Wanneer biosferische redenen werden gebruikt, zoals het aangeven hoeveel CO2 wordt bespaard met een bepaalde actie, leidde dit eerder tot het spillover effect waarbij de kans ook hoger is dat de persoon na het vertonen van het initiële duurzame gedrag complexer duurzaam gedrag gaat vertonen op eigen initiatief. Om een blijvend effect te hebben is het daarom belangrijk om te motiveren vanuit biosferische en altruïstische waarden.

Attitude

Attitude is een belangrijke voorspeller voor het vertonen van duurzaam gedrag. Volgens De Groot en Steg (2009) vormen altruïstische en biosferische waarden de meest stabiele basis voor het vertonen van duurzaam gedrag. Voor het ontwikkelen van interventies die duurzaam gedrag blijvend dienen te motiveren is het belangrijk om deze waarden te versterken en tegelijkertijd het conflict tussen deze waarden en egoïstische waarden te verzwakken (De Groot & Steg, 2009). Met egoïstische waarden wordt bedoeld dat het bijvoorbeeld belangrijk is dat iemand niet ergens op achteruit gaat, ook als dit zou betekenen dat het anderen zou helpen. Dit komt terug in het verhaal van een van de respondenten die veel affiniteit heeft met verduurzaming en hier zeer actief in is. Desbetreffende respondent gaf aan het milieu en klimaat erg belangrijk te vinden en vanwege de kostenbesparing op de lange termijn zou het in de gedachten van de respondent raar zijn om deze acties niet te ondernemen. Deze respondent gaf ook aan veel informatie te ontvangen over verduurzaming, wat motiveerde om actie te ondernemen. Uit onderzoek van Bolderdijk et al. (2013) blijkt dat informatiele campagnes over duurzaamheid wel de kennis vergroot van de ontvangers over duurzaam gedrag en de gevolgen hiervan, maar slechts de kans vergroot tot het ondernemen van actie wanneer deze ontvangers zelf al sterke biosferische waarden hebben. Bij ontvangers met lage biosferische waarden leiden dit soort campagnes zelden tot gedragsverandering, terwijl dit juist een groep is die meer gemotiveerd dient te raken voor verduurzaming. Ook dit laat zien hoe bepalend attitude is voor het vertonen van bepaald gedrag. Omdat persoonlijke waarden echter relatief stabiel zijn en moeilijk te veranderen is het niet raadzaam of effectief om biosferische waarden proberen te veranderen wanneer dit moet leiden tot gedragsverandering op korte termijn (Manfredo et al, 2017). Wat dus wel kan helpen is om het te beïnvloeden gedrag, het verduurzamen van de woning, meer in lijn te brengen met de zwaarder wegende waarden van de doelgroep. Vanwege het feit dat een groot gedeelte van de respondenten van de vragenlijst en de interviews sceptisch is over de intenties van de AEC, is het aan te raden hen niet prominent bij de interventie te betrekken.

4.2 DOELSTELLING

Na het deelnemen aan de interventie zullen de deelnemers een bepaalde gedragsverandering moeten laten zien. De doelstelling van de interventie is:

Na deelname aan de interventie zijn deelnemers meer gemotiveerd om hun woning (verder) te verduurzamen om deze geschikt te maken voor een compleet duurzame energievoorziening.

Om deze doelstelling te behalen moet een aantal factoren beïnvloed worden. Deze zijn:

- Het verbeteren van de subjectieve norm over het verduurzamen van de woning. Deelnemers
 - Voelen zich meer verbonden met hun burens in het streven naar energieneutraal wonen;
 - Ervaren verduurzaming als iets wat hun burens belangrijk vinden.
- Het vergroten van de zelfeffectiviteit. Deelnemers
 - Hebben een beter beeld hoe zij hun woning verder kunnen verduurzamen binnen hun financiële mogelijkheden en binnen de mogelijkheden voor hun type woning;
 - Krijgen meer zelfvertrouwen in hun mogelijkheid tot het verduurzamen van hun woning.
- Het verbeteren van de attitude tegenover het verduurzamen van de woning. Deelnemers
 - Zien in hoe hun waarden passen bij het verduurzamen van hun woning.

4.3 RANDVOORWAARDEN INTERVENTIE

Naast het beïnvloeden van deze factoren zijn er ook een aantal randvoorwaarden waar de interventie aan moet voldoen:

- Minimaal budget (geen grote aanschafmogelijkheden voor specifiek materiaal)
- De schaal van de interventie is een of enkele straten
- De interventie moet te repliceren zijn op heel Ameland
- De interventie sluit aan bij wensen, problemen en inzichten van Amelanders
- Extra aandacht is vereist om mensen met een lage interesse voor duurzaamheid te bereiken voor deelname

4.4 BRAINWRITING SESSIE

Na het vinden van relevante literatuur voor de te beïnvloedde aspecten voor het gedrag en het vaststellen van de doelstelling is er een brainwriting sessie gehouden met een groep onderzoekers. Het doel hiervan is tot een aantrekkelijke interventie te komen voor de doelgroep. De onderzoekers zijn elk betrokken bij de doelgroep voor hun eigen onderzoek, waardoor zij elk hun eigen beeld hebben kunnen creëren over deze groep. Er is een werkblad gemaakt voor de deelnemers met uitleg, eisen en punten ter inspiratie voor de interventie. Dit werkblad is te zien in bijlage 3. Tijdens de brainwriting sessie is er verder nagedacht over de vorm van de interventie en hoe deze zo goed mogelijk bij de doelstelling en randvoorwaarden aansluit. De ideeën uit de brainwriting sessie zijn verder geanalyseerd om een keuze te maken voor het prototype van de interventie die in dit onderzoek uitgewerkt is. De ideeën die zijn bedacht tijdens de brainwriting sessie zijn weergegeven in bijlage 4.

5. VORMGEVING PROTOTYPE

In dit hoofdstuk wordt de verantwoording gegeven voor de uitwerking van de interventie die is ontwikkeld op basis van dit onderzoek. Het draaiboek van de interventie is te vinden in bijlage 5.

5.1 TOEPASSING VAN PROBLEMEN, WENSEN EN INZICHTEN

Tijdens de brainwriting sessie kwam naar voren dat het belangrijk is dat de interventie laagdrempelig is voor deelname. Dit houdt in dat er vanuit de deelnemers weinig moeite gedaan hoeft te worden om deel te nemen aan de interventie. Onder andere vanwege deze reden is ervoor gekozen om een open huis te organiseren in de directe omgeving van de deelnemers. Hierbij stelt een buurtbewoner zijn huis open voor de deelnemers en dient als gastheer voor de interventie. Doordat ze op loopafstand zijn en eventueel hun burens zelfs kunnen zien deelnemen is het voor de doelgroep aantrekkelijker om zelf ook deel te nemen. Dit effect wordt versterkt door de saamhorigheid en het “wij-gevoel” dat leeft op Ameland. Ook kwam ter sprake dat het belangrijk is dat Amelanders meer met elkaar in gesprek moeten over het verduurzamen van de eigen woning omdat dit volgens een aantal respondenten momenteel niet gebeurt. Ook hier leent de informele setting van het open huis zich voor. Daarnaast is het essentieel om relevante informatie te geven over verduurzaming aangezien vanuit de respondenten veelvuldig wordt aangegeven dat hier behoefte aan is. Deze informatie wordt aangeboden door de expert die aanwezig is tijdens de interventie. De expert zal er zijn om te adviseren en vragen te beantwoorden maar ook om het gesprek over duurzaamheid te stimuleren.

5.2 ONDERBOUWING VAN WERKZAME ELEMENTEN VAN DE INTERVENTIE

De basis van de interventie bestaat uit strategieën met als doel het beïnvloeden van de subjectieve norm en de zelfeffectiviteit. Omdat waarden van individuen moeilijk en langzaam te beïnvloeden zijn (Manfredo et al., 2017) wordt er geen focus gelegd op het veranderen van deze waarden. Onderzoek van Abrahamse & Steg (2013) suggereert dat interventies op basis van sociale invloed effectiever zijn voor het promoten van duurzaam gedrag dan andere soorten interventies. Ook blijkt dat interventies die in het openbaar en in groepen plaatsvinden meer effectief zijn dan interventies die dat niet zijn (Abrahamse & Steg, 2013; Steintmetz et al., 2016). Voor de ontwikkelde interventie is een combinatie van openbare groeps-elementen en individuele elementen gebruikt omdat Amelanders zelf aangeven behoefte te hebben aan het verkrijgen van informatie die ze individueel kunnen bestuderen.

5.2.1 SUBJECTIEVE NORM

De subjectieve norm wordt in de interventie op verschillende manieren beïnvloed. Langley, Bouman & Steg (2020) beschrijven vier strategieën om waargenomen groepswaarden onder leden van deze groep te beïnvloeden. Hiervan zijn drie toegepast in de interventie. Deze strategieën zijn:

- Benadrukken dat groepsleden sterkere biosferische waarden hebben dan veelal wordt gedacht
- Zichtbaarheid van klimaatgedragingen van groepsleden vergroten
- Het belang van biosferische waarden aan de identiteit verbinden

Per strategie wordt uitgelegd hoe deze in de interventie wordt toegepast. Deze strategieën worden eerst tijdens de werving/uitnodiging van de deelnemers toegepast waarna ze tijdens de interventie nogmaals worden toegepast.

In de interventie wordt het benadrukken dat groepsleden sterkere biosferische waarden hebben dan veelal wordt gedacht toegepast op verschillende manieren. Ten eerste wordt deze strategie al toegepast tijdens de werving: op uitnodigingen en posters worden statistieken verwerkt over de biosferische waarden van Amelanders. Dit is bijvoorbeeld weergegeven in figuur 5. Tijdens de interventie wordt deze informatie nogmaals herhaald in een informatiepakket wat deelnemers meekrijgen.

De zichtbaarheid van klimaatgedraging van groepsleden wordt vergroot tijdens de werving door de gastheer op de uitnodiging te weergeven met zijn zichtbaar duurzame woning. Op deze uitnodiging wordt de “koploper” weergegeven in combinatie met bijvoorbeeld zonnepanelen zichtbaar op zijn dak of naast een warmtepomp. Dit wordt in de interventie zelf nog zichtbaarder tijdens de rondleiding van het open huis langs de verduurzaamde elementen. Ook wordt deze strategie toegepast door middel van de “verduurzamingsgesprekken” die worden gehouden tijdens de interventie. Tijdens deze gesprekken wordt aan de deelnemers gevraagd wat ze al hebben gedaan in hun woning op het gebied van verduurzaming. Doordat ze hierbij informatie krijgen over wat anderen in hun “groep” ook al hebben gedaan aan de verduurzaming van hun woning, en de redenen en motivatie achter dit gedrag, wordt de sociale norm voor hen om te verduurzamen hoger en groeit voor hen de intentie om ook dit gedrag te vertonen.

Het belang van biosferische waarden aan de identiteit van Ameland komt ook terug in de werving en in het informatiepakket dat na de interventie aan de deelnemers wordt gegeven. Hierin wordt de nadruk gelegd op de Amelandse identiteit van het geven om de natuur en het milieu. Hiervoor worden de resultaten gebruikt van de gebruikte vragenlijst van dit onderzoek.

5.2.2 ZELFEFFECTIVITEIT

In de interventie wordt de zelfeffectiviteit beïnvloedt door deelnemers te laten realiseren wat ze al eerder aan verduurzaming hebben gedaan en door hen van informatie te voorzien waarmee ze een volgende stap kunnen zetten. Volgens Bandura (2010) is de meest effectieve manier voor het verhogen van zelfeffectiviteit het ervaren van succesvolle pogingen van het gedrag. Dit ervaren kan ook betekenen dat de persoon herinnerd wordt aan de keren dat deze het gedrag al succesvol heeft getoond. Ook het observeren van succes bij een ander, uit een groep waarmee deze persoon zich ook sterk identificeert, kan zelfeffectiviteit verhogen.

Tijdens de interventie vindt een groepsgesprek plaats. Een van de dingen die wordt gevraagd aan de deelnemers is om te delen wat voor verduurzamende maatregelen ze al hebben genomen aan hun woning. Hierdoor worden de deelnemers zowel bewust van hun eigen succesverhalen als de succesverhalen van anderen uit hun groep. De zelfeffectiviteit wordt daardoor verhoogd. Wanneer de interventie effectief genoeg is dat dit een deelnemer motiveert om een verduurzamende maatregel te nemen, en dit gebeurt succesvol, dan zal dit ook de zelfeffectiviteit verhogen. Wanneer dit gebeurt vanuit biosferische en/of altruïstische waarden, dan vergroot dit de kans op een spillovereffect waardoor deze persoon meer gemotiveerd is om ook een volgende, complexere maatregel te nemen (Steinhorst, Klöckner & Matthies. 2015).

5.2.1 ATTITUDE

Omdat waarden lastig zijn om te beïnvloeden, wordt hiertoe in de interventie geen poging gedaan (Manfredo et al., 2017). Ook zou het proberen te veranderen van iemands persoonlijke waarden het inleven in de doelgroep, dat een essentieel onderdeel is van design thinking, ondermijnen (Curedale, 2013). In plaats daarvan wordt in de interventie een poging gedaan om het verduurzamen van de woning zo te brengen dat dit niet in conflict komt met egoïstische waarden, zoals bijvoorbeeld het niet financieel achteruit gaan door het nemen van de verduurzamende maatregelen. Dit wordt bijvoorbeeld gedaan door te benadrukken dat de terugverdientijd op de meeste maatregelen relatief kort is. Om dit te illustreren kan de casus van de koploper gebruikt worden, bijvoorbeeld hoe lang het heeft geduurd tot deze zijn investering heeft terugverdiend per verduurzamende maatregel. Er wordt hierbij op gelet dat de egoïstische waarden niet worden geframed als de reden waarom het goed is om het duurzame gedrag te vertonen aangezien dit een spillover effect kan tegenwerken (Steinhorst, Klöckner & Matthies. 2015).

6. DISCUSSIE

In dit hoofdstuk is te lezen wat sterke punten en beperkingen zijn van het onderzoek. Ook de aanbevelingen voor verder onderzoek zijn te lezen.

6.1 STERKE PUNTEN VAN HET ONDERZOEK

Dit onderzoek is relevant omdat de ontworpen interventie bijdraagt aan het motiveren van gedrag dat essentieel is voor het realiseren van een duurzame samenleving. Het onderzoek brengt inzicht in de gewenste situatie volgens de doelgroep en dit wordt toegepast in het ontwerp van de interventie. De interventie sluit aan bij de doelgroep omdat hun wensen, problemen en inzichten als leidraad voor het ontwerp zijn gebruikt. Er is relevante literatuur gebruikt voor de ontwikkeling van de verschillende werkzame elementen van de interventie om de gewenste effectiviteit te waarborgen. De interventie richt zich op meerdere factoren die gedrag beïnvloeden om de gewenste situatie te behalen. De interventie is concreet maar biedt genoeg ruimte om aanpassingen te maken wanneer een specifieke doelgroep of situatie dat eist.

6.2 BEPERKINGEN VAN HET ONDERZOEK

Er is een aantal beperkingen waar in volgend onderzoek rekening mee kan worden gehouden. Ten eerste is het mogelijk dat bij de afname van de vragenlijst bepaalde groepen ondervertegenwoordigd zijn. Het is een bekend fenomeen dat een vragenlijst eerder wordt ingevuld wanneer de respondent meer betrokken is bij of interesse heeft in het onderwerp (Brinkman & Oldenhuis, 2016). Dit kan ervoor zorgen dat de resultaten van de vragenlijst een vertekend beeld geven van de populatie. Ondanks de poging om een zo breed mogelijke groep te bereiken blijkt dat de leeftijdscategorie 60+ oververtegenwoordigd is. De helft van de respondenten valt in deze categorie. Ten tweede is de interventie vanwege tijdsgebrek nog niet voorgelegd aan Amelanders. Er is hen niet gevraagd wat zij vinden van de vorm en hierdoor is niet met zekerheid te zeggen dat de interventie aantrekkelijk genoeg is voor de doelgroep om deel te nemen. Omdat deelname volkomen vrijwillig is, is het onzeker of de doelgroep met een lage interesse en motivatie voor duurzaamheid opdaagt voor de interventie. Hier is nog niet genoeg onderzoek naar gedaan.

6.3 AANBEVELINGEN

Het is aan te bevelen om de interventie, voordat de pilot wordt uitgevoerd, voor te leggen aan een aantal Amelanders om hun mening te krijgen over de aansluiting bij de Amelanders. Tijdens het ontwikkelen van de interventie is er zo veel mogelijk rekening gehouden met de problemen, wensen en inzichten die uit de vragenlijst en interviews naar voren kwamen. Er is echter nog niet gecontroleerd of de interpretatie hiervan in de interventie goed ontvangen wordt door de doelgroep. Om dezelfde reden is het ook aan te raden om de evaluatie van de pilot-interventie direct mee te nemen in het volgende ontwerp. Verder is een volledige analyse van de vragenlijst nog aan te raden. Er is in dit onderzoek geen complete statistische analyse gedaan van de respons op de vragenlijst. Door te kijken naar de voorkeuren van de specifieke doelgroep die vooral beïnvloed dient te worden door de interventie, kan deze nog meer toegespitst worden op de groep waardoor de effectiviteit verhoogt kan worden. Ook is aan te raden om nog verder onderzoek te doen naar de leeftijdscategorie 25 t/m 60 jaar. Deze groep is in het onderzoek ondervertegenwoordigd terwijl juist deze groep nog veel kan betekenen. Ten slotte is het aan te raden meer onderzoek te doen naar de aantrekkelijkheid van deelname voor de doelgroep.

LITERATUURLIJST

Abrahamse, W., & Steg, L. (2013). Social influence approaches to encourage resource conservation: A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 23(6), 1773–1785. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.029>

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

Amelander Energie Coöperatie. (z.d.). *Amelander Energie Coöperatie*. Geraadpleegd op 7 oktober 2021, van <https://www.amelandenergie.nl/files/info.html>

Arets, D. (2021, 23 mei). *Brainwriting methode: uitleg bij deze brainstorm-techniek [online & offline]*. Design Thinking Training & Workshop. Geraadpleegd op 23 november 2021, van <https://designthinkingworkshop.nl/brainwriting-methode/>

Baarda, B. & Hulst, M. (2016). *Basisboek interviewen*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.

Bandura, A. (2010). Self-Efficacy. *The Corsini Encyclopedia of Psychology*. <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0836>

Bolderdijk, J. W., Gorsira, M., Keizer, K., & Steg, L. (2013). Values Determine the (In)Effectiveness of Informational Interventions in Promoting Pro-Environmental Behavior. *PLoS ONE*, 8(12), e83911. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0083911>

Bouman, T., Steg, L. & Zawadzki, S.J. (2020). The value of what others value: When perceived biospheric group values influence individuals' pro-environmental engagement. *Journal of Environmental Psychology*, in press.

Brinkman, J., & Oldenhuis, H. (2016). *Cijfers spreken: Overtuigen met onderzoek en statistiek* (zesde druk). Groningen: Noordhoff Uitgevers.

CBS. (2021, 5 oktober). *CBS Statline* [Woningen; hoofdverwarmingsinstallaties, regio]. Centraal Bureau van Statistiek (CBS).

Curedale, R. (2013). *Design Thinking*. Design Community College Incorporated.

De Groot, J. I. M., & Steg, L. (2009). Mean or green: which values can promote stable pro-environmental behavior? *Conservation Letters*, 2(2), 61–66. <https://doi.org/10.1111/j.1755-263x.2009.00048.x>

'Global Warming of 1.5°C. An IPCC Special Report on the impacts of global warming of 1.5°C', IPCC (2018), Summary for Policymakers, p. 12

Hoolohan, C., & Browne, A. L. (2020). Design thinking for practice-based intervention: Co-producing the change points toolkit to unlock (un)sustainable practices. *Design Studies*, 67, 102–132. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2019.12.002>

IANOS. (z.d.). *Project*. Geraadpleegd op 6 oktober 2021, van <https://ianos.eu/about/project/>

Langley, M. G., Bouman, T., & Steg, L. (2020). De waarden achter klimaatgedrag: Hoe persoonlijke waarden en waargenomen groepswaarden klimaatgedrag motiveren en versterken. *Mens en Maatschappij*, 95(3), 175-196. <https://doi.org/10.5117/MEM2020.3.002.GERD>

Lauren, N., Fielding, K. S., Smith, L., & Louis, W. R. (2016). You did, so you can and you will: Self-efficacy as a mediator of spillover from easy to more difficult pro-environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 48, 191–199. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2016.10.004>

Manfredo, M. J., Bruskotter, J. T., Teel, T. L., Fulton, D., Schwartz, S. H., Arlinghaus, R., Oishi, S., Uskul, A. K., Redford, K., Kitayama, S., & Sullivan, L. (2017). Why social values cannot be changed for the sake of conservation. *Conservation Biology*, 31(4), 772–780. <https://doi.org/10.1111/cobi.12855>

Mulder, P., Dalla Longa, F., & Straver, K. (2021). De feiten over energiearmoede in Nederland Inzicht op nationaal en lokaal niveau.

Steinhorst, J., Klöckner, C. A., & Matthies, E. (2015). Saving electricity – For the money or the environment? Risks of limiting pro-environmental spillover when using monetary framing. *Journal of Environmental Psychology*, 43, 125–135. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.05.012>

Steinmetz, H., Knappstein, M., Ajzen, I., Schmidt, P., & Kabst, R. (2016). How Effective are Behavior Change Interventions Based on the Theory of Planned Behavior? *Zeitschrift für Psychologie*, 224(3), 216–233. <https://doi.org/10.1027/2151-2604/a000255>

Wiekens, C. J. (2017). *Beïnvloeden en veranderen van gedrag*. Pearson Benelux.

BIJLAGE 1: INTERVIEWSCHEMA

Interviewschema

Introductie
Goedemorgen/middag/avond, u spreekt met Van Hanzehogeschool. Ik bel u nu voor het interview waar we een afspraak voor hadden gemaakt. Ik wil u allereerst nogmaals bedanken dat u mee wilt werken aan dit interview en voordat we beginnen aan het interview zal ik nog even kort vertellen waar het over zal gaan. Een aantal weken geleden heeft u een vragenlijst ingevuld over onder andere de verduurzaming van energie op Ameland en de Ameland Energie Coöperatie. Dit interview is een uitbreiding daarvan waarin wij nog meer in willen gaan op uw mening en ideeën over de duurzame energietransitie op Ameland, in uw dorp en in uw woning. Het doel van het interview is om meer inzichten te krijgen over de energietransitie op Ameland en de participatie van de lokale bewoners. Om ervoor te zorgen dat Ameland zijn energiedoelen haalt op een manier die werkt voor de Amelanders. Wij zullen uw persoonlijke antwoorden en gegevens niet met derden delen, maar zullen aan de hand van de antwoorden van alle respondenten een algemene conclusie trekken over de stand van zaken. Het is noodzakelijk om het interview op te nemen zodat wij de resultaten goed kunnen inzien. Heeft u hier bezwaar tegen? Het interview zal ongeveer 45 minuten duren. Heeft u voordat we beginnen nog vragen?

Aantekeningen:

Persoonsgegevens (eventuele gesloten vragen)
Leeftijd
Geslacht
Leefsituatie (familie/partner/alleen)
Woonsituatie (sociale huur/particuliere huur/koop)

Aantekeningen:

Topic: Ameland Energie Neutraal in 2035 Het eerste onderwerp waar we het over zullen hebben betreft het doel van de gemeente Ameland om voor 2035 energieneutraal te zijn. Dit houdt in dat al de energie die op Ameland wordt gebruikt ook op Ameland wordt opgewekt, en dit op een duurzame manier. Dus zonder het gebruik van fossiele brandstoffen als kolen, gas en olie.
Subtopic: Belang -Wat vindt u van het doel van Ameland om energieneutraal te worden? (o.a. haalbaarheid)
Subtopic: ervaring -Hoe is uw ervaring tot nu toe met de energietransitie naar duurzame energie op Ameland (o.a. verlichting, zonnepark, etc.) -Wat zijn volgens u voorbeelden van goed uitgevoerde duurzame projecten/ campagnes? Wat maakt deze campagnes zo bijzonder volgens u? (warmtescan Ameland, Ocean cleanup)
Subtopic: toekomstbeeld -Hoe ziet een energieneutraal Ameland er volgens u uit? • Wat is anders in uw eigen huis? • Wat zou u daar zelf nog voor moeten doen denkt u?
Samenvatten

Opmerkingen:

Topic: community
De volgende vragen gaan over de Amelanders in het algemeen en hoe u denkt dat zij in de energietransitie staan.
Subtopic: gezamenlijk doel
-Wat is iets wat volgens u Amelanders samen kan brengen in het doel om energieneutraal te worden? -Waarom denkt u dat duurzaamheid over het algemeen belangrijk is voor Amelanders? -Hoe onderscheiden bewoners van het eiland zich van de cultuur en gewoontes van het vaste land?
Subtopic: wederdienst
-Wat wordt er volgens u terug verwacht wanneer de Amelanders meewerken met de energietransitie? (o.a. goedkopere rekening, natuur, toerisme. Wat wil je ervoor terug)
Samenvatten

Topic: Verduurzaming <i>De volgende vragen gaan over wat u weet over de energietransitie in het algemeen en hoe u daarover geïnformeerd bent. Ook ga ik u vragen stellen over de voorkeuren en gewoonten die u hebt op dit gebied.</i>
Subtopic: Informatievoorziening over verduurzaming Aan wat voor informatie hebt u behoefte? - Wat voor soort informatie (tips & tricks voor eigen huis of bijvoorbeeld cijfers?) -Wat vindt u de fijnste manier om deze informatie te ontvangen (Willen mensen bijvoorbeeld bijeenkomsten in het buurthuis, of liever online bijvoorbeeld? Legio mogelijkheden.)
Topic: Amelander Energie Coöperatie <i>Nu gaan we verder met vragen over de Amelander Energie Coöperatie. Het is zeker niet de bedoeling om u lid te laten worden, ik ben alleen nieuwsgierig naar wat u weet en uw beweegredenen. Belangrijk om hierbij te vermelden, is dat het alleen om lidmaatschap gaat en niet om klant zijn. Deze worden vaak door elkaar gehaald. U bent klant als u alleen uw energie bij de coöperatie afneemt. Wanneer u lid bent betaald u eenmalig contributie, met een lidmaatschap kunt u inspraak hebben in hoe de coöperatie handelt.</i>
Subtopic: lidmaatschap Bent u lid? - Op basis van antwoord volgende vraag bepalen Indien geen lid: Wat zouden voor u redenen zijn om lid te worden? - Wat zou de AEC kunnen doen om u lid te laten worden? Indien wel lid: Wat heeft ervoor gezorgd dat u lid werd?
Subtopic: informatievoorziening over AEC

- Hoe zou de AEC u beter kunnen bereiken met informatie?
 - Wat wilt u graag nog weten/wat is u onduidelijk? (soort informatie)
 - Moet de AEC anders communiceren?
- Hoe wilt u deze informatie aangereikt krijgen? (off- en online communicatie)

Samenvatten

Topic: online communicatie

Subtopic: social media gebruik

-Op welke manier wordt er vooral tussen de bewoners van het eiland gecommuniceerd? (online en offline)
-In hoeverre hoort er een balans te zijn tussen offline communicatie (bv. Informatiedagen) en online communicatie (posts, livestreams, etc) bij een goed verloop van het project? (zonnepark, hoe was communicatie toen?)

topic: offline communication

- Wat voor offline-kanalen gebruikt u om op de hoogte te blijven van ontwikkelingen en gebeurtenissen in het dorp? (Denk aan: krant, flyers, bijeenkomsten)
- In hoeverre vindt u het prettig om updates over duurzame projecten te lezen in de krant of andere offline communicatiemiddelen?

Einde interview
Dit is het einde van het interview, ik wil u heel erg bedanken voor uw medewerking aan het onderzoek. Voordat we afsluiten wil ik u nog wel vragen of er misschien iets is geweest wat we niet besproken hebben maar waarvan u denkt dat het wel belangrijk kan zijn voor het onderzoek.

BIJLAGE 2: ETHISCHE ASPECTEN

Zorgvuldigheidsmaatregelen onderzoek door studenten Toegepaste Psychologie

Project / vak / studieonderdeel:	Afstudeeronderzoek
Docent / coach:	Laura Smids
Onderwerp:	Duurzaamheid op Ameland
Begin- en eindtijd van het onderzoek:	Semester 1 van studiejaar 2021-2022
Beschrijving van het onderzoek (kort maar volledig):	Het doel van dit onderzoek is om door middel van kwantitatief en kwalitatief onderzoek inzichten te krijgen in wat Amelanders kan motiveren om meer actief betrokken te raken bij de projecten op het eiland gerelateerd aan de energietransitie. Deze inzichten zullen worden gebruikt voor het creëren van een interventie specifiek voor de Amelanders, die participatie aan de Amelanders energietransitie verhoogt.

Ondergetekende(n) verklaart (verklaren) zonder voorbehoud en naar waarheid bijgaand formulier te hebben ingevuld in verband met in het kader van de opleiding Toegepaste Psychologie uit te voeren onderzoek.

Naam van de student:	Handtekening:
Julius Wim van der Staaij	

Datum: 8 okt. 21

	Aankruisen indien van toepassing		Beantwoord onderstaande vragen als in de vorige kolom het vakje met → is aangekruist.	Kan hier redelijkerwijs toch nog schade uit ontstaan? (kruis het juiste vakje aan)	
	A		B	C	
1				Nee	Ja
Privacy / anonimiteit					
1.1 Ken je de naam van proefpersonen? Heb je adresgegevens?	Nee x ↙	Ja →	Hoe is de anonimiteit gegarandeerd? (Denk aan het niet opnemen van persoonlijke gegevens in een verslag, het veranderen van namen en gegevens enzovoort.) Wanneer worden de gegevens vernietigd en wie is daar verantwoordelijk voor? Als naam van proefpersoon of een bedrijf of dergelijke toch wordt gepubliceerd, geven de betrokkenen daar dan expliciet toestemming voor?		
1.2 Ken je het e-mailadres van de proefpersonen?	Nee x ↙	Ja →	Hoe zorg je ervoor dat het adres uit je adressenlijst verdwijnt (sent items, contactpersonen, inbox, andere mappen enzovoort), o.a. met het oog op spam / verspreiding van virussen? (Verder als bij 1.1)		
1.3 Beschik je over (andere) persoonlijke gegevens?	Nee ↙	Ja → x	Zijn deze gegevens nodig? Waarom? (Verder als bij 1.1) Er zal tijdens enqueteren gevraagd worden of mensen mee willen werken aan een interview, indien ze dit willen zal telefoonnummer of e-mailadres genoteerd worden. Deze zullen aan het einde van het onderzoek weer verwijderd worden	x	
1.4 Komen proefpersonen op foto of op beeld- of geluidband te staan?	Nee ↙	Ja → x	Zijn proefpersonen hiervan vooraf op de hoogte? Wie krijgen dit materiaal te zien / horen? Geven proefpersonen hier nadrukkelijk toestemming voor? (Verder als bij 1.1) Voor interviews zal een audio opname gemaakt worden voor de verwerking van het interview, zodra de verwerking/transcriberen compleet is zal de audio verwijderd worden. Er zal vooraf toestemming gevraagd worden voor het opnemen van audio	x	
1.5 Wordt er gewerkt met bekende van de onderzoekers?	Nee x ↙	Ja →	Bestaat de mogelijkheid van rolverwarring? Zijn er problemen denkbaar op het gebied van privacy of bijvoorbeeld strijdigheid van belangen en de verhouding die kan ontstaan door een lastige testuitslag? Wat wordt er gedaan om deze problemen te voorkomen? Welke alternatieve oplossingen zijn overwogen en waarom zijn die niet toegepast?		
2					

Informatie en toestemming					
2.1 Wordt proefpersonen expliciet om toestemming gevraagd?	Ja x ↙	Nee →	Waarom niet?		
2.2 Worden proefpersonen vooraf op de hoogte gebracht van het doel van het onderzoek / de interventie?	Ja x ↙	Nee →	Waarom niet? Worden proefpersonen achteraf op de hoogte gebracht?		
2.3 Wordt proefpersonen naar waarheid duidelijk gemaakt wie de opdrachtgever is / welke belangen de opdrachtgever heeft?	Ja x ↙	Nee →	Waarom niet? Worden proefpersonen achteraf op de hoogte gebracht?		
2.4 Kunnen proefpersonen deelname weigeren?	Ja ↙ x	Nee →	Waarom niet?		
2.5 Kunnen proefpersonen op elk moment stoppen / van verdere medewerking afzien?	Ja ↙ x	Nee →	Waarom niet?		
2.6 Wordt het proefpersonen duidelijk gemaakt in welke rol je met ze werkt? (Bijvoorbeeld om van te leren, als medewerker voor een opdrachtgever)	Ja ↙ x	Nee →	Waarom niet? Worden proefpersonen achteraf op de hoogte gebracht?		
2.7 Wordt proefpersonen de mogelijkheid geboden op de hoogte te worden gebracht van uitkomsten / resultaten?	Ja ↙x	Nee →	Waarom niet?		
2.8 Wordt aan proefpersonen onjuiste informatie verstrekt over de opdrachtgever, het doel van het onderzoek of dergelijke.?	Nee ↙x	Ja →	Waarom? Worden proefpersonen achteraf op de hoogte gebracht?		
2.9 Zijn (sommige) proefpersonen minderjarig?	Nee ↙ x	Ja →	Is toestemming geregeld met ouders/verzorgers? Zo nee, waarom niet?		
2.10 Zijn (sommige) proefpersonen wilsonbekwaam?	Nee ↙x	Ja →	Is toestemming geregeld met eventuele andere verantwoordelijken? Zo nee, waarom niet?		
2.11 Is er een protocol gemaakt waarin staat hoe en in welke	Ja → x		Het lectoraat gebruikt het algemeen protocol voor hogescholen in Nederland voor het omgaan met proefpersonen		

bewoordingen proefpersonen over de punten 2.1 tot en met 2.8 op de hoogte worden gebracht?				
		Nee →	Waarom niet?	

3 Mogelijke schadelijke effecten					
3.1 Is er tijdens het onderzoek sprake van misleiding van proefpersonen?	Nee ↙x	Ja →	Waarom is dit nodig? Wat is de aard van de misleiding? Wanneer en hoe worden proefpersonen op de hoogte gebracht (debriefing)?		
3.2 Kan de proefpersoon door deelname geestelijk, sociaal, fysiek of andere nadeel ondervinden? Denk hierbij <i>onder andere</i> aan bewustwording van iets onaangenaams, in verlegenheid, frustratie of stress worden gebracht, het ongewenst bekend worden van uitkomsten enzovoort.	Nee x ↙	Ja →	Welke nadelen zijn denkbaar? Wat wordt er gedaan om deze nadelen te voorkomen? Wat om de schade te beperken? Zijn proefpersonen hiervan vooraf op de hoogte?		
3.3 Kunnen er groeperingen (denk ook aan kwetsbare groepen / minderheden) door deelname aan of bijvoorbeeld uitkomsten van onderzoek of publiciteit erover ervan nadeel ondervinden?	Nee x ↙	Ja →	Welke nadelen zijn denkbaar? Wat wordt er gedaan om deze nadelen te voorkomen? Wat om de schade te beperken? Zijn proefpersonen hiervan vooraf op de hoogte?		
3.4 Kunnen organisaties en dergelijke (bijvoorbeeld school of woningbouwcorporatie die er 'slecht' van afkomt) nadelen ondervinden van de uitkomsten van of publiciteit rond het onderzoek?	Nee x ↙	Ja →	Welke nadelen zijn denkbaar? Wat wordt er gedaan om deze nadelen te voorkomen? Wat om de schade te beperken? Zijn proefpersonen hiervan vooraf op de hoogte? Zijn betreffende organisaties hiervan op de hoogte?		
3.5 Kunnen er op basis van het onderzoek beslissingen worden genomen (door bijvoorbeeld opdrachtgever)	Nee x	Ja →	Welke beslissingen kunnen voor wie nadelig zijn? Wat wordt er gedaan om deze nadelen te voorkomen? Wat om de schade te beperken?		

die nadelig kunnen zijn voor bepaalde (groepen) mensen?	↙		Zijn proefpersonen hiervan vooraf op de hoogte? Zijn andere betrokkenen hiervan op de hoogte?		
3.6 Kunnen uitkomsten / testuitslagen schokkend / naar zijn voor de betrokkene?	Nee x ↙	Ja →	Worden er vooraf afspraken gemaakt over de bespreking van de uitkomsten / uitslagen? Is er de mogelijkheid van opvang, nazorg of doorverwijzing geregeld?		

4. Afweging voor- en nadelen					
Als er in het voorgaande zaken zijn waarmee proefpersonen of anderen te kort kan worden gedaan, staan daar wellicht voordelen van het onderzoek tegenover (verbetering van de situatie van mensen, onderwijs-/leerdoeleinden, verdiensten e.d.). Zijn er zulke voordelen?	Ja x	Nee →	Welke voordelen zijn dat? In hoeverre wegen de nadelen op tegen deze voordelen?		

BIJLAGE 3: BRAINWRITING SESSIE WERKBLAD

Werkblad brainwriting voor interventie voor Amelanders

Doelstelling van de interventie:

Na deelname aan de interventie zijn deelnemers meer gemotiveerd om hun woning (verder) te verduurzamen om deze geschikt te maken voor een compleet duurzame energievoorziening.

Om deze doelstelling te behalen moet een aantal factoren beïnvloed worden. Deze zijn:

- Subjectieve norm: deelnemers zullen zich meer verbonden voelen met hun burens in het streven naar energieneutraal wonen
- Waargenomen gedragscontrole: deelnemers zullen een duidelijk beeld hebben over hoe en wanneer zij hun woning verder kunnen verduurzamen binnen hun financiële mogelijkheden
- Attitude: deelnemers zullen het belang beter gaan inzien waarom het belangrijk is dat zij hun woning verduurzamen

Aandachtspunten:

- Schaal: individueel tot straatniveau of buurt
- Extra aandacht voor mensen met een lage interesse
- Beperkt budget: er kunnen geen grote bedragen uitgegeven worden. Er is waarschijnlijk wel geld beschikbaar waarmee eventueel een zaaltje afgehuurd kan worden of iemand kan worden betaald vanuit de gemeente die de interventie leidt en/of informatie kan geven.
- Het moet behalve effectief vooral ook aantrekkelijk zijn voor de doelgroep om deel te nemen
- De interventie moet te repliceren zijn op het hele eiland

Enkele problemen wensen en inzichten ter inspiratie:

Problemen

Grote aanpassingen zijn lastig te betalen

Lastig voor huurders om te investeren of het is niet toegestaan door huurbaas

Wensen

Onzichtbare energietransitie (geen grote visuele veranderingen door de transitie)

Financiële steun

Specifieke en concrete uitleg wat ze kunnen doen

Inzichten

Amelanders kunnen en willen samenwerken om dit te bereiken, maar wel met de juiste ondersteuning

Verduurzaming moet intelligent ingepland worden zodat het minder overlast verzorgd en ook kosten kan besparen. Dat wil zeggen, verduurzaming bijvoorbeeld combineren met ander verbouwingen in een woning en weten wanneer bepaalde onderdelen die aan vervanging toe zijn verduurzaamd kunnen worden.

Brainwriting

Deel 1: Individueel

- Schrijf drie ideeën op een papier, dit kan een idee zijn voor een complete interventie of een onderdeel daarvan wat een specifiek onderdeel van de problemen/doelstellingen aanpakt. Maak goed gebruik van je ervaring en kennis van de Amelanders en hun positie in dit probleem. Probeer uit de buurt te blijven van vooroordelen over de Amelanders.
- Schuif het papier door naar de buur, voor de drie ideeën die je nu voor je hebt schrijf je elk een aantal opmerkingen die het idee verder ontwikkelen
- Papieren worden 5 keer doorgeschoven

Deel 2: samen

- Al de ideeën worden openbaar gemaakt en besproken
- Punten kunnen bediscussieerd worden
- Eventuele punten kunnen nog toegevoegd worden
- Ideeën en punten kunnen afvallen

BIJLAGE 4: BRAINWRITING SESSIE

- 1 open huis: iemand in de straat die al veel heeft verduurzamd
overtuigt de huizen en geeft hun inzicht in wat deze betaald/bespaard
 - Dit zou eventueel ook iemand kunnen zijn elders op het eiland, zodat je meer opties hebt en het dus kunt herhalen
 - Maak wellicht een 'groen huis' dat ook voor toeristen open is. Zodat daar ook de innovaties & makkelijke oplossingen zichtbaar zijn
 - Maak het voor toeristen ook duidelijk wat het doel van Ameland is & dat de toeristen ook een handje kunnen helpen
 - wel de nadruk op de amelanders, die moeten verduurzamen dat →
- 2 expo: een installateur legt in een buurt huis uit wat de nieuwste innovaties zijn voor verduurzaming van het huis
 - Misschien hier nog andere experts aan toevoegen ook op gebied van andere belangrijke dingen
 - Soort sustainable markt van maken, e infomarkt
 - Er zijn ook genoeg "lokale gemotiveerde techneuten" die voor een kop koffie bij mensen op bezoek kunnen komen om ze te helpen
 - Amelanders het gesprek laten voeren voor groen gevoel
 - ook het financiële aspect toelichten subsidie terugverdienen termijn
 - misschien per valgebied een aparte expo zodat mensen →
- 3 subsidie coach: iemand met kennis van huidige subsidie maatregelen gaat in gesprek met mensen over de goedkoopste manier van verduurzamen voor hen
 - Online informatieplatform aanvullen zou ook kunnen. Dat men bij bijzondere gevallen wel om een expert kan vragen. Anders kan dit dus worden voor de gemeente
 - fysiek wel effectiever, merkte je ook met enquêtes, daar bereik je meer mensen mee
 - mocht je dit wel online doen, zorg dan dat mensen weten dat het bestaat.

1. ~~geen~~ de toeristen niet voor ze doen

- Ik denk dat bovenstaande geen verkeerd plan is omdat mensen vrij veel overlast ondervinden van toeristen, ~~en~~ in 'ruil' daarvoor kunnen zij best bijdragen aan het schoonhouden van de natuur. Dan ~~is~~ hoeven de eilanders ook geen 'rotzooi' op te ruimen

2. kunnen kiezen welke ze bezoeken en welke niet

3

1. Buurt borrel/karbecue in combinatie met een Q&A door experts op gebied van financiering en andere onverwachte zaken omtrent de energietransitie
 - Maak er een soort informatie markt van met allemaal kraampjes / stands waar iedereen genoeg informatie kan krijgen over verschillende ideeën.
 - Zorg ervoor dat ~~iedereen~~ dit event iedereen aanspreekt, van volwassenen tot kinderen
 - extra aandacht voor ~~het~~ lokale economie
 - O.L.V. een kinderbegeleider de kinderen meenemen de natuur in terwijl de ouders bovenstaande doen.

of Maak op de basis chat kinderen al bekend met 'groen leven'
Zorgt voor goede nieuwe generatie.

2. Ideeënbus op de buurt plaatsen waar mensen hun beste low-budget verduurzamingstips kunnen delen, de beste komt maandelijks op de kabelkrant of in het gemeenteblad, per maand dus 1 winnaar die een kleine prijs krijgt. Uiteraard zijn alle gegeven tips voor iedereen in te zien.
 - Maak van alle ingezamelde ideeën/tips een mooi folderje of boekje dat een ieder thuisbezorgd krijgt. (wellicht + prijsindicatie)
 - Kan ook online. ← veel mensen zijn volgens mij liever offline hiermee bezig
 - mensen kunnen hierin ook specifieke hulp vragen aan ^{meeste} ~~omstanders~~
3. Koffiemoment waar mensen hun zorgen kunnen delen (terugkerend iets van maken)

- zorgen ervoor dat experts de meetings leiden om alle onduidelijkheden ter plekke op te lossen
- ~~misschien~~ kan ook een borrel zijn om generatie 30 to 50 meer te bereiken (niet te veel zuipen natuurlijk ← beperkte drank-
→ + dat er geen roddels de wereld inkomen voorraad ;)

1. Buurt Buddy: lokale "praatgroepen" op basis van buurt/^{straat} Zij bespreken ideeën met elkaar en hebben een vertegenwoordiger die vragen/onduidelijkheden voorlegt aan de gemeente.

- hoe doelgericht?

- mensen lokken met een evenement

- misschien bij een vereniging starten

- Wat heeft de buurtbuddy/vertegenwoordiger hier zelf aan? (what's in it for me idee) Benadruk dat zodat het voor iemand in die buurt aantrekkelijk wordt om de taak op zich te nemen

- Zoek een groep forabelingen die dit vrijwillig/ of voor een kleine compensatie willen opknappen. Maak een nummer aan en dus mogelijk op om te whatsappen.

2. Natuurdag: verduurzamen is belangrijk, maar natuurbescherming wordt door veel studies als nog belangrijker gezien.

Daarom zou de AEC/Gemeente events kunnen organiseren die hier mee te maken hebben. Vb: dag waarop bomen worden geplant, wandeltochten om meer te leren over lokale ecosystemen enzovoort

- aan het einde extra aandacht voor bijv. vóóleren

- voorzichtig link leggen met klimaatverandering + effecten

- mensen tips geven over wat ze zelf kunnen doen voor de natuur zowel direct als indirect

+ Maak er een gezellige dag voor toeristen van. Van bijvoorbeeld ook strand geschied zijn. Vraag voor zo operaapte stukjes plastic gratis koffie + taart.

3. Globaal belang: mensen op Ameland bezien zich niet goed genoeg hoe belangrijk de lokale projecten zijn voor de rest van de EU en van de wereld. De potentiële impact laten zien is van belang.

- het welandens adverteerder, lok ze binnen met wat and

↳ Hierbij ook eerst lokaal beginnen, wat doet het voor Ameland. Wellicht ook duidelijk maken dat Ameland een voorbeeld is voor alle andere eilanden van de EU. Janos project benoemen.

1. Iedereen is buurt buddy van elkaar. Maar de verlegerswaardiger hiervan zou dit voor een klein bedrag/subsidie kunnen doen.
- lok mensen met info over geld besparing hiervoor

2. betrek iedereen hiermee. ook lokale ondernemers
- Zorg er inderdaad voor dat er kleine tips worden gegeven die men de rest van het jaar kan toepassen

3. laat de trotson amland voorop staan

1. Persoonlijk gericht flyer met verduurzamings mogelijkheden per inkomens groep.

- geen voordeel voor inkomen maken.
- Zou ook online kunnen via een moderne/simpele website
- info/stappenplan subsidie aanvragen
- werkt het nog zo verbindend als heel Ameland per buurt dezelfde tips krijgt? Niet heel persoonlijk meer.
- Mensen voelen zich niet prettig (bij een laag inkomen) als het een persoonlijke aanpak naar inkomen is (denk ik).
↳ kan onderdeel zijn jongere campagne.
- Minder focus op inkomen, meer op toekomstvisie en potentiële voordelen (Per dorp.)

2. "Winactie": per straat heb je de mogelijkheid om het beste verduurzamings plan op te zetten. ↳ meest efficiënt plan krijgt 50% korting op de uitvoering

- zou dit niet voor potentiële ruzies of ruzies kunnen zorgen?
- misschien een draai eraan geven dat iedereen zult
- hulp aanbieden met maken van een plan
- Laat de bewoners van het dorp stemmen zo is er een unaniem besluit voor de winnaars. Kan wellicht een ruzie voorkomen. Anders punt 2 meenemen
- de winnaars verspreiden de mogelijkheid om een gezamenlijk event te kiezen/plannen waar iedereen welkom voor is

3. Online & offline campagne: Wat als wij niet verduurzamen? Bericht is: Ameland is geen bewoonbaar eiland meer. Moeten SAMEN ons Eiland redden.

- Speciale nadruk leggen op het verleden (geschiedenis) en de toekomst (toekomstige generaties). "hoe mooi zou het zijn als wij iedereen hier kunnen blijven leven?" +
- "laat een duurzaam huis achter voor de volgende generatie!"
- nadruk leggen op het feit dat als er niks verandert, Ameland in de toekomst een zandplaat zal worden
↳ inderdaad een positieve draai aan geven

2.

3. - Inderdaad, nadruk leggen op het feit dat het doel nog zeker behaald kan worden met grote prozeden, maar ook vooral met kleine aanpassingen.

BIJLAGE 5: INTERVENTIE

Op de volgende pagina vindt u het complete draaiboek voor de ontwikkelde interventie.

PILOT INTERVENTIE: HET OPEN HUIS

Samenvatting

Deze interventie is het eindproduct van een scriptieonderzoek naar het motiveren van Amelanders voor het (verder) verduurzamen van hun woning. Tijdens de interventie dient een “koploper” als gastheer voor het open huis. De koploper is een buurtgenoot van de doelgroep en kenmerkt zich door al veel duurzame maatregelen te hebben genomen aan zijn woning. Hierdoor functioneert deze als rolmodel voor de doelgroep. De koploper geeft een rondleiding met uitleg over de verschillende duurzame maatregelen die zijn genomen. Hierna wordt onder leiding van de “expert” een verduurzamingsgesprek geïnitieerd. Hier wordt overzichtelijk gemaakt wat de deelnemers als gedaan hebben aan duurzame maatregelen, wat ze nog kunnen doen en hoe ze elkaar eventueel kunnen helpen met het verder verduurzamen. De expert is hierbij aanwezig om vragen te beantwoorden en te adviseren. Aan het einde krijgen deelnemers een gepersonaliseerd informatiepakket mee met informatie over het verduurzamen van hun woning. De einddoelgroep bestaat uit Amelanders met een lage motivatie om duurzame maatregelen te nemen. Hiernaast worden ook andere Amelanders betrokken uit de buurt, deze hebben wel een hogere motivatie maar kunnen hun woning ook nog verder verduurzamen. Het doel van de interventie is om deelnemers meer gemotiveerd te krijgen om hun woning (verder) te verduurzamen om deze geschikt te maken voor een compleet duurzame energievoorziening. Om dit te bereiken wordt er invloed uitgeoefend op de subjectieve norm, zelfeffectiviteit en attitude van de deelnemers in relatie tot het verduurzamen van de woning.

INHOUDSOPGAVE

1. Beschrijving interventie	52
1.1 Doelstelling	52
1.2 Doelgroep	52
1.2.1 Einddoelgroep	52
1.2.2 Intermediaire doelgroepen.....	52
1.2.3 Selectie van de doelgroepen.....	52
1.2.4 Betrokkenheid van doelgroep	53
1.3 Opzet van interventie	53
1.3.1 Vorm	53
1.3.2 Opbouw	53
1.3.3 Omvang.....	53
2. Uitvoering	54
2.1 voorbereiding.....	54
2.2 Interventieonderdelen.....	54
2.2.1 Werving	54
2.2.2 Dag van de interventie.....	54
2.2.3 Evaluatie	55
2.3 Implementatie	56
3. Onderbouwing.....	57
3.1 Subjectieve norm	57
3.2 Zelfeffectiviteit.....	58
3.3 Attitude.....	58
Literatuur	59
Bijlage 1: Concept uitnodiging.....	60
Bijlage 2: Materialenlijst open huis	61
Bijlage 3: Checklist verduurzamen	62
Bijlage 4: evaluatieformulier	63

1. BESCHRIJVING INTERVENTIE

In dit hoofdstuk wordt de doelstelling, de doelgroep en de opzet van de interventie beschreven.

1.1 DOELSTELLING

Het hoofddoel van de interventie is:

Na deelname aan de interventie zijn deelnemers meer gemotiveerd om hun woning (verder) te verduurzamen om deze geschikt te maken voor een compleet duurzame energievoorziening.

1.2.1 Subdoelen

- Het verbeteren van de subjectieve norm over het verduurzamen van de woning. Deelnemers:
 - Voelen zich meer verbonden met hun burens in het streven naar energieneutraal wonen.
 - Ervaren verduurzaming als iets wat hun burens belangrijk vinden.
- Het vergroten van de zelfeffectiviteit. Deelnemers:
 - Hebben een beter beeld hoe zij hun woning verder kunnen verduurzamen binnen hun financiële mogelijkheden en binnen de mogelijkheden voor hun type woning.
 - Krijgen meer zelfvertrouwen in hun mogelijkheid tot het verduurzamen van hun woning.
- Het verbeteren van de attitude tegenover het verduurzamen van de woning. Deelnemers:
 - Zien in hoe hun waarden passen bij het verduurzamen van hun woning.

1.2 DOELGROEP

Om de einddoelgroep te bereiken is ook hulp nodig van andere groepen, deze zijn hier verder uitgelicht.

1.2.1 EINDDOELGROEP

De interventie is ontwikkeld met als einddoelgroep Amelanders die een lage motivatie hebben om duurzame maatregelen te treffen aan hun woning.

1.2.2 INTERMEDIAIRE DOELGROEPEN

Voor de interventie zijn een aantal andere groepen naast de einddoelgroep van belang, deze groepen zijn als volgt beschreven.

De koploper

De koploper is een Amelanders die al veel verduurzamende maatregelen heeft getroffen in diens woning. Deze heeft flink geïsoleerd, heeft zonnepanelen op het dak en ook al een (hybride) warmtepomp.

De expert

De expert is aanwezig bij de interventie om het gesprek over verduurzamen te leiden en om de deelnemers van advies en informatie te voorzien op dit vlak. De expert moet dus veel kennis hebben over alle vlakken van het verduurzamen van de woning. Als het nodig blijkt te zijn door de grootte van de verwachte groep deelnemers kan een tweede expert gevraagd worden om te helpen tijdens de dag van de interventie.

De “duurzame” Amelanders

Er wordt geen onderscheid gemaakt tijdens de werving van deelnemers voor de interventie waardoor ook Amelanders die wel (veel) verduurzaamd hebben aan hun woning kunnen deelnemen aan de interventie. Zij spelen ook een belangrijke rol in de interventie omdat zij als rolmodel gezien kunnen worden door de einddoelgroep. Ook spelen zij een rol in het correct weergeven van de sociale norm om te verduurzamen op Ameland.

1.2.3 SELECTIE VAN DE DOELGROEPEN

Er wordt op drie verschillende manieren geselecteerd voor de verschillende betrokken partijen.

De koploper wordt geselecteerd door de interventieleider door in te observeren in de omgeving van waar de interventie dient plaats te vinden. De interventie leider zoekt naar tekenen van verduurzaming van

bepaalde woningen zoals zonnepanelen of een zichtbare warmtepomp, ook kan er gekeken worden naar verschillende vormen van isolatie zoals isolatieglas of het type kozijnen. Er kan hier ook nog gekeken worden naar het type woning in relatie tot de doelgroep die specifiek bereikt dient te worden. Wanneer er een woning uit springt kan de bewoner worden gevraagd of deze deel wil nemen aan het project.

De expert kan verschillende achtergronden hebben, zo kan dit bijvoorbeeld iemand zijn uit het werkveld van verduurzaming of een student die hier veel kennis over heeft. Het is belangrijk dat deze persoon behalve kennis van het verduurzamen van de woning ook enige kennis bezit van de factoren die beïnvloed worden tijdens deze interventie en hoe deze hieraan kan bijdragen door het gesprek en uitleg te focussen op de juiste factoren. Hiervoor zal de expert eventueel op voorbereid kunnen worden door de initiatiefnemer. De voorkeur gaat ernaar uit dat de expert ook Amelander is of in ieder geval affiniteit heeft met de Amelanders. Er zou bijvoorbeeld gekozen kunnen worden om deze rol te laten vervullen door iemand van het energieloket van de gemeente.

De einddoelgroep en de “duurzame” Amelander worden op dezelfde manier geselecteerd, namelijk via een uitnodiging in de brievenbus. De personen die worden uitgenodigd wonen in de buurt van de koploper en hebben een vergelijkbare woning.

1.2.4 BETROKKENHEID VAN DOELGROEP

Door het inwikkelen van de interventie is er gebruik gemaakt van vragenlijsten die door een groep Amelanders is ingevuld. Ook zijn er interviews gehouden met Amelanders om een beter beeld te krijgen van hun wensen, problemen en inzichten op het gebied van verduurzaming van de woning. Deze informatie is de basis geweest voor verschillende aspecten van de interventie.

1.3 OPZET VAN INTERVENTIE

1.3.1 VORM

De opzet van het ontwerp is een buurtinterventie bestaande uit twee prominente onderdelen die de deelnemers doorlopen. Het eerste onderdeel wordt begeleid door een koploper die zijn huis openstelt voor zijn burens. Het is hierbij belangrijk dat de koploper en de burens een goede relatie hebben zodat deze als rolmodel kan dienen. Het tweede onderdeel wordt vervuld door de expert, dit is iemand die veel kennis heeft van het verduurzamen van woningen en hierover advies kan geven. Het is ook voor de expert van belang dat deze en de groep zich verbonden voelen, al is dit minder van belang dan bij de koploper. De koploper en de expert moeten beide voorbereid worden voor het leiden van de interventie door de initiatiefnemer aan de hand van dit draaiboek.

1.3.2 OPBOUW

De opbouw van de interventie bestaat de volgende stappen:

1. Ontvangst van deelnemers met uitleg over de interventie
2. Rondleiding langs de verduurzamende maatregelen van het huis door koploper
3. Gesprek over ervaringen met verduurzamen en motivaties door deelnemers en adviezen van de expert tijdens een “verduurzamingsgesprek” aan de hand van de verduurzamingschecklist.
4. Informatie over energietransitie op Ameland waarin ook wordt ingegaan op de doelstelling van de gemeente Ameland.

1.3.3 OMVANG

De interventie speelt zich af over een enkele dag in en om de woning van de koploper. Voor deelname aan de interventie is de starttijd flexibel. De deelnemers worden uitgenodigd om in een bepaald tijdvak te komen met de intentie dat de inloop relatief gespreid wordt. Dit is belangrijk omdat niet al de genodigde tegelijk de rondleiding door het huis kunnen krijgen. Verder is de tijdsinschatting per onderdeel als volgt:

- Ontvangst door expert +/- 5 minuten
- Rondleiding door koploper +/- 15 minuten
- Verduurzamingsgesprek in groep +/- 20 minuten
- Aanbieden van informatie en advies door expert +/- 5 minuten

2. UITVOERING

Dit hoofdstuk beschrijft de voorbereiding, uitvoering en evaluatie van de interventie.

2.1 VOORBEREIDING

Wanneer er een koploper en een expert zijn gevonden wordt met hen een geschikte datum en tijd vastgesteld voor de interventie. Dit gebeurt in ieder geval drie weken voor de interventie zodat er genoeg tijd is voor verdere voorbereidingen. De expert bezoekt de koploper die zijn woning openstelt en inventariseert al de duurzame maatregelen die zijn genomen in het huis en wanneer deze zijn gedaan. Op basis hiervan maakt de expert samen met de koploper een plan voor de rondleiding die op de dag van de interventie plaatsvindt. Per genomen maatregel wordt vastgesteld hoe de implementatie hiervan verliep en wat het resultaat hiervan is. Punten die per maatregel terugkomen zijn:

- Waarom deze maatregel is genomen door de koploper
- Aanschafkosten en terugverdientijd
- Ervaring met installatie van de maatregel
- Schatting van bespaarde energie/uitstoot door de maatregel

Ook wordt ter voorbereiding eventueel foto's gemaakt van de koploper en zijn huis voor op de uitnodiging. Verder wordt er samen met de koploper besloten hoe veel buurtbewoners er worden uitgenodigd. Dit zal in ieder geval de eigen straat zijn maar wanneer de koploper er comfortabel mee is kunnen meerdere omliggende straten worden uitgenodigd.

2.2 INTERVENTIEONDERDELEN

De interventie bestaat uit verschillende onderdelen die door deelnemers grofweg worden doorlopen in de volgorde hoe ze hier beschreven worden. Een checklist voor de nodige materialen voor de interventie is weergegeven in bijlage 2.

2.2.1 WERVING

DE UITNODIGING

De uitnodiging voor de interventie wordt ongeveer 1 a 2 weken voor de interventie verstuurd naar de deelnemers. In deze uitnodiging worden vermeld dat het open huis een initiatief is om Amelanders te ondersteunen met het verduurzamen van hun woning en dat het verbonden is aan de ambitie van de gemeente Ameland om voor 2035 energieneutraal te zijn. In de uitnodiging wordt onder andere vermeld dat er een rondleiding zal zijn door het open huis langs de verduurzamende maatregelen, en dat er een expert aanwezig zal zijn om deelnemers te adviseren op het gebied van het verduurzamen van de woning. Een concept voor de uitnodiging is te vinden in bijlage 1. Deze wordt per implementatie van de interventie aangepast voor de specifieke groep deelnemers die uitgenodigd gaat worden.

2.2.2 DAG VAN DE INTERVENTIE

DE ONTVANGST

De deelnemers worden voor het open huis ontvangen door de expert, deze heet hen welkom. De expert legt uit in een korte pitch dat het doel van het evenement is om de mensen uit de buurt te helpen en inspireren met het verduurzamen van hun woning. Verder benadrukt de expert dat het natuur en milieu horen bij de Amelandse identiteit en dat daarom de gemeente ook de ambitie heeft om voor 2035 energieneutraal te zijn. De expert legt uit dat er al veel wordt verduurzaamd door de Amelanders maar dat er nog veel winst te behalen valt, hierbij wordt de nadruk gelegd op het duurzaam verwarmen van woningen en het stoppen van de fossiele gasvoorziening die gepland staat op het eiland. Na de pitch wordt het drankje aangeboden en wordt gekeken of er een groepje samengesteld kan worden voor de rondleiding door de koploper. Ook

wordt bij ontvangst aan deelnemers gevraagd om het voorevaluatie formulier in te vullen, ze krijgen een nummer die ze moeten onthouden en op het voor en het na evaluatieformulier zetten.

DE RONDLEIDING

Wanneer er een groep bij elkaar is van ongeveer vijf deelnemers wordt de rondleiding gestart door de koploper. Deze begeleidt de deelnemers langs verschillende verduurzamende maatregelen die zijn genomen in de woning. De volgorde van het laten zien van de maatregelen komt grofweg overeen met de volgorde waarin ze zijn toegepast in de woning. Zo wordt er bijvoorbeeld begonnen met het laten zien van kleinere maatregelen en isolatie, hierna worden pas maatregelen laten zien die te maken hebben met het duurzaam opwekken van energie en het duurzaam verwarmen van de woning. Per maatregel vertelt de koploper waarom deze maatregel is genomen, hoe de implementatie hiervan verliep, het effect dat de maatregel had op energieverbruik en de winst die de maatregel ongeveer heeft opgeleverd op het gebied van energiekostenbesparing en grofweg de besparing op uitstoot. Deze informatie is van tevoren al vastgelegd met de expert, de koploper kan deze informatie eventueel op een spiekbrieftje checken tijdens de rondleiding. Ook wordt er, indien beschikbaar, beeldmateriaal van de implementatie van de verschillende maatregelen laten zien tijdens de rondleiding om het proces beter te illustreren. De rondleiding eindigt met eventuele plannen die de koploper nog heeft voor het verder verduurzamen van zijn woning en hoe deze zullen worden uitgevoerd. Na de rondleiding worden de deelnemers weer naar buiten gebracht en wordt er aan hen gevraagd om naar hun eigen verduurzamingsplan te kijken.

HET VERDUURZAMINGSGESPREK

Na de rondleiding worden de deelnemers uitgenodigd om naar hun eigen situatie te kijken. De expert legt uit dat het doel hiervan is om een beter beeld te krijgen welke maatregelen nog genomen kunnen worden en om te kijken of de burens elkaar ook kunnen helpen met het nemen van verduurzamende maatregelen. De expert deelt de checklist verduurzamen uit (bijlage 3) en vraagt de deelnemers om per huishouden in te vullen wat er al is gedaan aan verduurzamende maatregelen. Wanneer dit is gebeurd wordt in het groepje gevraagd om de lijstjes met elkaar te vergelijken en te ontdekken of de deelnemers elkaar ook ergens over kunnen adviseren of over een maatregel is waarbij deelnemers samen kunnen uitzoeken hoe ze die het beste kunnen aanpakken. De expert voegt zich in het gesprek om advies en informatie te geven wanneer die nodig is of wanneer hiernaar wordt gevraagd.

AANBIEDEN VAN INFORMATIE

Tegen het einde van het verduurzamingsgesprek stelt de expert een informatiepakket samen per deelnemer. Dit wordt gedaan aan de hand van de ingevulde checklists. Op basis hiervan kiest de expert relevante flyers en folders met informatie over de maatregelen die nog genomen kunnen worden door deze deelnemer, dit zijn ook contactgegevens van bijvoorbeeld installateurs. Ook wordt informatie toegevoegd over de verduurzaming op Ameland in het algemeen en relevante adviespunten zoals het energieloket van de gemeente. De informatie hoort relevant te zijn voor het moment en de plek waar de interventie wordt gehouden.

Voordat de deelnemers zijn vertrokken wordt gevraagd of ze het evaluatieformulier nogmaals willen invullen en dat ze niet vergeten hun nummer te noteren die ze hebben gekregen toen ze aankwamen. Wanneer al de deelnemers zijn geholpen en vertrokken worden alle materialen opgeruimd en afgebroken en is de interventie ten einde.

2.2.3 EVALUATIE

De interventie wordt geëvalueerd doormiddel van het evaluatieformulier, deze is weergegeven in bijlage 4. De vragen op het formulier zijn gebaseerd op de subdoelen van de doelstelling van de interventie. Er worden stellingen gegeven, gebaseerd op de subdoelen, waarbij de deelnemers op een vijfpuntschaal aan kunnen geven in welke mate deze stelling bij hen past. Door de vragen voor en na de interventie te stellen kan het directe effect op deze factoren gemeten worden. De deelnemers krijgen een nummer die ze op de

twee formulieren moeten zetten zodat deze kunnen worden vergeleken. Ook is er op het formulier nog ruimte voor opmerkingen of tips die de deelnemers hebben voor de interventie.

2.3 IMPLEMENTATIE

De interventie is specifiek bedoeld voor implementatie binnen de gemeente Ameland. De interventie kan worden ingezet in een buurt waar het gewenst is om de motivatie voor het verduurzamen van de woning te verhogen bij de bewoners. De initiatiefnemer van de interventie werkt samen met de “koploper” en de “expert” voor het uitvoeren van de interventie.

3. ONDERBOUWING

In dit hoofdstuk wordt de onderbouwing gegeven voor de werkzame elementen van de interventie. Dit is gedaan door per subdoel te onderbouwen met behulp van de resultaten uit onderzoek en de literatuur. Voor een complete verantwoording voor het ontwerp van de interventie wordt verwezen naar de bachelorscriptie van J.W. van der Staaij “Amelanders klaar voor de energietransitie”.

De basis van de interventie bestaat uit strategieën met als doel het beïnvloeden van de subjectieve norm en de zelfeffectiviteit. Omdat waarden van individuen moeilijk en langzaam te beïnvloeden zijn (Manfredo et al., 2017) wordt er geen focus gelegd op het veranderen van deze waarden. Onderzoek van Abrahamse & Steg (2013) suggereert dat interventies op basis van sociale invloed effectiever zijn voor het promoten van duurzaam gedrag dan andere soorten interventies. Ook blijkt dat interventies die in het openbaar en in groepen plaatsvinden meer effectief zijn dan interventies die dat niet zijn (Abrahamse & Steg, 2013; Steintmetz et al., 2016). Voor de ontwikkelde interventie is een combinatie van openbare groeps-elementen en individuele elementen gebruikt omdat Amelanders zelf aangaven behoefte te hebben aan het verkrijgen van informatie die ze individueel kunnen bestuderen.

3.1 SUBJECTIEVE NORM

De subjectieve norm wordt in de interventie op verschillende manieren beïnvloed. Langley, Bouman & Steg (2020) beschrijven vier strategieën om waargenomen groepswaarden onder leden van deze groep te beïnvloeden. Hiervan zijn drie toegepast in de interventie. Deze strategieën zijn:

- Benadrukken dat groepsleden sterkere biosferische waarden hebben dan veelal wordt gedacht
- Zichtbaarheid van klimaatgedragingen van groepsleden vergroten
- Het belang van biosferische waarden aan de identiteit verbinden

Per strategie wordt uitgelegd hoe deze in de interventie wordt toegepast. Deze strategieën worden eerst tijdens de werving/uitnodiging van de deelnemers toegepast waarna ze tijdens de interventie nogmaals worden toegepast.

In de interventie wordt het benadrukken dat groepsleden sterkere biosferische waarden hebben dan veelal wordt gedacht toegepast op verschillende manieren. Ten eerste wordt deze strategie al toegepast tijdens de werving: op uitnodigingen en posters worden statistieken verwerkt over de biosferische waarden van Amelanders. Dit is bijvoorbeeld weergegeven in figuur 5. Tijdens de interventie wordt deze informatie nogmaals herhaald in een informatiepakket wat deelnemers meekrijgen.

De zichtbaarheid van klimaatgedraging van groepsleden wordt vergroot tijdens de werving door de gastheer op de uitnodiging te weergeven met zijn zichtbaar duurzame woning. Op deze uitnodiging wordt de “koploper” weergegeven in combinatie met bijvoorbeeld zonnepanelen zichtbaar op zijn dak of naast een warmtepomp. Dit wordt in de interventie zelf nog zichtbaarder tijdens de rondleiding van het open huis langs de verduurzaamde elementen. Ook wordt deze strategie toegepast door middel van de “verduurzamingsgesprekken” die worden gehouden tijdens de interventie. Tijdens deze gesprekken wordt aan de deelnemers gevraagd wat ze al hebben gedaan in hun woning op het gebied van verduurzaming. Doordat ze hierbij informatie krijgen over wat anderen in hun “groep” ook al hebben gedaan aan de verduurzaming van hun woning, en de redenen en motivatie achter dit gedrag, wordt de sociale norm voor hen om te verduurzamen hoger en groeit voor hen de intentie om ook dit gedrag te vertonen.

Het belang van biosferische waarden aan de identiteit van Ameland komt ook terug in de werving en in het informatiepakket dat na de interventie aan de deelnemers wordt gegeven. Hierin wordt de nadruk gelegd op de Amelanders identiteit van het geven om de natuur en het milieu. Hiervoor worden de resultaten gebruikt van de gebruikte vragenlijst van dit onderzoek.

3.2 ZELFEFFECTIVITEIT

In de interventie wordt de zelfeffectiviteit beïnvloedt door deelnemers te laten realiseren wat ze al eerder aan verduurzaming hebben gedaan en door hen van informatie te voorzien waarmee ze een volgende stap kunnen zetten. Volgens Bandura (2010) is de meest effectieve manier voor het verhogen van zelfeffectiviteit het ervaren van succesvolle pogingen van het gedrag. Dit ervaren kan ook betekenen dat de persoon herinnerd wordt aan de keren dat deze het gedrag al succesvol heeft getoond. Ook het observeren van succes bij een ander, uit een groep waarmee deze persoon zich ook sterk identificeert, kan zelfeffectiviteit verhogen.

Tijdens de interventie vindt een groepsgesprek plaats. Een van de dingen die wordt gevraagd aan de deelnemers is om te delen wat voor verduurzamende maatregelen ze al hebben genomen aan hun woning. Hierdoor worden de deelnemers zowel bewust van hun eigen succesverhalen als de succesverhalen van anderen uit hun groep. De zelfeffectiviteit wordt daardoor verhoogd. Wanneer de interventie effectief genoeg is dat dit een deelnemer motiveert om een verduurzamende maatregel te nemen, en dit gebeurt succesvol, dan zal dit ook de zelfeffectiviteit verhogen. Wanneer dit gebeurt vanuit biosferische en/of altruïstische waarden, dan vergroot dit de kans op een spillovereffect waardoor deze persoon meer gemotiveerd is om ook een volgende, complexere maatregel te nemen (Steinhorst, Klöckner & Matthies. 2015).

3.3 ATTITUDE

Omdat waarden lastig zijn om te beïnvloeden, wordt hiertoe in de interventie geen poging gedaan (Manfredo et al., 2017). Ook zou het proberen te veranderen van iemands persoonlijke waarden het inleven in de doelgroep, dat een essentieel onderdeel is van design thinking, ondermijnen (Curedale, 2013). In plaats daarvan wordt in de interventie een poging gedaan om het verduurzamen van de woning zo te brengen dat dit niet in conflict komt met egoïstische waarden, zoals bijvoorbeeld het niet financieel achteruit gaan door het nemen van de verduurzamende maatregelen. Dit wordt bijvoorbeeld gedaan door te benadrukken dat de terugverdientijd op de meeste maatregelen relatief kort is. Om dit te illustreren kan de casus van de koploper gebruikt worden, bijvoorbeeld hoe lang het heeft geduurd tot deze zijn investering heeft terugverdiend per verduurzamende maatregel. Er wordt hierbij op gelet dat de egoïstische waarden niet worden geframed als de reden waarom het goed is om het duurzame gedrag te vertonen aangezien dit een spillover effect kan tegenwerken (Steinhorst, Klöckner & Matthies. 2015).

LITERATUUR

Abrahamse, W., & Steg, L. (2013). Social influence approaches to encourage resource conservation: A meta-analysis. *Global Environmental Change*, 23(6), 1773–1785. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.029>

Bandura, A. (2010). Self-Efficacy. *The Corsini Encyclopedia of Psychology*. <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0836>

Curedale, R. (2013). *Design Thinking*. Design Community College Incorporated.

Langley, M. G., Bouman, T., & Steg, L. (2020). De waarden achter klimaatgedrag: Hoe persoonlijke waarden en waargenomen groepswaarden klimaatgedrag motiveren en versterken. *Mens en Maatschappij*, 95(3), 175-196. <https://doi.org/10.5117/MEM2020.3.002.GERD>

Manfredo, M. J., Bruskotter, J. T., Teel, T. L., Fulton, D., Schwartz, S. H., Arlinghaus, R., Oishi, S., Uskul, A. K., Redford, K., Kitayama, S., & Sullivan, L. (2017). Why social values cannot be changed for the sake of conservation. *Conservation Biology*, 31(4), 772–780. <https://doi.org/10.1111/cobi.12855>

Steinhorst, J., Klöckner, C. A., & Matthies, E. (2015). Saving electricity – For the money or the environment? Risks of limiting pro-environmental spillover when using monetary framing. *Journal of Environmental Psychology*, 43, 125–135. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.05.012>

Steinmetz, H., Knappstein, M., Ajzen, I., Schmidt, P., & Kabst, R. (2016). How Effective are Behavior Change Interventions Based on the Theory of Planned Behavior? *Zeitschrift für Psychologie*, 224(3), 216–233. <https://doi.org/10.1027/2151-2604/a000255>

BIJLAGE 1: CONCEPT UITNODIGING

Uitnodiging open huis

Afbeelding koploper met duurzame woning

- Krijg persoonlijk advies van een **expert** voor het verduurzamen van **uw** huis.
- Krijg een **tour** door de duurzame woning van [koploper].
- Kom erachter hoe u uw energieverbruik omlaag kan krijgen

De natuur en het milieu is een kenmerkend onderdeel van de Amelandse identiteit, Amelanders leven middenin een uniek en kostbaar natuurgebied en zetten zich regelmatig in voor de bescherming en het behoud hiervan. Ook hierom heeft Ameland de ambitie om voor 2035 energieneutraal te zijn. Dit betekent niet alleen het krijgen van energie uit duurzame bronnen, maar ook onafhankelijk zijn van de wal voor het krijgen van deze energie. Om dit doel te behalen wordt er ingezet op duurzame energieproductie en het verlagen van energieverbruik door duurzame aanpassingen aan de leefomgeving. Woningen zijn hier een belangrijk onderdeel van en bijna 80% van de Amelanders geven al aan duurzame maatregelen hebben genomen aan hun woning. Er is alleen nog een weg te gaan, Ameland gaat namelijk van het gas af! Om deze overgang naar een duurzame warmtevoorziening soepel te laten verlopen is het van belang dat woningen zo duurzaam mogelijk warm te houden. Dit is niet alleen goed voor de natuur en het milieu, maar u kunt er ook nog flink mee besparen. Daarom willen we de Amelanders helpen door te laten zien wat allemaal mogelijk is en door persoonlijk advies aan te bieden van een expert op het gebied van het verduurzamen van de woning. Dus kom langs bij het open huis van [koploper]!

Wanneer: [datum interventie]

Tijd: [inlooptijd]

Waar: [adres koploper]

Vragen? [email & telefoonnummer organisator]

BIJLAGE 2: MATERIALENLIJST OPEN HUIS

Vorbereiding:

- Beeldmateriaal koploper voor uitnodigingen
- Uitnodigingen (bijlage 1)
- Informatiepakket voor koploper
- Rondleiding plan voor koploper

Dag van interventie:

- Marktkraampje voor uitstellen informatiepakketten
- Informatiepakketten
 - o Folders/flyers over al de beschikbare verduurzamende maatregelen
 - o Overzicht voor relevante advies en informatiepunten
 - o Informatie over relevante subsidie voor het verduurzamen van de woning
 - o Informatie over natuur- en milieubehoud op Ameland
- 2 à 3 statafels
- Koffie, thee en frisdrank voor deelnemers om te pakken
- Checklist verduurzaming voor de deelnemers om in te vullen (1 x per verwachte deelnemer + extra)
- Schrijfbaar (pennen of potloden)
- Evaluatieformulier (2 x per verwachte deelnemer + extra)

BIJLAGE 3: CHECKLIST VERDUURZAMEN

Vul in welke maatregelen per onderdeel al zijn genomen in uw woning:

Kleine besparingsmaatregelen:

- Naad en kierdichting (bijv. tochtstrip)
- Waterbesparende kranen en/of douchekop
- Energiezuinige apparatuur (groen energielabel voor wasmachine, koelkast, televisie etc.)
- Elektrisch koken (inductie)
- Ledverlichting
- Radiatorfolie
- Leidingisolatie
- Gebruik van regenton
- Groen dak
- Anders, namelijk: ...

Het isoleren van de woning:

- Isolatie van de muren (spouwmuurisolatie, binnen- of buitengevelisolatie)
- Vloer- of bodemisolatie
- Vervangen van kozijnen
- Vervangen van beglazing
- Dakisolatie
- Andere vorm van isolatie, namelijk: ...

Het opwekken van eigen duurzame energie:

- Zonnepanelen
- Zonneboilers
- Energieopslag in thuisaccu

Duurzaam verwarmen en koelen van de woning:

- Warmtepomp
- Laagtemperatuur verwarming (vloerverwarming, LT-radiator)
- Infraroodverwarming

BIJLAGE 4: EVALUATIEFORMULIER

Geef aan op een schaal van 1 tot 5 in welke mate u het met de stelling eens bent. Hierbij is 1 “past helemaal niet bij mij” en 5 “past helemaal bij mij”. Omcirkel wat het meest bij u van toepassing is.

1. Ik voel mij verbonden met mijn omgeving om onze woningen te verduurzamen.

1 2 3 4 5

Past totaal niet bij mij _____ past helemaal bij mij

2. De mensen in mijn omgeving vinden het belangrijk om in een duurzame woning te wonen.

1 2 3 4 5

Past totaal niet bij mij _____ past helemaal bij mij

3. Ik heb genoeg kennis om mijn woning (verder) te verduurzamen.

1 2 3 4 5

Past totaal niet bij mij _____ past helemaal bij mij

4. Ik weet dat ik de middelen heb om mijn woning (verder) te verduurzamen.

1 2 3 4 5

Past totaal niet bij mij _____ past helemaal bij mij

5. Ik vind het belangrijk om in een duurzame woning te wonen.

1 2 3 4 5

Past totaal niet bij mij _____ past helemaal bij mij

6. het hebben van een duurzame woning past bij mij.

1 2 3 4 5

Past totaal niet bij mij _____ past helemaal bij mij

De volgende vraag enkel invullen na het evenement

Opmerkingen of tips over het evenement kunt u hier invullen:
