



# Gezinspraak

Hoe gezinnen besluiten over energiebesparing

- ▶ Inleiding en leeswijzer
- ▶ Visuele samenvatting onderzoek
- ▶ Bewonersreis en gezinsreismatrix
- Interviews
  - ▶ Mandy de Wilde
  - ▶ Maurice Coen en Djoera Eerland
- ▶ Workshop ingrediënten
- Toepassen inzichten
  - ▶ Luisteren
  - ▶ Verkennen
  - ▶ Bewust zijn van aannames
  - ▶ Omgaan met weerstand
  - ▶ Invloed uitoefenen



# Inleiding

## Leeswijzer

In dit magazine hebben we de eindproducten verzameld uit het onderzoek. Naar behoefte kun je steeds doorklikken naar de uitgebreidere onderzoeksrapporten en verdere achtergrondinformatie. We beginnen met een visuele samenvatting van de onderzoeksresultaten.

Vervolgens duiken we dieper in de route die gezinsleden samen afleggen in hun keuze voor energiebesparende maatregelen. We laten zien hoe je rekening kunt houden met de dynamiek in een gezin en hoe deze de reis beïnvloedt.

Daarna volgt een interview met onderzoekster Mandy de Wilde van Wageningen University & Research Centre over het veldwerk: interviews met 40 gezinnen. En volgt een interview met onderzoeker Maurice Coen van Nyenrode Business Universiteit en Djoera Eerland van Buurkracht over hun ervaringen in de praktijk.

We sluiten af met een aantal suggesties hoe de resultaten (inzichten) uit het onderzoek te gebruiken zijn in workshops of trainingen, bijvoorbeeld voor installateurs, adviseurs of energiecoaches.



Dit icon en **oranje** accenten in de tekst linken naar externe downloads of verwijzen naar onderdelen binnen dit e-zine.

Energiebesparing en -opwek in de particuliere woningvoorraad is een *hot topic*. Dat was het toen we twee jaar geleden met dit onderzoek begonnen en dat is zeker niet minder geworden. De kranten staan vol met berichten over aardgasvrij wonen, het verdwijnen van de CV-ketel, aardgasvrije nieuwbouw en de kinderziektes die de kop op steken bij aardgasvrije verbouwingen. Minder in het nieuws, maar zeker zo belangrijk, zijn ‘de stappenzetters’: de mensen die misschien niet meteen volledig van het aardgas af gaan, maar wel serieuze maatregelen in hun woning nemen. In onderzoek naar de motivatie voor het nemen van energiebesparende maatregelen werd tot nu toe vooral naar het individu gekeken. Maar lang niet altijd is er sprake van een individuele beslissing. Vaak spelen gezinsleden ook een beduidende rol in de uiteindelijke besluitname. Hoe gezinsleden elkaar beïnvloeden en wat je daarvan kunt leren is het onderwerp van dit onderzoek.

In dit magazine proberen we de inhoud van het tweejarig onderzoek te vertalen naar handzame en toepasbare informatie. We delen hier de inzichten die direct bruikbaar zijn. Voor verdieping vind je ook op meerdere pagina’s links naar onderzoeken en achtergronden. Ook verwijzen wij naar relevante theorieën van anderen om de resultaten en adviezen uit ons onderzoek optimaal te kunnen gebruiken.

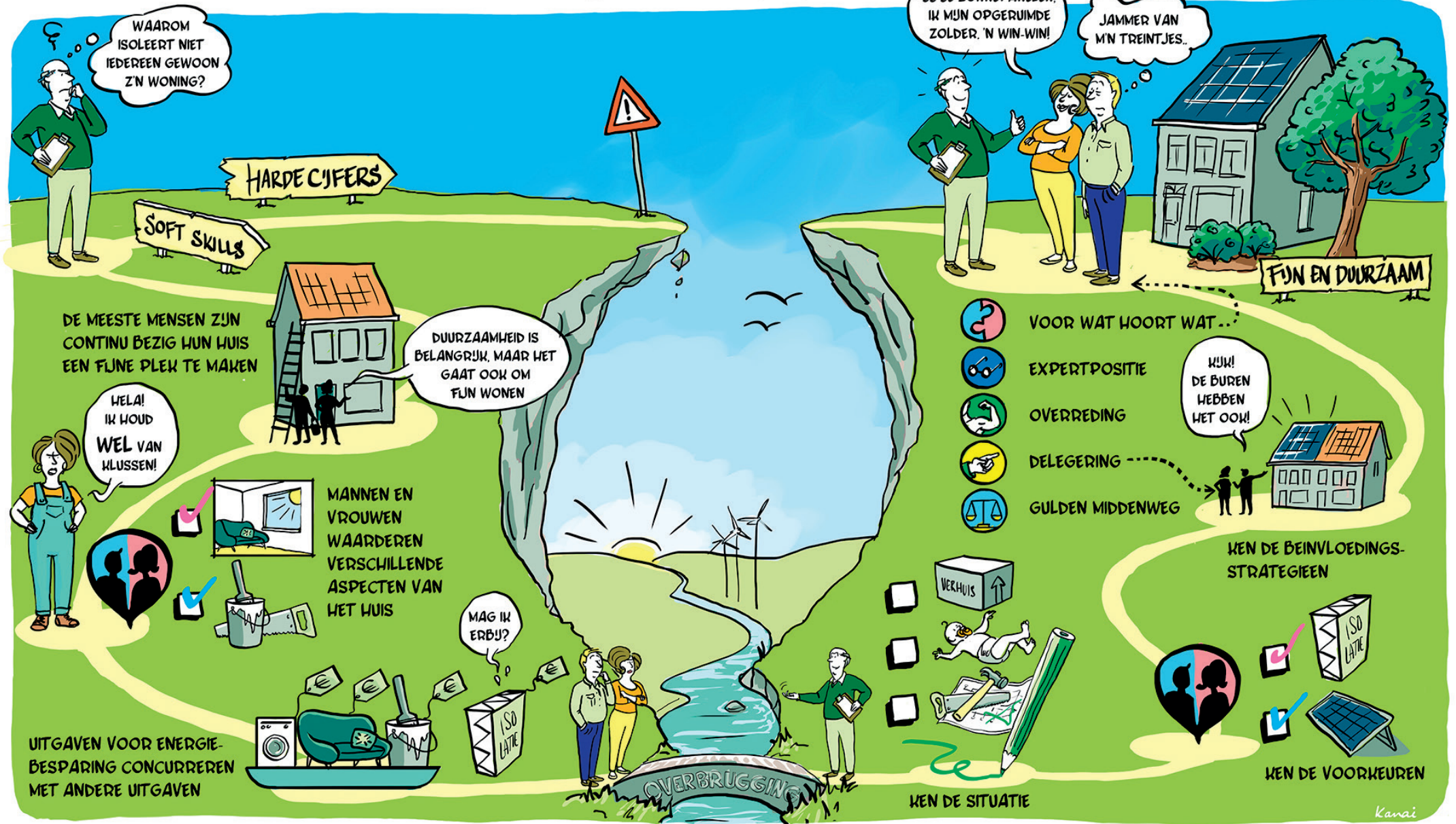
Wil je meer weten over het onderzoek? Neem gerust contact op. Onze **contactgegevens** staan in de **colofon** achterin.



Namens het onderzoeksteam,  
Josje Fens  
Projectleider, Hoom

VISUAL	BEWONERSREIS	INTERVIEW	WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN					
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN

# ADVIES VOOR ENERGIEBESPARING...DAT WERKT.



Kanai

VISUAL	BEWONERSREIS	INTERVIEW	WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN					
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN

# Bewonersreis

Vaak wordt gebruik gemaakt van de term ‘bewonersreis’ om het proces te beschrijven van een huishouden, dat energiebesparende maatregelen overweegt. De bewonersreis wordt ook wel klantreis genoemd. Omdat de bewoner centraal staat en voor lang niet alle partijen tijdens de reis een klant is (en de bewoner zich niet graag als klant ziet), kiezen we hier voor de term bewonersreis.

Deze reis over woningverduurzaming wordt in verschillende stappen opgedeeld, maar komt grofweg steeds op dezelfde route neer. We hebben er in deze publicatie voor gekozen de stappen van de bewonersreis te gebruiken, die door Hoom worden gehanteerd.

Deze bewonersreis is qua aantal stappen identiek aan de reis zoals door **Hieropgewekt** beschreven, maar de gebruikte termen verschillen soms. De bewonersreis van **VNG** is onderverdeeld in kleinere stappen. We hebben deze opgenomen onder onze hoofdstappen, zodat deze reis makkelijk te vergelijken is.



	oriëntatie	advies	offerte	uitvoering	evaluatie	toekomst	
<b>inspiratie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>
<b>advies</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>
<b>offerte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>
<b>uitvoering</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>
<b>evaluatie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>
<b>toekomst</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter isoleren?</li> <li>• Welke maatregelen zijn er mogelijk?</li> <li>• Hoe kan ik mijn energieverbruik terugbrengen?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis duurzamer maken?</li> <li>• Hoe kan ik mijn huis beter laten zien?</li> </ul>

## Gezinsreismatrix

Tijdens het onderzoek bleek dat de reis, die een gezin aflegt, niet wezenlijk verschilt met de bewonersreis, zoals die hierboven beschreven is. Wel zijn we meer te weten gekomen over de dynamiek in een gezin en hoe die de besluitvorming tijdens de verschillende stappen beïnvloedt. In de gezinsreismatrix lichten we de relevante aandachtspunten uit en geven we tips om in te spelen op de dynamiek binnen een gezin.



VISUAL	BEWONERSREIS	INTERVIEW	WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN					
SAMENVATTING ONDERZOEK	<b>GEZINSREISMATRIX</b>	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN	LUISTERNEN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN



	oriëntatie	advies	offerte	uitvoering	evaluatie	inspiratie
	Bewust worden/interesse/actief worden	Opties overwegen	Financiering / leverancier selecteren	Installeren en betalen	Ervaren	Ervaringen delen / meer willen
<b>woonbeleving</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Woonbeleving is <b>startpunt</b> voor energiebesparing</li> <li>Elke bewoner heeft eigen woonbeleving. <b>Verschil M/V:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>M: ruime woning en gemak</li> <li>V: lichte woning, burens en de buurt en gezond woonklimaat</li> </ul> </li> <li>Concurrentie met woningonderhoud – en verbetering</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Benoem voordelen <b>woonbeleving</b></li> <li>Vraag naar het waarom -&gt; <b>LUISTEREN</b></li> <li>Help financiële grenzen bepalen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Benoem voordelen <b>woonbeleving</b></li> <li>Offerte is meer dan een financieel verhaal</li> <li>Vraag door bij twijfel</li> <li>Doel van de offertevraag? (informatief, al definitief, alleen prijsopgave?)</li> <li>Pas je antwoord hier op aan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Houd rekening met <b>woonbeleving</b> (tijdens en na uitvoering)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kijk niet alleen naar de technische uitvoering maar ook naar de veranderde woonbeleving.</li> <li>Besteed aandacht aan goed gebruik, zodat comfort optimaal is</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vraag enthousiaste bewoners te vertellen over hun 'nieuwe' woonbeleving aan anderen.</li> <li>Blijf in gesprek over de woonbeleving voor toekomstige verbeteringen</li> </ul>
<b>levensfase</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoeveelheid tijd beschikbaar</li> <li>Veranderende woonwensen</li> <li><b>Kinderen</b> spelen een indirecte rol: tot 8 jaar tav gezond leefklimaat en warmte. 8-22 jr warmte maar ook gestegen verbruik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Is/komt er een grote verandering aan? Relateer mogelijkheden aan de veranderingen en hoe daar op in te spelen -&gt; <b>VERKENNEN</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Benoem hoe de maatregel past bij de (toekomstige) levensfase. En dus ook toekomstbestendig is.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Controleer of instellingen ook passen bij gewenst gebruik in levensfase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laat mensen in verschillende levensfasen hun verhaal vertellen.</li> <li>Neem bij (bekende) toekomstige nieuwe levensfase weer contact op</li> </ul>
<b>type gezin</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Een huis is niet één bewoner</li> <li>Bepaal hoe het gezin er uit ziet en wie welke rol heeft -&gt; <b>VERKENNEN</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wie neemt het besluit? Een van beide partners of samen? Nodig ook de andere partner uit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wie neemt besluit? (met wie neem jij contact op?)</li> <li><b>Traditioneel/modern</b></li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Laat zowel een modern als traditioneel <b>gezin</b> aan het woord komen/in beeld brengen</li> </ul>
<b>rol m/v</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>V:</b> start vaker isolatie, vanwege problemen (tocht, kou etc)</li> <li><b>M:</b> start vaker installatie-maatregel (zonnepanelen) vanuit technische interesse en financiële overwegingen</li> <li><b>M:</b> verantwoordelijk financiële administratie, groot woningonderhoud</li> <li><b>V:</b> kleine woninginrichting, schoonmaken en was</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nodig M en V uit bij het gesprek</li> <li>Man vaker de trekker</li> <li>Vrouw vaker behoefte aan extern adviseur</li> <li>Let op aannames -&gt; <b>AANNAMES</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Man vraagt offerte op</li> <li>Vraag van beide het emailadres</li> <li>Man vaker inzicht in financiële situatie</li> <li>Wat zijn financiële grenzen?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vrouw hecht veel belang aan nette afwerking</li> <li>Met wie spreek je af?</li> <li>Man interesse in installatie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Met wie evalueer je? (M en/of V?)</li> <li>Nodig beide uit om te bellen bij vragen/storing/onderhoud. Wie is het meest thuis en zal het meest bezig zijn met de installatie?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vraag zowel mannen als vrouwen hun ervaringen te vertellen bij informatie/inspiratiemomenten.</li> <li>Laat zowel M als V zien</li> </ul>
<b>beïnvloeding</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gelijken (m.n. burens) spelen rol in oriëntatie fase</li> <li>Benoem positieve ervaringen van je product/dienst van 'gelijken'</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>LUISTEREN:</b> welke strategie is er?</li> <li>Ben je onderdeel van de strategie van M/V (<b>delegering</b>)?</li> <li>Wat speelt er nog meer?</li> <li>Man kiest vaker voor overtuigen</li> <li>Vrouw vaker delegeren en Voor wat, hoort wat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vraag door bij twijfel -&gt; <b>OMGAAN MET WEERSTAND</b></li> <li><b>Delegering</b> (adviseur, familie, vrienden)</li> <li>Gulden middenweg</li> <li>Invloed uitoefenen</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Benoem 'onderhandeling' in het keuzeproces, zodat dit herkenbaar is voor anderen</li> </ul>
<b>collectief / individueel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Collectief:</b> 'het overkomt je'</li> <li><b>Individueel:</b> eerste stap obv acuut probleem of lange wens</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collectief: ervaring van burens en vrienden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Doel van de offertevraag? (informatief, al definitief, alleen prijsopgave?)</li> <li>Pas je antwoord hier op aan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ondanks collectieve inkoop is uitvoering individueel, zorg voor persoonlijke aandacht</li> </ul>		



Een gesprek met onderzoeker Mandy de Wilde, Wageningen Universiteit

# Wie gaat er over de energie in huis?

Hoe komen gezinnen tot het besluit om energiebesparende maatregelen te nemen? Wie neemt het voortouw? Wat vinden de verschillende gezinsleden belangrijk? Dat hebben wetenschappers van de Wageningen Universiteit boven tafel gehaald in het onderzoek Gezinspraak. Veertig huishoudens in uiteenlopende levensfasen gaven hun input. Wat blijkt?

Of de landelijke, regionale en plaatselijke klimaatdoelen gehaald worden, ligt deels in handen van woningeigenaren. Al jaren komen er dan ook allerlei campagnes voorbij om hen tot energiebesparing te bewegen. “Daarbij wordt meestal een individu aangesproken, en dan vaak ook nog de man”, vertelt onderzoeker Mandy de Wilde. “Bovendien valt op dat de boodschap over het algemeen gericht is op techniek en geld. Maar is dat wel de meest effectieve argumentatie? Spelen in die keuzes andere aspecten geen zwaardere rol, zoals woongenot of een gezonder binnenklimaat? En gaat het niet om beslissingen die mensen thuis aan de keukentafel samen maken? Als je helder in beeld hebt hoe die besluitvormingsprocessen werken, kun je er beter op inspelen.”



VISUAL	BEWONERSREIS	INTERVIEW	WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN					
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN

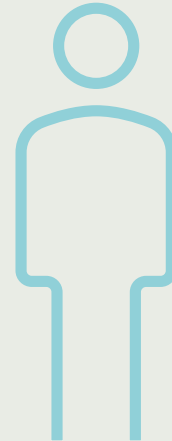




Wat vrouwen zeggen

*"Ik hou van licht, veel ramen en veel lichtinval daarin"*

*"Ventilatie is ook heel belangrijk. Als je niet ventileert, wordt het op de open plekken vochtig. We doen daarom 's nachts binnen in huis een aantal deuren open en het wc-raampje, zodat de lucht een beetje kan doortrekken."*



Wat mannen zeggen

*"Grote ruimtes, dat vind ik een belangrijk element als het gaat om comfortabel wonen."*

*"Ik hecht aan praktisch. Gewoon tegelvloeren erin, dat soort dingen. Rekening houdend met dat het schoongemaakt moet worden en dat je er makkelijk moet kunnen leven."*

**Belang van woonbeleving**

Mandy sprak daarom uitgebreid met veertig stellen die onlangs investeerden in isolatie, zonnepanelen of een nieuwe energiezuinige ketel. "We weten dat klimaatverandering meestal niet de aanleiding is om zo'n stap te nemen. Die beslissing hangt veel vaker samen met woonbeleving. In die interviews namen we die woonbeleving dan ook als uitgangspunt: wat betekent fijn wonen voor je? Wat vind je belangrijk? Maar ook: wie doet wat in en rond het huis en hoe nemen jullie beslissingen?" Om het beeld compleet te maken, toetste Mandy haar aannames en inzichten daarnaast in discussies met professionals in de installatie- en isolatiebranche.

**Verschillen tussen mannen en vrouwen**

In al die gesprekken stuitte Mandy op interessante verschillen tussen mannen en vrouwen. "Vrouwen hechten sterk aan veel licht in huis, aan de buurt en de burens en een gezond leefklimaat. Bij dat laatste doelen ze vooral op goede ventilatie. Mannen denken bij prettig

wonen met name aan 'ruim' en aan gemak: ze houden van een praktische indeling, gebruiksvriendelijke apparaten en zo min mogelijk onderhoud. Ook omdat zij vaak degenen zijn die dat onderhoud op zich nemen. Veel stereotyperingen bleken toch ook nu wel aardig te kloppen, eigenlijk tegen onze verwachting in. Bijvoorbeeld dat vrouwen meestal de was doen en schoonmaken en mannen het timmer-, reparatie- en buitenschilderwerk. Waarbij vrouwen dan weer voor de afwerking en details zorgen. En dat mannen vaak de financiële administratie doen - waarmee niet gezegd is dat ze ook over de portemonnee gaan."

**Doorwerking**

Dergelijke voorkeuren en rollenpatronen werken door in het besluitvormingsproces rondom energiebesparing, komt uit de analyse naar voren. "Mannen vinden technische snufjes interessant, zoals moderne apparaten en appjes om hun energieverbruik te monitoren en te beheren, ook omdat die hun woonbeleving verbeteren. Zij zijn daardoor eerder de drijvende kracht achter de beslissing om zonnepanelen te plaatsen. Isolatie wordt juist vaker door de



VISUAL	BEWONERSREIS	INTERVIEW	WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN						
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	INGREDIENTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN		

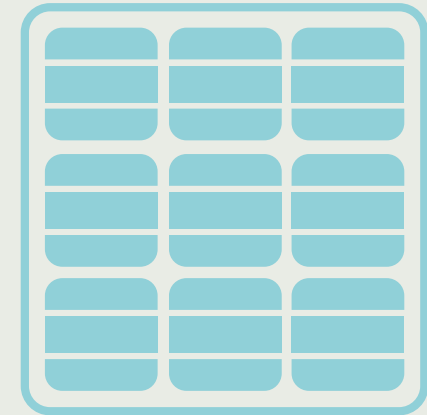


**Huishoudelijke taakverdeling**

*Zij: "De aankleding, zoals kaarsen, bloemen en lampen, is mijn terrein."*

*Hij: "Als we een bank gaan kopen, iets groots, dan doen we dat samen, maar dan is mijn vrouw de initiator."*

*Hij: "Het woningonderhoud ligt bij mij, zij kiest de kleuren – daar is ze lekker in thuis en ze heeft er een mening over."*



**Achter de beslissing**

*"De zonnepanelen waren hier echt een punt van onderhandeling. Mijn vrouw heeft lang tegengestribbeld. Uiteindelijk zijn we op een compromis uitgekomen: zij schuine ramen op de slaapkamer, ik zonnepanelen."*

*"Vloerisolatie hebben we laten aanbrengen omdat we de vloer zo koud vonden. Het ging ons meer om het comfort dan om de besparing."*

*"Wij hebben vloerverwarming. Vooral voor de kinderen; die spelen nog veel op de grond. Dan is dat wel fijn."*

vrouw aangezwengeld, wat weer goed past bij het belang dat ze hecht aan een gezond leefklimaat. Kinderen spelen geen directe rol in de besluitvorming, maar wel een indirecte. Zo spelen zorgen over tocht en vocht voor de gezondheid van jonge kinderen vaak mee bij de keuze voor isolatiemaatregelen, zowel bij mannen als vrouwen. Ook het 'grootverbruik' van pubers in huis kan een aanzet zijn om zonnepanelen of andere energieopwekkende maatregelen te nemen."

**Basis voor vervolgstappen**

Het rapport dat Mandy opleverde over haar veldwerk, diende als basis voor de volgende stap in het Gezinspraakonderzoek: de ontwikkeling van producten en middelen die rekening houden met de besluitvormingsprocessen in gezinnen. In deze volgende stap werd gebruik gemaakt van de verworven inzichten om die 'gezinspraak' te beïnvloeden en er op die manier aan bij te dragen dat de verduurzaming van Nederlandse koopwoningen in een stroomversnelling komt. Voor dit onderdeel kwam een onderzoeksteam van Nyenrode Business Universiteit in actie, in samenwerking met Buurkracht en Hoom. Meer over deze vervolgstappen lees je [hier](#). ●

VISUAL		BEWONERSREIS		INTERVIEW		WORKSHOP		TOEPASSEN INZICHTEN		
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	<b>MANDY DE WILDE</b>	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN	



Een gesprek met Maurice Coen, visiting fellow bij Nyenrode Business Universiteit, en Djoera Eerland, marketeer bij Buurkracht

# Inspelen op 'gezinspraak': hoe doe je dat?

Het veldwerk van de **Wageningen Universiteit** heeft veel gedetailleerde inzichten opgeleverd. Niet alleen over waarom huishoudens al dan niet kiezen voor energiebesparende maatregelen, maar vooral ook over de mechanismen die achter deze beslissingen schuilgaan. Waardevolle informatie voor iedereen die deze beslissingsprocessen wil beïnvloeden. Maar hoe breng je die inzichten aan de man? En hoe kun je ze concreet en effectief inzetten? Dat vormde de scope van het vervolgtraject, dat werd uitgevoerd door Nyenrode Business Universiteit in samenwerking met Buurkracht en Hoom.



DJOERA EERLAND:

*'In alle sessies werd goed meegedacht, daar hebben we veel aan gehad. We kregen tips over hoe we de workshop konden verbeteren, en er werden ideeën geopperd over hoe je de inzichten in de praktijk kunt gebruiken.'*

## Hoe hebben jullie het vervolgtraject aangepakt?

**Maurice:** "Uit de interviews voor het eerste deel van het onderzoek zijn veel interessante en deels ook heel specifieke gegevens naar voren gekomen. Aan de hand daarvan hebben we een opzet gemaakt voor een workshop. Dat is een goed middel om kennis over te dragen zonder dat het de deelnemers te veel tijd kost. Met die workshop zijn we bij verschillende groepen langsgegaan die dicht bij het vuur zitten, zoals energieadviseurs en vrijwilligers van energiecoöperaties. Enerzijds om de inhoud te toetsen - herkennen zij de verworven inzichten uit hun dagelijkse praktijk? – anderzijds om hen mee te laten denken over hoe we deze inzichten het beste kunnen delen."

**Djoera:** "Zie het als een 'tussenworkshop', een halfproduct om samen met onze toehoorders verder te bewerken. Daarbij zat de uitdaging er ook in dat uit het veldwerk niet één 'gezinsreis' gerold was, een standaard route voor een gezin van interesse naar oriëntatie naar besluit en uitvoering. Dat pad verschilt van situatie tot situatie en verloopt vaak grillig. Dat maakt het ook ingewikkeld om algemene adviezen te geven over hoe je daarop kunt inspelen."



VISUAL	BEWONERSREIS	INTERVIEW	WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN						
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	INGREDIENTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN		

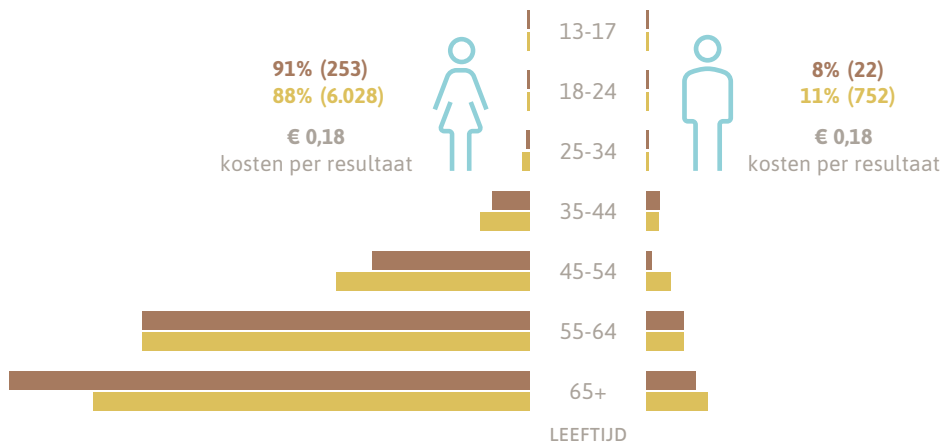


MAURICE COEN:

*'Ik was positief verrast dat de inzichten niet alleen interessant zijn voor partijen die bij mensen thuis advies geven, maar ook voor bijvoorbeeld marketing- en communicatieprofessionals'*

**Figuur 1.** De belevingsvariant van een artikel over LEDlampen, spreekt vrouwen veel meer aan dan mannen.

■ 277 Resultaten: klikken op links ■ 6.826 Bereik



### Hoe waren de reacties op de workshop?

**Maurice:** "Dat verschilde per groep. Een aandachtspunt is dat met name doorgewinterde energieadviseurs al in de 'dat weten we allang'-stand schieten zodra je vertelt dat huishoudens heel andere dingen belangrijk vinden dan energiebesparing. En daardoor de veel specifiekere informatie die volgt, minder goed beluisteren. Tegelijkertijd was ik positief verrast dat de inzichten niet alleen interessant zijn voor professionals en vrijwilligers die mensen thuis energieadvies geven, maar ook voor andere doelgroepen, zoals productontwikkelaars, en marketing- en communicatieprofessionals. Voor hen bieden de inzichten ook aanknopingspunten waar ze hun producten, aanpak of boodschap op kunnen afstemmen. Daar had ik van tevoren niet zo bij stilgestaan."

**Djoera:** "In alle sessies werd goed meegedacht, daar hebben we veel aan gehad. We kregen tips over hoe we de workshop konden verbeteren, en er werden ideeën geopperd over hoe je de inzichten in de praktijk kunt gebruiken. De sessies hebben me er ook nog sterker van bewust gemaakt hoe belangrijk het is de inzichten te koppelen aan concrete handelingsperspectieven: 'als je dit merkt, of als een huishouden op dit punt in een 'gezinsreis' zit, dan zou je dit kunnen proberen.' Bij Buurkracht hebben we een paar ideeën om dat te doen daarom voorzichtig getest. Zo hebben we twee bestaande artikelen, over zonnepanelen en over ledverlichting, via Facebook onder de aandacht gebracht. In één variant was de insteek gericht op woonbeleving en sfeer, in de andere op duurzaamheid. Leuk om te zien dat vrouwen dan meer doorklikken op de belevingsvariant bij het ledartikel en mannen op de duurzaamheidsvariant bij het zonnepanelen-stuk. De inzichten helpen dus echt om de aandacht te trekken."

### Wat hebben jullie met de inzichten uit de workshops gedaan?

**Maurice:** "Naar aanleiding van de workshops hebben we besloten een aantal kennisproducten te ontwikkelen. Waaronder een infographic die in één oogopslag inzichtelijk maakt hoe beslissingsprocessen in gezinnen werken en op welke momenten je op welke manier invloed kunt uitoefenen. Dit e-magazine hoort er ook bij. Daarnaast hebben we de vijf inzichten rondom het thema Gezinspraak voor de workshop geformuleerd, bijvoorbeeld over wat voor weerstanden je kunt tegenkomen in een gesprek aan de keukentafel, met welke aannames je rekening kunt houden en hoe je de interactie kunt beïnvloeden."

**Djoera:** "Ook de workshop hebben we verder bewerkt. Deze is opgeknipt in 'kennisingrediënten' en te vinden in dit e-magazine. Zodat iedereen deze als bouwstenen kan gebruiken om een eigen presentatie van te maken of om te gebruiken als lesmateriaal, bijvoorbeeld." ●

VISUAL		BEWONERSREIS		INTERVIEW		WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN					
SAMENVATTING ONDERZOEK		GEZINSREISMATRIX		MANDY DE WILDE		MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN





# Workshop ingrediënten

## Inleiding

In Nederland staan ruim 4 miljoen koopwoningen, veelal onzuinig en met een laag energielabel. De eigenaren van deze woningen zijn maar moeilijk te verleiden tot een investeringsbeslissing voor energiebesparende/energieopwekkende maatregelen (hierna: energiemaatregelen). Om dit te veranderen helpt het als je begrijpt hoe zo'n beslissing om te investeren in energiemaatregelen tot stand komt. Zo'n beslissing vindt namelijk niet op één moment plaats, maar is het product van een besluitvormingsproces. Net zoals dat met andere aankoopbeslissingen – zoals van een auto, keuken of vakantie – het geval is. Het gaat dan ook niet om maar één beslisser, want dergelijke beslissingen worden gevormd binnen de dynamiek van een gezin.

Hierna volgen zes inzichten om te begrijpen hoe beslissingen over energiemaatregelen worden genomen in de context van een gezin. Ze komen uit het onderzoek 'Beïnvloeding Gezinspraak' uitgevoerd door Hoom, Alliander N.V., Buurkracht, Wageningen University & Research Centre en Nyenrode Business Universiteit.

## Inzichten

### 1. Fijn wonen vormt het startpunt

Lang niet iedereen is bezig met energiebesparing. Maar vrijwel iedereen is wel bezig met van zijn huis een thuis te maken. Mensen streven continu naar een prettige plek om te wonen en laten dat streven sturen door hun – in de tijd – veranderende behoeftes. Die veranderende behoeftes worden getriggerd door verschillende factoren, zoals bijvoorbeeld een nieuwe levensfase (pensioering) of een verandering in de gezinssituatie (geboorte van een kind). In dit streven om van een huis een thuis te maken is woningonderhoud en -verbetering een belangrijke activiteit. Denk daarbij aan verbouwen, verven, behangen, dak vervangen etc. Energiebesparende maatregelen worden door gezinnen niet als aparte activiteit gezien, maar als onderdeel van onderhoud en verbetering. Met als gevolg dat ze er ook mee moeten concurreren: een lekkend dak krijgt meer prioriteit dan zonnepanelen....

Hieronder volgen ingrediënten waarmee een workshop of trainingsmodule naar eigen keuze kan worden samengesteld om de inzichten uit het onderzoek toe te lichten en te leren hoe ze kunnen worden toegepast:

1. Inleiding
2. Inzichten
3. Oefenen met inzichten
4. Toepassen inzichten (handelingsperspectief)



Download hier een voorbeeld van de workshop in Powerpoint.

VISUAL	BEWONERSREIS	INTERVIEW		WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN				
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIËNTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN





## 2. Mannen en vrouwen vinden andere dingen belangrijk in hun woning

Vrouwen hechten vooral belang aan een lichte woning, een prettige buurt en een gezond woonklimaat. Het waarderen van een lichte woning kan gerelateerd worden aan het feit dat vrouwen vaker dan mannen verantwoordelijk zijn voor de woninginrichting.

Ook hebben vrouwen meer contact met de burens en zijn meer betrokken bij de opvoeding van de kinderen. Vooral moeders met jonge kinderen en grootmoeders (met kleinkinderen die regelmatig komen logeren) hechten bijzonder veel waarde aan het gezondheidsaspect en zijn veel bezig met ramen en deuren open en dicht doen, ventilatiesystemen laten draaien en zich zorgen maken over tocht, kou en vocht in huis.

In de meerderheid van de keuzeprocessen die onderzocht werden, en waar sprake was van glas-, vloer-, dak- en/of muurisolatie, bleken vrouwen vooral het probleem van tocht, kou, vocht of

schimmelplekken binnen de woning aan te kaarten. Overigens bleken ook jonge vaders dit erg belangrijk te vinden. Hieruit valt te concluderen dat een keuze voor isolatiemaatregelen goed te koppelen is aan de woonbeleving van vrouwen, omdat interesse in isolatiemaatregelen vaak voortkomt uit problemen met tocht, vocht en kou in de woning.

Mannen hechten in het algemeen vooral belang aan een ruime woning en aan gemak. Het waarderen van gemak kan gerelateerd worden aan het feit dat alle mannelijke respondenten verantwoordelijk waren voor het grote woningonderhoud: zij klussen en doen de technische dingen (bijv. elektra, leidingwerk) in huis. Vanuit hun verantwoordelijkheid voor deze huishoudelijke taak vinden zij het fijn als dat op een makkelijke manier kan en weinig tijd en moeite kost.

Dit kan zich uiten in het simpel gebruik en onderhoud van de woning, maar ook in het gemak bij het warm en koel houden van de woning. Een isolatiemaatregel aanbrengen helpt daarbij.



VISUAL		BEWONERSREIS		INTERVIEW		WORKSHOP		TOEPASSEN INZICHTEN											
SAMENVATTING ONDERZOEK		GEZINSREISMATRIX		MANDY DE WILDE		MAURICE COEN DJOERA EERLAND		INGREDIENTEN		LUISTEREN		VERKENNEN		BEWUST ZIJN VAN AANNAMES		OMGAAN MET WEERSTAND		INVLOED UITOEFENEN	



### 3. Mannen en vrouwen zetten beïnvloedingsstrategieën in

In het besluitvormingsproces zetten mannen en vrouwen strategieën in om de beslissing te beïnvloeden. De vijf meest gebruikte:

1. **'Voor wat hoort wat':** onderhandelingen zijn erop gericht om wederzijds voordeel te behalen.
2. **De gulden middenweg:** onderhandelingsstrategie van geven en nemen en tot compromis komen.
3. **Overreding:** gezinslid A probeert gezinslid B te overtuigen, zodat de keuze van A plaatsvindt.
4. **Expert:** gezinslid A probeert andere gezinsleden ervan te overtuigen dat hij/zij meer weet op terrein waarin keuze gemaakt moet worden.
5. **Delegering:** gezinsleden praten met extern expert of derde persoon buiten het gezin die meer over de zaak weet. Vertrouwen op externe deskundigheid om verschil van inzicht op te lossen.

Opvallend in het onderzoek is het verschil in strategie, waar mannen en vrouwen voor kiezen. In geval van twijfel bij de vrouw, zetten mannen geregeld de expertstrategie in. Vrouwen zetten bij twijfel of discussie op hun beurt vaker de delegeringsstrategie in: ze stellen dan voor om een externe expert te laten langskomen, een vrijblijvende offerte op te vragen, of advies in te roepen.

Die externe expert kan overigens ook een buur zijn die net haar/zijn woning heeft laten verduurzamen. Zowel mannen als vrouwen hechten veel waarde aan de ervaring en mening van hun burens. De mening van burens heeft vooral veel impact, omdat ze vaak in gelijksoortige huizen wonen. Hierdoor deelt men vaak dezelfde woonproblemen. Dit wordt ook wel de 'dubbele waarde' van burens genoemd.

### 4. Type gezin is van invloed

Grofweg 60% van de gezinnen in de onderzochte groep is aan te merken als modern, 40% als traditioneel. In moderne gezinnen wordt gezamenlijk besloten en worden meer huishoudelijke taken samen gedaan. In traditionele gezinnen beslist vrijwel altijd de man (als hoofd van het gezin) en is de rolverdeling ook traditioneler: mannen doen woningonderhoud, vrouwen het huishouden.



### 5. Kinderen hebben invloed, maar indirect

Kinderen spelen maar zelden een directe rol bij de aanschaf van energiematregelen. Maar indirect spelen ze zeker een rol van betekenis. Bij jonge kinderen spelen zorgen rondom warmte of een gezond leefklimaat vaak een rol aangezien jonge kinderen op de vloer kruipen en spelen. Deze zorgen leiden dan tot de keuze voor isolatie.

Bij oudere thuiswonende kinderen kunnen zorgen om warmte ook een rol spelen, niet alleen omdat men wil dat kinderen het boven warm hebben, maar ook omdat hun energieverbruik door het verwarmen van de slaapkamers en het douchen de energierekening zodanig opvoeren dat er iets aan gedaan moet worden. Vooral puberende kinderen worden vaak aangeduid als "grootverbruikers" van stroom en gas. Ze douchen lang en laten verwarmingen open staan, lampen branden en apparaten aanstaan. Dat stimuleert de oriëntatie op een energiematregel die ofwel het gasverbruik kan terugdringen of zelf energieopwekking kan realiseren.

VISUAL		BEWONERSREIS		INTERVIEW		WORKSHOP		TOEPASSEN INZICHTEN						
SAMENVATTING ONDERZOEK		GEZINSREISMATRIX		MANDY DE WILDE		MAURICE COEN DJOERA EERLAND		INGREDIENTEN		LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN



## 6. Er zijn twee typen besluitvormingsprocessen: binnen een individueel gezin of samen met andere gezinnen

In een individueel besluitvormingsproces liggen alle opties nog open en moet een gezin eerst nog kiezen welke optie ze gaan overwegen. Dit besluitvormingsproces kent daardoor twee beslismomenten (keuze uit de opties en uiteindelijk het besluit een offerte te ondertekenen) en duurt langer.

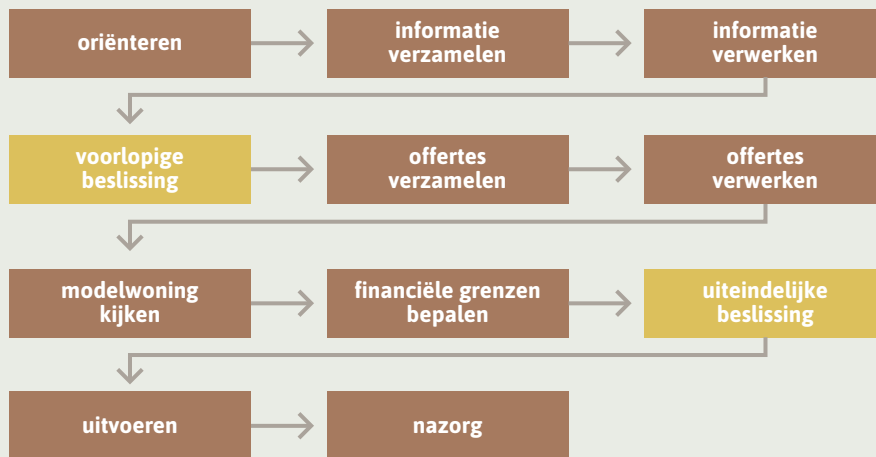
In het geval van een besluitvormingsproces samen met andere gezinnen (bijvoorbeeld een collectieve inkoopactie) is er al een optie gekozen en is de vraag: ga je mee in het aanbod of niet? Dit besluitvormingsproces is daardoor korter en kent maar één beslismoment (doe ik mee of niet?).

In het collectieve besluitvormingsproces zit geen voorlopige beslissing, omdat het verzamelen en verwerken van informatie en offertes tegelijkertijd worden uitgevoerd. Er zijn verschillende rollen te onderscheiden voor beide partners in deze besluitvormingsprocessen.

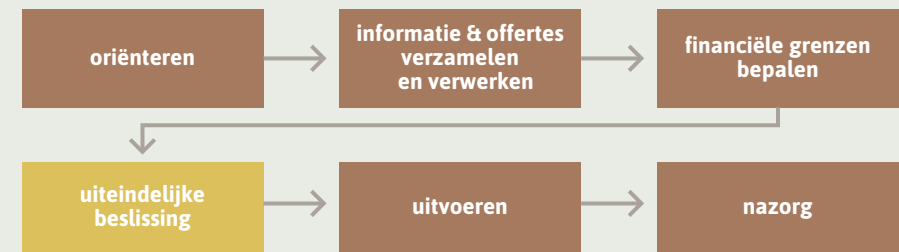
Vrouwen initiëren vaak de aanschaf voor een isolerende maatregel, maar het opvragen van informatie en offertes wordt daarentegen meestal door de man gedaan. Ook worden de offertes vaak niet gezamenlijk in detail besproken, maar vindt er wel discussie plaats over de financiële keuzes. Uit de onderzoeksresultaten valt ook op te maken dat mannen in meerderheid de financiële grens bepalen van de maatregel. Waaraan dat ligt? Soms ligt de oorzaak bij het feit dat zij de verantwoordelijkheid voor de financiële administratie in het huishouden op zich hebben genomen, en soms, maar geregeld ook allebei, hebben ze meer technische kennis betreffende de maatregelen dan de vrouw in het gezin.

Uit het onderzoek komt dus een grote invloed van mannen in de eerste fases van het besluitvormingsproces voor technische maatregelen, zoals zonnepanelen, naar voren. Echter, vrouwen houden zich opvallend vaak bezig met de nazorg van dergelijke maatregelen. Het gaat dan vaak om de (details van de) afwerking van de maatregel (geen dakpannen kapot, bedrading netjes, panelen precies bevestigd et cetera) en de service die geleverd wordt.

Individueel besluitvormingsproces binnen een gezin met twee beslissingsmomenten:



Besluitvormingsproces samen met andere gezinnen met één beslissingsmoment:



VISUAL		BEWONERSREIS		INTERVIEW		WORKSHOP		TOEPASSEN INZICHTEN		
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN		LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN



## Oefenen met inzichten

Door te oefenen met de inzichten, kun je de vertaalslag maken naar het zelf toepassen van de inzichten. Hieronder volgen vier situatieschetsen in de vorm van een quote. Met behulp van een **korte checklist** verken je de situatie en bedenk je hoe je zou kunnen reageren op een dergelijke situatie, gebruik makend van de inzichten uit het onderzoek.

### EEN VOORBEELD

*‘Dat we onze spouwmuur nog niet hadden geïsoleerd, vond ik eigenlijk gek. Mijn vrouw zag het niet meteen zitten maar ik ben me goed gaan inlezen om haar te overtuigen, hoewel ik al wist dat het een simpele en effectieve maatregel is. Je zit ook niet in de rotzooi, dat speelde ook wel mee om mijn vrouw mee te krijgen. Ze is nu wel om, maar heb echt wel op haar in moeten praten.’ (Man).*

#### Is dit een individueel of collectief initiatief?

Zeer waarschijnlijk individueel.

#### Met welk type gezin heb je te maken? (Modern of Traditioneel)

Waarschijnlijk modern, want ze beslissen wel samen.

#### Wie doet wat binnen het huishouden?

- Man vindt gemak belangrijk.
- Vrouw vindt nazorg/afwerking belangrijk.

#### Welke energiewaarde betreft het?

Spouwmuurisolatie.

#### Wat is de reden voor de energiewaarde?

Dat is niet helemaal duidelijk. Maar zeker de moeite van doorvragen waard.

#### In welke fase van besluitvorming zit men nu?

Uiteindelijk beslissing, maar of de offerte ook echt al ondertekend is?

#### Zijn er specifieke situaties?

Kom je bijvoorbeeld **weerstand** of **aannames** tegen.

#### Hoe beïnvloedt men elkaar binnen het gezin?

Expertstrategie en overredingsstrategie door man naar vrouw.

### Oefensituatie 1

‘We gingen toch de benedenverdieping verbouwen en we hadden een heel hoog energieverbruik, dat wisten we. Dus toen hebben we ook gezegd van “dan doen we samen met de beslissing om te verbouwen, ook gelijk isoleren”. We zijn toch bezig, dus dan is het maar een kleinigheidje.’ (Man)

### Oefensituatie 2

‘We hebben ons wel achter de oren gekrabd dat we niet eerder spouwmuurisolatie hebben genomen. Het is echt geen dure maatregel, je hebt er nauwelijks overlast van en het belangrijkste voor mij is dat met twee jonge kinderen het fijn is om in een comfortabele woonkamer te zitten. Je brengt daar toch wel veel tijd door.’ (Vrouw)

### Oefensituatie 3

Mevrouw: ‘Ik wilde het ja, maar ik weet wel dat ik het vrij lastig vond te vergelijken wat de verschillende mogelijkheden zijn en wat daar precies de voor en nadelen van zijn.’

Meneer: ‘Toen was die Purschuim standaard zeg maar en die Tonzon was een beetje in opkomst.’

Mevrouw: ‘En er waren ook nog andere dingen, zoals schelpen. En ik herinner me dat er nog wel meer was.’ [...]

Meneer: ‘Het voelde als gokwerk, dat vond ik niet prettig. Want de een zegt dat spuiten goed kan en Tonzon zegt dat Tonzon hartstikke goed is. Dus iedereen preekt voor z'n eigen parochie, om dan een onderlinge vergelijking te hebben. Dat miste ik wel.’ [...]

### Oefensituatie 4

Meneer: ‘Die zonnepanelen, die waren echt een punt van onderhandeling. [Mijn vrouw] heeft daar lang tegen gestribbeld. De eerste fase, toen had ik geen wisselgeld. We hebben ook een fase gehad waarin het ook niet aan de orde kwam. Toen hadden we de burens gevraagd en de burens waren ook niet blij, die zeiden het is jullie dak, maar wij vinden het lelijk, dat zei de buurvrouw.’

Mevrouw: ‘Tuurlijk ja! Vooral omdat ik het zelf helemaal met haar eens ben. [...] Ik vond het lelijk en ik dacht de technologie gaat zo hard, dat als je nog even een paar jaar wacht, dat het ook wel op een manier kan dat het iets mooier is, dat was een beetje mijn idee. Toen kwam [mijn man], die begon wat te bewegen betreft de uitbouw van de keuken, dat was eigenlijk de onderhandeling.’

VISUAL		BEWONERSREIS		INTERVIEW		WORKSHOP		TOEPASSEN INZICHTEN						
SAMENVATTING ONDERZOEK		GEZINSREISMATRIX		MANDY DE WILDE		MAURICE COEN DJOERA EERLAND		INGREDIENTEN		LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN



## Toepassen inzichten (handelingsperspectief)

Om als professional (bijvoorbeeld energieadviseur, productontwikkelaar, marketeer of communicatieadviseur) de inzichten over besluitvorming met betrekking tot energiebesparing toe te kunnen passen, kun je onderstaande kennis over onderstaand gedrag uit de set 'Toepassen inzichten' gebruiken. Hierin ontrafelen we welke mechanismen er werkzaam zijn, hoe je daar mee om kan gaan en waar je aanvullende informatie en kennis over dit inzicht kan vinden:

1. 'Toepassen inzichten' - **Luisteren**
2. 'Toepassen inzichten' - **Verkennen**
3. 'Toepassen inzichten' - **Bewust zijn van aannames**
4. 'Toepassen inzichten' - **Omgaan met weerstand**
5. 'Toepassen inzichten' - **Invloed uitoefenen**

### Downloads



Voorbeeld van de **workshop** in Powerpoint.



Het uitgebreide **onderzoeksrapport Besluitvorming voor energemaatregelen binnen het gezin van Wageningen University & Research (De Wilde, 2018)**.

VISUAL	BEWONERSREIS	INTERVIEW	WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN					
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	<b>INGREDIENTEN</b>	LUISTERNEN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN



# Luisteren

## WAT is de situatie? Wat is het geval?

Als er niet goed geluisterd wordt naar elkaar, ontstaan er al snel misverstanden. Tijdens het bespreken van de onderzoeksresultaten met adviseurs is ons op het hart gedrukt, dat goed kunnen luisteren misschien wel de belangrijkste vaardigheid is die een adviseur moet hebben. En meteen ook de moeilijkste vaardigheid om onder de knie te krijgen. Daarom vragen we extra aandacht hiervoor, terwijl dit natuurlijk niet als een 'exclusief' inzicht uit ons onderzoek naar voren is gekomen.

Zo zijn er situaties, waarbij iemand bijvoorbeeld vraagt een vloer te isoleren omdat het zo tocht in huis. Hier rijst de vraag of dit de juiste oplossing is voor het probleem. Het is dan belangrijk om door te vragen en zelf te achterhalen wat de oorzaak van het probleem is. Ook komt het voor dat iemand te snel denkt te begrijpen wat er aan de hand is. Bijvoorbeeld als een gezin een oplossing vraagt voor tocht, vocht en schimmel, maar eigenlijk ook andere, nog niet genoemde, woonwensen heeft. Bijvoorbeeld de wens om ooit van de zolderverdieping een hobbykamer te maken. Goed luisteren en vragen stellen kan dit boven water krijgen.

## WAAROM werkt het zo?

Er zijn meerdere redenen waarom luisteren zo moeilijk is. Er kunnen bijvoorbeeld onjuiste aannames zijn gemaakt door jou of door een gezinslid. Of er ontstaat weerstand bij één van de

gesprekspartners. Deze onderwerpen worden in de andere 'inzichten' van deze set verder behandeld. Ook hebben we (nagenoeg) allemaal de neiging om problemen op te lossen met de kennis die we al hebben. Zo zal bijvoorbeeld een accountant snel een financiële oplossing zoeken, een ingenieur een technische oplossing en een psycholoog een gedragskundige oplossing.

Daarnaast bestaat er iets dat 'de vloek van kennis' wordt genoemd. Dit is een cognitieve bias die plaatsvindt als een individu met veel kennis over een onderwerp deze kennis wil delen met een niet-expert (**De 3e succesfactor ontrafeld, 2017 (3SFO)**). Zodra je ergens kennis van hebt, is het moeilijk voor te stellen dat anderen deze kennis niet hebben. Met als gevolg tal van misverstanden. Professionals vinden het bijvoorbeeld moeilijk om vanuit het perspectief van minder geïnformeerde mensen te redeneren en niet-experts vinden de uitleg van een expert vaak onduidelijk.

## HOE kan je er mee omgaan?

In dit geval: Hoe kan je dit voorkomen? Allereerst. "Als je bij iemand langsgaat, hang dan naast je jas ook je meningen, vooroordelen en aannames aan de kapstok". Vrij naar Peter Senge (2004). Misschien is dit wel het meest belangrijke advies, omdat dit een situatie schept waarin echt geluisterd wordt.

Daarnaast is het handig om de 5 ezelsbruggetjes voor effectief communiceren altijd bij je te hebben (Bron onbekend, online zijn nog veel meer handige ezelsbruggetjes te vinden):

- Wees een OEN. Open Eerlijk Nieuwsgierig.
- Laat OMA thuis. Oordelen, Meninge, Adviezen.
- Neem ANNA mee. Alles Navragen Niets Annemen.
- Gebruik LSD. Luisteren, Samenvatten, Doorvragen.
- Smeer NIVEA. Niet Invullen Voor Een Ander.

Nu is het niet zo dat als je dit eenmaal weet, je er ook onder alle omstandigheden mee om kan gaan. Wellicht is het goed om je verder te bekwalamen door een training Adviesvaardigheden, Luistervaardigheden of Communiceren te volgen. Er is veel goed aanbod op dit vlak te vinden.



### Meer weten

Informatie over dit onderwerp is te vinden in:

- **Eindrapportage Gezinspraak**
- **Onderzoeksrapport 3SFO, 2017**

VISUAL		BEWONERSREIS		INTERVIEW		WORKSHOP		TOEPASSEN INZICHTEN											
SAMENVATTING ONDERZOEK		GEZINSREISMATRIX		MANDY DE WILDE		MAURICE COEN DJOERA EERLAND		INGREDIENTEN		LUISTEREN		VERKENNEN		BEWUST ZIJN VAN AANNAMES		OMGAAN MET WEERSTAND		INVLOED UITOEFENEN	

# Verkennen

## WAT is de situatie? Wat is het geval?

Elk situatie en elk gezin is anders, maar er zijn bepaalde onderwerpen en patronen die vaker voorkomen, zo blijkt uit ons onderzoek. Deze onderwerpen en patronen kan je in kaart brengen. Pas daarbij op dat je je open blik niet verliest. Lees hiervoor het 'Toepassen inzichten – **aannames**'. Je kan als het ware de situatie verkennen, zodat je weet met welk type gezin je te maken hebt en welke behoeften men heeft. En om te achterhalen in welke fase van besluitvorming men is aanbeland.

Als je de situatie voldoende verkend hebt, kan je daar het adviestraject op aansluiten.

## WAAROM werkt het zo?

Als je een helder beeld hebt van de situatie, kan je een beter advies geven. Als je bijvoorbeeld weet dat men nog aan het oriënteren is, kan je suggesties geven waar waardevolle informatie te vinden is. Als je weet dat er bij het plaatsen van zonnepanelen waarde wordt gehecht aan de mening van de burens, dan kan je het gezin helpen zo goed mogelijk aan te sluiten op de wensen van de burens.

## HOE kan je er mee omgaan?

Om de situatie te verkennen, kan je voor jezelf de volgende vragen langslipen. Sommige vragen kan je vooraf al (deels)

beantwoorden, bijvoorbeeld tijdens een telefoongesprek.

Andere vragen kan je waarschijnlijk pas beantwoorden als je met het gezin om tafel zit. Het is waarschijnlijk niet verstandig om de vragen echt te stellen, zie de vragen als een checklist voor jezelf.

- Is dit een individueel initiatief of gezamenlijk met anderen? (Bijvoorbeeld met burens)
- Met welk type gezin heb je te maken? (Modern of Traditioneel)
- Wie doet wat binnen het huishouden?
- Welke energemaatregel betreft het?
- Wat is de reden voor de energemaatregel?
- In welke fase van besluitvorming zit men nu? (Zie **Gezinsreis**)
- Zijn er specifieke situaties?
- Hoe beïnvloedt men elkaar binnen het gezin? (Zie Toepassen inzichten: **invloed uitoefenen**)



### Meer weten

Informatie over dit onderwerp is te vinden in:

- **Eindrapportage Gezinspraak**
- **Gezinsreis**

*Als je een helder beeld hebt van de situatie, kan je een beter advies geven. Als je bijvoorbeeld weet dat men nog aan het oriënteren is, kan je suggesties geven waar waardevolle informatie te vinden is.*

VISUAL		BEWONERSREIS		INTERVIEW		WORKSHOP		TOEPASSEN INZICHTEN		
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN	LUISTEREN	<b>VERKENNEN</b>	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN	

# Bewust zijn van aannames

## WAT is de situatie? Wat is het geval?

Tijdens adviestrajecten stuit je regelmatig op misverstanden bij gesprekspartners over verschillende oplossingen voor bijvoorbeeld isoleren of energie opwekken. Een gezinslid heeft gehoord dat een bepaalde folie snel scheurt of een bepaald materiaal belastend is voor het milieu. Dergelijke ‘aannames’ komen razendsnel op en zijn hardnekkig. Dit geldt uiteraard ook voor de aannames die je zelf doet. Bijvoorbeeld over de financiële mogelijkheden van een gezin, of het (ontbreken van) kennis bij de gezinsleden.

### Voorbeelden:

- Mevrouw:** *Nee, dat heeft niets met isolatie te maken. Ik heb daar over gelezen, warmtepompen kunnen een Cv-ketel niet vervangen. Daarmee kan je het niet warm stoken in de winter.*
- Meneer:** *Binnenkort verdwijnt de salderingsregeling, dan krijg je niets meer terug voor de elektriciteit die je over hebt. En dan klopt er geen fluit meer van de terugverdientijd voor zonnepanelen.*

## WAAROM werkt het zo?

Mensen springen vaak snel naar conclusies. Dit kunnen goede, maar ook verkeerde conclusies zijn en dit kan weer leiden tot verkeerde beslissingen of conflicten met andere mensen.

Hoe dit principe werkt blijkt uit ‘de gevolgtrekkingsladder’. Deze ladder, in het Engels de *Ladder of Inference*, is in 1970 ontwikkeld door Chris Argyris, een voormalig professor aan de Harvard Business School. In 1992 werd de ladder populair nadat hij werd beschreven in de bestseller *The fifth discipline*, die Argyris samen schreef met Peter M. Senge.

## HOE kan je ermee omgaan?

De *Ladder* geeft inzicht in de mentale processen die plaatsvinden in het menselijk brein en kan je helpen niet te snel te springen naar voorbarige conclusies en te redeneren op basis van feiten. Het beschrijft de reeks mentale stappen, die worden genomen om tot een actie of reactie te komen. Dit menselijke denkproces kost slechts een fractie van een seconde. Dat is waarom mensen zich niet realiseren hoe zij een bepaalde actie of reactie hebben ontwikkeld; het gebeurt onbewust. De *Ladder* laat zien hoe mentale modellen onbewust worden gevormd. Ze bepalen wat en hoe je ziet en hoe het denkproces en gedrag als gevolg daarvan worden geleid. Elke persoon geeft betekenis aan waarnemingen en baseert zijn acties daarop.

De *Ladder* bestaat uit zeven stappen en het redeneerproces begint onderaan de ladder. Mensen selecteren feiten uit gebeurtenissen, die ze vertalen uit eerdere ervaringen. Deze geïnterpreteerde feiten vormen de basis voor aannames, die op hun beurt leiden tot bepaalde conclusies. Vervolgens gaat een persoon over tot een actie of reactie.

### De gevolgtrekkingsladder





Argyris geeft twee aanbevelingen om hier mee om te gaan. Als eerste, stel je eigen aannames ter discussie. Oftewel, verken of de situatie ook anders in elkaar kan steken. Bijvoorbeeld: Je organiseert altijd bewonersavonden om gezinnen te informeren en er zijn dan vaak mensen die tijdens de avond ergens anders mee bezig (lijken te) zijn. Je ergert je daaraan. Vervolgens ga je ervan uit dat ze hetgeen jij te vertellen hebt niet belangrijk vinden. Dat is een aanname die je zou kunnen toetsen. Immers, misschien verwachtten ze bijvoorbeeld een bericht van de oppas en keken ze daarom steeds op de telefoon. De tweede aanbeveling van Argyris is: zorg voor andere data. Of anders gezegd: zorg voor een andere situatie. In dit geval volgt de 'waarneembare data' uit de bewonersavond. Kiezen voor een andere situatie, bijvoorbeeld keukentafelgesprekken, levert andere 'waarneembare data' op!

**Meer weten**

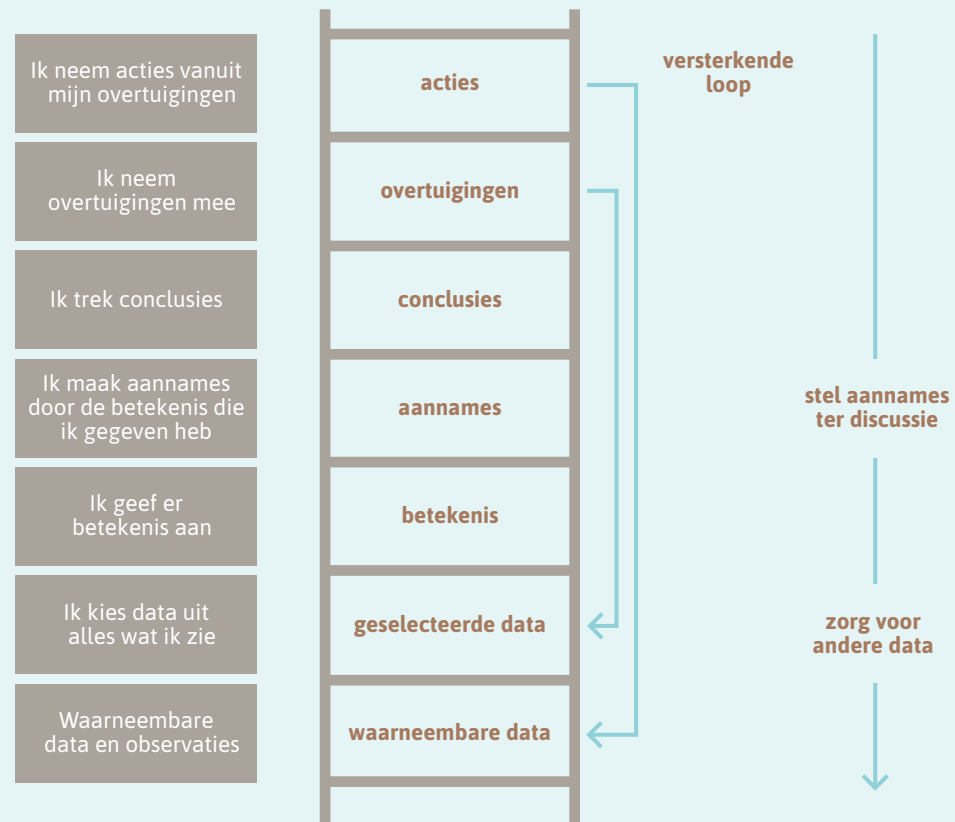
**Informatie over dit onderwerp is te vinden in:**

- Eindrapportage Gezinspraak
- Onderzoeksrapport 3SFO, 2017
- <https://www.toolshero.com/decision-making/ladder-of-inference/> (geraadpleegd: 20 maart 2019)

**Andere bronnen**

- Argyris, C. (1982). *The executive mind and double-loop learning*. *Organizational dynamics*, 11(2), 5-22.
- Senge, P. M. (2014). *The fifth discipline fieldbook: Strategies and tools for building a learning organization*. Crown Business.

**De gevolgtrekkingsladder**



VISUAL		BEWONERSREIS		INTERVIEW		WORKSHOP		TOEPASSEN INZICHTEN		
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	<b>BEWUST ZIJN VAN AANNAMES</b>	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN	

# Omgaan met weerstand

## WAT is de situatie? Wat is het geval?

Tijdens adviestrajecten ontstaat regelmatig weerstand. Tussen de gezinsleden onderling of als reactie op iets wat de adviseur zegt of doet. Die weerstand wordt op verschillende manier geuit, bijvoorbeeld door het advies in twijfel te trekken of door 'ja' te zeggen en 'nee' te doen.

### Voorbeelden:

1. **Meneer:** *Misschien moeten we nog even wachten, of nog wat verder kijken naar andere oplossingen.*
2. **Mevrouw:** *Je kan wel zeggen dat dit het beste is, maar hoe weet je dat zo zeker?*
3. **Mevrouw:** *Als er geïsoleerd wordt, wil ik dat het in de ochtend plaats vindt en dan moet meteen de buitenkraan vorstbestendig gemaakt worden.*
4. **Meneer (voor de zoveelste keer):** *Ik kijk er van de week naar. Ik laat snel iets van me horen.*

## WAAROM werkt het zo?

Als bijvoorbeeld een bewoner het gevoel krijgt dat de adviseur (of een andere gesprekspartner) wil bepalen wat er in zijn of haar huis moet gebeuren, ontstaat er weerstand. Autonomie, competentie en verbondenheid zijn volgens Ryan en Deci (2000) drie aangeboren psychologische menselijke behoeften.

Met andere woorden: Ieder mens heeft de behoefte om in zekere mate zelf te bepalen hoe het leven in te richten (autonomie), om iets te kunnen betekenen of te kunnen doen (competentie) en om ergens bij te horen (verbondenheid). In hun zelfbeschikkingstheorie stellen Ryan en Deci dat veranderingen (vermindering, vermeerdering) van autonomie de grootste impact heeft op de motivatie van mensen. Kortom, als anderen 'wel even bepalen wat goed voor hen is' dan ontstaat er een reactie. Dit is meestal een reactie van verzet.

## HOE kan je er mee omgaan?

Nesterkin (2013) heeft uitgezocht op welke manier mensen omgaan met vermindering van autonomie en heeft vier vormen van verzet beschreven:

**Wantrouwen.** Bijvoorbeeld door reacties als: 'Ik vind het niet leuk' en 'Ik geloof het niet' als iemand probeert te beïnvloeden.

**Twijfel.** Bijvoorbeeld door vragen te stellen of kritisch onderzoek te doen. Of door tegenwerking of ambivalentie.

**Inertie.** Of passieve vermijding. Door bijvoorbeeld de bestaande situatie vast te houden door geen enkele actie te ondernemen die daarvan afwijkt.

**Reactantie.** Dit is iemands motivatie om de autonomie te herstellen. Door bijvoorbeeld burens te mobiliseren en met een alternatief voorstel te komen.

*Ieder mens heeft de behoefte om in zekere mate zelf te bepalen hoe het leven in te richten, om iets te kunnen betekenen of te kunnen doen en om ergens bij te horen.*



VISUAL	BEWONERSREIS	INTERVIEW		WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN				
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	<b>OMGAAN MET WEERSTAND</b>	INVLOED UITOEFENEN

Allereerst is het belangrijk dat je dit weet en je realiseert dat dat wat wordt gezegd niet de kern van het probleem is, maar een reactie op het probleem dat men ervaart (dat de autonomie wordt aangetast). Ingaan tegen wat er wordt gezegd of op basis daarvan proberen te overtuigen werkt vaak averechts. Dat wekt namelijk alleen maar meer weerstand op. Het is belangrijk om niet zozeer op de uitingsvorm van weerstand in te gaan. Dus niet ingaan op het verzet, maar op het helder krijgen van de onderliggende behoefte waaraan wordt getornd, op bijvoorbeeld de vermindering van autonomie doordat men niet zelf kan beslissen wanneer de werkzaamheden worden uitgevoerd. Als de onderliggende behoefte helder is, kan je gezamenlijk zoeken naar mogelijkheden om dit te 'repareren'. Door bijvoorbeeld keuzemogelijkheden aan te bieden.

Een actueel voorbeeld (2019) is de discussie rond het aardgasvrij 'moeten' worden. Er zijn mensen die dit zien als een verplichting die wordt opgelegd (inbreuk op autonomie). Dit zorgt ervoor dat velen hun hakken in het zand zetten (vorm van verzet).

Nu is het niet zo dat als je dit eenmaal weet, je er ook onder alle omstandigheden mee om kan gaan. Maar het helpt wel bij het herkennen. En wellicht is het goed om je verder te bekwamen door een training 'Omgaan met weerstanden'.



**Meer weten**

**Informatie over dit onderwerp is te vinden in:**

- **Eindrapportage Gezinspraak**
- **Onderzoeksrapport 3SFO, 2017**

**Andere bronnen**

- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2000). *Self-Determination Theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. American Psychologist, vol. 55, No. 1, pp.68-78.
- Nesterkin, D. A. (2013). *Organization change and psychological reactance*. Journal of Organizational Change Management, volume 26, number 3, 2013, pp. 573- 594.

*Een actueel voorbeeld is de discussie rond het aardgasvrij 'moeten' worden. Er zijn mensen die dit zien als een verplichting die wordt opgelegd. Dit zorgt ervoor dat velen hun hakken in het zand zetten.*

VISUAL		BEWONERSREIS		INTERVIEW		WORKSHOP		TOEPASSEN INZICHTEN						
SAMENVATTING ONDERZOEK		GEZINSREISMATRIX		MANDY DE WILDE		MAURICE COEN DJOERA EERLAND		INGREDIENTEN		LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN



# Invloed uitoefenen

## WAT is de situatie? Wat is het geval?

Mensen nemen vaak onbewust voorspelbare beslissingen. Dat gebeurt bij dagelijkse handelingen als fietsen en eten. Maar ook als het om minder alledaagse handelingen gaat. Meer weten over hoe gedrag beïnvloed wordt, of hoe je zelf gedrag kunt beïnvloeden kan nuttig zijn in je gesprek met bewoners. Zo volgen we graag het gedrag van de groep waartoe we behoren en zijn we gevoelig voor iets gratis krijgen.

### Voorbeelden:

1. **Meneer:** Toen ik hoorde dat zo ongeveer alle burens van plan waren te gaan naar de informatieavond, heb ik mijn voetbaltraining maar een keertje laten schieten.
2. **Meneer:** De opbrengst van de panelen is te volgen via een app. En de iPad wordt gratis meegeleverd bij één van de aanbieders.
3. **Mevrouw:** Onze buurtvereniging is heel actief en ze investeren veel vrije tijd in onze buurt. Daarom doe ik ook altijd mee als ze met initiatieven komen.

## WAAROM werkt het zo?

Kahneman beschrijft in zijn boek *Thinking, fast and slow* (2011) twee manieren van informatieverwerking die wij als mensen hebben, een snel en een langzaam systeem.

Het snelle systeem werkt intuïtief, snel en automatisch, heeft een groot verwerkingsvermogen en kan zeer moeilijk onder bewuste controle gehouden worden. Dit is van oudsher het gebied van vuistregels die ons helpen met beslissingen maken. Zo is het bijvoorbeeld heel praktisch dat je met autorijden niet meer elke handeling bewust hoeft uit te voeren, waardoor je snel kunt reageren. Maar in het gros van de gevallen zit systeem 1 er systematisch naast – Kahneman spreekt in dit verband van ‘cognitieve biases’. Vrij vertaald: aangeleerde, automatische, onbewuste vooroordelen. Een professional kan er bijvoorbeeld snel en onbewust vanuit gaan dat een vrouw niet in techniek is geïnteresseerd en daardoor technische opmerkingen uit de weg gaat. Zelfs als de vrouw blijf geeft van technische interesse, bijvoorbeeld door een vraag te stellen over de Rc-waarde van isolatie, komt het voor dat de professional deze vraag niet serieus beantwoordt, omdat zijn bias is dat ‘vrouwen techniek niet interessant vinden/niet begrijpen’.

## HOE kan je er mee omgaan?

Je kan deze biases gebruiken. Thaler en Sunstein (2008) schreven een boek over nudging, waarin adviezen gegeven worden om biases te omzeilen zodat er betere beslissingen gemaakt kunnen worden op het gebied van gezondheid, voorspoed en geluk. Op basis van deze en latere literatuur is in het onderzoek *De derde Succesfactor* een lijst van biases

geselecteerd die van toepassing kunnen zijn op het wel of niet slagen van renovatieprojecten met energieambities in de woningbouw. Een aantal voorbeelden van deze lijst zijn in te zetten om keuzes te beïnvloeden.



### Meer weten

Informatie over dit onderwerp is te vinden in:

- Eindrapportage Gezinspraak
- Onderzoeksrapport 3SFO, 2017

### Andere bronnen

- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). *Prospect theory: An analysis of decision under risk*. *Econometrica*, 47(2), 263-292.
- Thaler, R. H. (author), Sunstein R., (2008). *Nudge Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness*.

VISUAL	BEWONERSREIS	INTERVIEW		WORKSHOP	TOEPASSEN INZICHTEN				
SAMENVATTING ONDERZOEK	GEZINSREISMATRIX	MANDY DE WILDE	MAURICE COEN DJOERA EERLAND	INGREDIENTEN	LUISTEREN	VERKENNEN	BEWUST ZIJN VAN AANNAMES	OMGAAN MET WEERSTAND	INVLOED UITOEFENEN

## Bias lijst voor renovatieprojecten uit *De derde Succesfactor ontrafeld, 2017*

System 1: bias / effect / principe	Hoe is het te gebruiken?
<b>Bandwagon effect</b> Neiging om te geloven wat andere mensen geloven.	Gebruik testimonials van mensen die positief zijn over hun gerenoveerde woning.
<b>Compromis effect</b> Mensen blijven vaak in het midden van twee extremen bij het maken van een keuze.	Biedt de gewenste variant (B) aan in combinatie met een makkelijker (A) en moeilijker (C) te implementeren variant. Maak het verschil tussen A en B kleiner dan het verschil tussen B en C.
<b>Crowding-out</b> Belonen van gedrag dat al intrinsiek gemotiveerd is zorgt voor minder motivatie.	Focus niet op kleine dingen die energie besparen als mensen die waarschijnlijk al uit zichzelf doen.
<b>Endowment effect</b> Een bezit heeft meer waarde als je er de eigenaar van bent.	Geef huishoudens iets cadeau, zeg dat ze het weer moeten teruggeven als ze niet meedoen.
<b>Gratis prijs effect</b> Iets gratis krijgen zorgt voor irrationele opwinding.	Biedt een kans op iets gratis aan, bijvoorbeeld dat 1 op de 100 deelnemende huizen gratis wordt gerenoveerd (zie ook "zekerheidseffect").
<b>Humor effect</b> Informatie wordt beter onthouden als het grappig gevonden wordt.	Zorg voor een speels of luchtig element bij informatiebijeenkomsten.
<b>IKEA effect</b> Neiging om meer waarde te hechten aan zelfgemaakte spullen.	Laat bewoners zelf een muur slopen. Laat ze meebeslissen over vormdetails (kleur) in de uitwerking/realisatie.
<b>Keuze overload</b> Teveel keuzeopties leidt tot het uitblijven van het maken van een keuze.	Biedt mensen niet teveel keuzes aan, maar hou het simpel en overzichtelijk. Vijf keuzes is absolute maximum, drie of vier keuzes is beter.
<b>Expertise effect (expert bias)</b> Professionals vinden het moeilijk om vanuit het perspectief van minder-geïnformeerde mensen te redeneren.	Zorg voor inzicht in wat mensen werkelijk bezig houdt, neem de tijd om naar elkaar te luisteren en 'ontwikkel samen' technische uitleg naar de dagelijkse leefwereld van bewoners/klanten.
<b>Modaliteitseffect</b> Informatie wordt beter onthouden als het aangeboden wordt door gesproken woord of plaatjes.	Biedt informatie aan in film of strip-vorm, in plaats van met lange rapporten of brieven.
<b>Primacy-recency effect &amp; piek-einde regel</b> Het meeste gewicht wordt gegeven aan de informatie die het eerst en het laatst ontvangen is en aan wat het meeste indruk heeft gemaakt.	Bereid met zorg het delen van informatie voor, bijvoorbeeld informatieavonden (zie ook humor & modaliteitseffect).
<b>Reciprociteit</b> Terugbetalen van vertrouwen en geschenken wordt met veel inspanning gedaan.	Bied mensen, ongeacht of ze daadwerkelijk deelnemen, iets aan waarmee ze verleid worden om mee te doen. Niet-monetaire cadeaus werken beter dan geld.
<b>Segregatie &amp; integratie van verlies en winst</b> Een kleine uitgave op zichzelf valt meer op dan ingebed in andere kosten.	Voor het benadrukken van kosten: presenteer ze apart. Om ze niet te benadrukken: integreer ze in andere kostenposten. Ook: benadruk 5 euro winst per maand, i.p.v. een reductie van 125 naar 120 euro.
<b>Status, zelfbeeld, competitie</b> Meer betrokkenheid/inbreng als anderen zien wat je doet, of wanneer er een groepsidentiteit aanwezig is.	Laat weten hoeveel mensen uit de buurt je verwacht dat er mee zullen doen aan de renovatie, loof een prijs uit voor de 1e tien inschrijvers en maak bekend wie dat zijn. Organiseer een competitie tussen bv steden of wijken.
<b>Status quo bias</b> Voorkeur om vast te houden aan de huidige, vertrouwde gang van zaken (opzien tegen verandering).	Opt-out programma's. Of rekening houden met levensfase/momenten waarop mensen openstaan voor verandering (zoals geboorte van kinderen of interne verhuizing of verbouwing).
<b>Verdisconteerbare toekomst</b> 50 euro direct in het handje is meer waard dan 50 euro over een maand.	Bied snelle kiezers een korting aan.
<b>Voorkeuren op basis van een referentie (anchoring)</b> Welzijn wordt relatief beoordeeld, dus ten opzichte van een eerdere ervaring, een verwachting, of anderzins gedrag.	Laat een energiereductie van huishoudens zien ten opzichte van bijvoorbeeld andere renovatieprojecten. Stel een energiebesparingsdoel (persoonlijk of voor de hele wijk, helpt ook bij het versterken van de groepsidentiteit). Maar ook: mensen primen met cijfers van postcode beïnvloedt de hoogte van een schatting.
<b>Zekerheidseffect</b> Overschatting van kleine kansen.	Bied een kleine kans op iets groots aan, bijvoorbeeld dat 1 op de 100 deelnemende huizen gratis wordt gerenoveerd.

## Colofon en Contact

### Tekst

Maurice Coen, Nyenrode Business Universiteit  
Djoera Eerland, Buurkracht  
Josje Fens, Hoom

**Interviews:** Annemieke Bartholomeus, Bartholomeus teksten

**Visuele samenvatting:** Anabella Meijer, Kanai

**Eindredactie:** Sjoukje Blom, BLOM red.

**Vormgeving:** Haagsblauw, concept + vormgeving

### Projectpartners

Wageningen University & Research Centre,  
Vakgroep Mileubeleid  
Mandy de Wilde, [m.dewilde2@uva.nl](mailto:m.dewilde2@uva.nl)

Nyenrode Business Universiteit  
Center for Entrepreneurship, Governance & Stewardship,  
chair Sustainable Building.

Maurice Coen, [M.Coen@nyenrode.nl](mailto:M.Coen@nyenrode.nl)

Anke van Hal, [A.vanhal@nyenrode.nl](mailto:A.vanhal@nyenrode.nl)

Buurkracht

Djoera Eerland, [Djoera@buurkracht.nl](mailto:Djoera@buurkracht.nl)

Hoom

Josje Fens, [Josje.Fens@hoom.nl](mailto:Josje.Fens@hoom.nl)

Alliander N.V