

NOG NIET JUIST BENADERDE DOELGROEPEN

Leerproduct (2024)

A blue-tinted photograph of several wind turbines in a field, used as a background for the bottom section of the slide.

Nieuwe Energie Overijssel

versnellen door te verbinden

LEESWIJZER

Dit is een leerproduct uit het leerlab '*Nog niet juist benaderde doelgroepen*'. In dit leertraject is voor drie doelgroepen (VvE's, energiearmoede & migratieachtergrond) die Overijsselse gemeenten het moeilijkst kunnen bereiken (gestemd tijdens de aftrap) uiteen gezet

- door welke drempels dit komt (bij de doelgroep én de gemeente zelf);
- hoe je deze drempels verwijdert of verlaagt; en
- naar welke casussen en ervaringen we kunnen kijken als voorbeeld.

Dit leerproduct beschrijft:

1. Het doenvermogen van de mens, wat de context (bladzijde 3);
2. De eerste twee stappen die je zet als je vanuit een bestaande of nog te ontwikkelen aanpak zo goed mogelijk contact wil maken met een doelgroep (bladzijde 4 & 5); en
3. een verdieping op 8 "knoppen" die je daarbij kan gebruiken (bladzijde 6 t/m 13).

Vragen of opmerkingen? Neem contact op met expertiseteamgo@overijssel.nl.

HET DOENVERMOGEN VAN DE MENS

Naarmate de accu (het doenvermogen) van iemand afneemt, moet de gemeente meer zeilen bij zetten om diegene te betrekken.

Bewoners bij wie het slecht gaat kunnen zich, vanwege een combinatie van tunnelvisie en hyperfocus op andere problemen (wat als vanzelf gebeurt bij – chronische – stress en opgebouwd wantrouwen naar de systeemwereld), gaan afsluiten. Een intensievere aanpak dient de opgeworpen muurtjes af te breken.

Directer contact met een verhaal dat aansluit op waar men de focus op heeft en/of zich zorgen over maakt helpt, omdat:

- dat enerzijds weer nodig is vanuit wat stress met iemand doet (je moet in genoemde tunnelvisie komen);
- in het reptielenbrein waarin men verkeert het ‘wij-zij’ denken volop aan staat (lees: mensen of organisaties die men niet al kent worden gewantrouwd); en
- anderzijds omdat vanuit direct contact het opgebouwde wantrouwen naar de systeemwereld en de gemeente kan worden doorbroken. Een veelgehoorde uitspraak als men bewonerscontact heeft als ambtenaar: *‘Jij bent wel oké, maar de gemeente is nog steeds onbetrouwbaar!’*

HOOG DOENVERMOGEN



Lage intensiteit inzet gemeente

LAAG DOENVERMOGEN



Hoge intensiteit inzet gemeente

STAP 1: CONTACT LEGGEN

Eenvoudig



Intensief

Concreet contactmoment	Actie op de achtergrond	Knoppen*
Brief		Vorm communicatie
Brief in andere taal	Inzet tolk, check leden doelgroep	Taal
Ontmoeting arrangeren bij drinkplaatsen	Inventariseren drinkplaatsen/ contact leggen met drinkplaatsen	Ontmoetingsplekken , & Vorm communicatie
Direct contact	Inlichten KCC, selectie of trainen medewerkers	Vorm communicatie
Uitbreiden tijdstip contact zoeken	Check arbeidsvoorwaarden, inhuur	Activiteiten
Via vertrouwde kring: vooraankondiging	Verkennen sociaal weefsel, contact leggen, samenwerking opstarten	Afzenderschap & Taal
Onderwerp breder / urgentere woonwensen	Inzetten kennis lokale woonproblemen	Boodschap , & Aanbod
Via vertrouwde kring: persoonlijke introductie	Werven geschikte personen	Afzenderschap

*Zie slide 6 voor een overzicht van de knoppen.

STAP 2: HET GESPREK VOEREN

Eenvoudig



Intensief

Concreet contactmoment	Actie op de achtergrond	Knoppen
Signaleren andere problemen	Trainen in herkennen signalen, inhuur, samenwerking sociaal wijkteam, opstellen sociale kaart	Boodschap , Aanbod
Nagaan hulp andere zaken/ potjeschecker	Opzeten samenwerking/ systeem monitoring	Aanbod , Afzenderschap
Formulierenhulp aanbieden	Laptop mee, trainen personeel	Aanbod , Taal & Afzenderschap
Reeks gesprekken	Inplannen benodigde capaciteit, instellen logboekstelsel	Activiteiten
Gesprek in eigen taal	Tolkservice	Taal
Inzet personeel zelfde cultuur	Werving / inhuur	Taal & Afzenderschap
Overnemen traject	Machtiging regelen, capaciteit	Aanbod
Extra kansen		
Binding met de buurt		Lokale geschiedenis
Lotgenoten doelgroep: elkaar helpen		Afzenderschap & Boodschap

*Zie slide 6 voor een overzicht van de knoppen.

'NOG NIET JUIST BENADERD' IN 8 KNOPPEN



Aanbod

1



Activiteiten

2



Afzenderschap

3



Taal

4



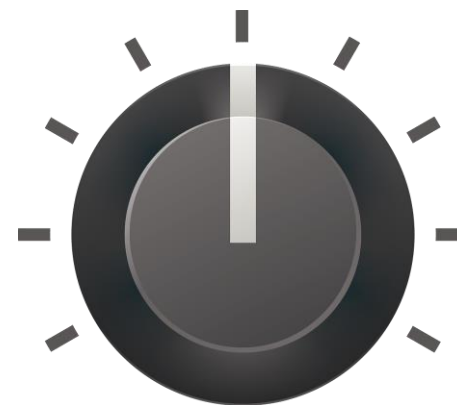
Vorm communicatie

5



Boodschap

6



Ontmoetingsplekken

7



Lokale geschiedenis

8

Om de verduurzaming van de gebouwde omgeving te stimuleren en ondersteunen kan je als gemeente verschillende hulplijnen aanbieden. Kwetsbare mensen hebben doorgaans meer hulp nodig om aan te sluiten. Je aanbod kan bestaan uit:

Witgoedwissel

Een witgoedwissel kan grote positieve gevolgen hebben voor iemand. Een nieuwe koelkast die zuinig is bespaart niet alleen op de energierekening maar stoot waarschijnlijk ook minder vocht uit. Dit werkt positief t.a.v. mogelijke problemen met schimmel; dit kan er weer toe leiden dat de potentiële zorgvraag kleiner wordt.

Coaching

Onder coachen verstaan we het adviseren over en begeleiden bij energiegedrag. Ze kunnen ook helpen met bepalen welke maatregelen nuttig zijn om voor te sparen (isolatie, glas vervangen, etc.). TNO rondde recent een [onderzoek](#) af naar de succeskenmerken van effectieve coaching.

Fiksen (kleine maatregelen)

Onder fiksen verstaan we het aanbrengen van kleine maatregelen in huis zoals:

- Tochtstrips (aanbrengen of vervangen)
- LED-lampen

- Radiatorfolie
- Deuren afstellen
- Vensterbankventilatie
- Waterzijdig inregelen
- Hang en sluitwerk verstellen

[Hier](#) vind je de Toolkit energiefixers van Volkshuisvesting Nederland. Deze is geschikt voor fixers zelf of om je als ambtenaar in te leven in de doelgroep en de dingen die je kan doen.

NIP (grote maatregelen)

Met de [middelen uit het NIP](#) kunnen bewoners worden ondersteund met de (volledige) vergoeding van grotere isolatiemaatregelen.

**TERUG NAAR HET
OVERZICHT** 

ACTIVITEITEN

2

Er zijn ontelbaar veel (communicatie)acties die je als gemeente kunt ondernemen met als doel de aandacht van een doelgroep te trekken. Effectieve elementen daarbij zijn o.a.:

- Ga naar de doelgroep toe (bijv. evenement in een wijk waar de doelgroep woont)
- Haak aan bij activiteiten waar de doelgroep toch al heen gaat
- Sluit qua onderwerp aan bij wat bij de doelgroep speelt, waar ze zich zorgen over maken, of blij van worden
- Direct en 1-op-1 contact (bijvoorbeeld deur-aan-deur acties)
- Via vertrouwde kring: vertel je verhaal via personen/organisaties die men al kent

Concretere voorbeelden:

- Vraag 5 minuten aandacht voor je project tijdens een klaverjasavond
- Organiseer een straatfeest met leuke dingen voor kinderen
- Ga in de zomer met een ijskar de wijk in (Ice2meetU)
- Vraag of de wijkraad of huurderscommissie een vooraankondiging wil doen van jouw project/ aanbod
- Inventariseer welke maatregelen bewoners wel willen doen, via een deur-aan-deur enquête namens de wijkraad

TERUG NAAR HET
OVERZICHT



"Zou jij je huiskamertemperatuur met 8 graden willen verlagen? Met enkel de Nederlandse energieadviezen komen we er niet."

Energiehulpnetwerk



AFZENDERSCHAP

Veel factoren hebben invloed op het succesvol benaderen en activeren van mensen met bijv. (een risico op) energiearmoede. Allereerst is het afzenderschap belangrijk. Veel bewoners openen een brief van de gemeente niet eens.

Geleend vertrouwen via andere mensen, organisaties of instanties inwinnen als gemeente kan veel beter werken. Deze kenniskaart geeft antwoord op de vraag: "Hoe stel je de bewoner centraal bij de uitvoering van de warmtetransitie?" Je vindt een kort en bondig antwoord op deze vraag, handige tools, handreikingen, rapporten, webinars etc. en contactpersonen. Kortom een handige wegwijzer!

Inzet lokale partners als afzenders

De volgende partijen kunnen goed als mede afzender van jouw project / aanbod fungeren:

- Welzijn / opbouwwerk, maatschappelijk werk, bewonersconsulenten bij woningcorporaties
- Huurderscommissies
- Wijkraden
- Armoedepact / schuldhulp / voedselbank / kerk

Aanhaken bij bestaande netwerken & andersoortige bewoners-/wijkinitiatieven

Andere dan duurzaamheidsinitiatieven hebben vaak een veel beter netwerk bij de terughoudende bewoners. Denk aan zorginitiatieven, kookclubs, praatgroepjes, tuinverenigingen, etc. Onder andere LSA Bewoners begeleidt niet duurzame bewonersinitiatieven met het gaan oppakken van ook duurzame initiatieven. Via Sterk uit Armoede kan de inzet van ervaringswerkers (personen die zelf in armoede hebben geleefd) worden opgepakt.

TERUG NAAR HET
OVERZICHT



"Praat mét ons, niet over ons."

Riane Kuzee-Hoogeveen
Sterk Uit Armoede



Voor moeilijk te activeren doelgroepen is het soms een oplossing om informatie over je aanbod of actie *letterlijk* in een andere taal aangeboden te krijgen. Geleend vertrouwen kan via een bekend iemand in de wijk worden verkregen, maar een onbekend iemand die wél jouw moedertaal spreekt of begrijpt waar je vandaan komt of wat je hebt meegemaakt kan ook geruststellend zijn.

Tegelijkertijd is *taalgebruik* (de woorden die je kiest) ook belangrijk. Sommige woorden hebben een bepaalde lading die je wil ontwijken, bijvoorbeeld:

- Bijdrage, kortingsbon / voucher **in plaats van** toeslag
- Energiebuddy of energieverkenner **in plaats van** energiecoach
- Energieongelijkheid of energieonrechtvaardigheid **in plaats van** energiearmoede

[Stichting Taal](#) kan taalvrijwilligers in jouw gemeente leveren, naast taalopleidingen zelf. En [Stichting Lezen en Schrijven](#) is gespecialiseerd in 'eenvoudige taal', zoals het bekende B1 niveau (of nog lager). Recent hebben communicatieadviseurs van gemeenten ook goede ervaringen met het opstellen van begrijpelijke teksten via AI / Chat GTP.

"Het is goed om ervoor te zorgen dat laaggeletterden informatie kunnen begrijpen. Daarom adviseren wij om voor deze doelgroep te schrijven op een lager niveau dan B1: A2/1F."

Stichting Lezen en Schrijven



**TERUG NAAR HET
OVERZICHT**



Er zijn verschillende *verschijningsvormen* van communicatie mogelijk. Ga na of, in plaats van de klassieke advertentie in het huis-aan-huis blad en de flyer, een muurkrant of een 2 minuten filmpje op de socials niet effectiever zijn. Hier hoort ook bij: ga na of de communicatie minder talig / meer visueel kan en of inzet van humor (van de doelgroep) denkbaar is.

Interessante ontwikkelingen op dit gebied:

- De [Right to Challenge](#): bewoners kunnen naar gemeenten toe aangeven dat zij de communicatie beter kunnen doen, en kunnen dat vervolgens met het daarvoor gereserveerde budget gaan doen. Zie [hier](#) het voorbeeld van buurtvereniging Zandbewoners in Den Bosch.
- Een wethouder (Houten, Bunnik) maakt al jaren korte *animaties/ vlogs*, waarin hij best complexe beleidsvraagstukken heel beeldend en voor iedereen begrijpelijk in een filmpje van 1 of 2 minuten uitlegt. [Hier](#) vind je een voorbeeld.

TERUG NAAR HET
OVERZICHT



“De kracht zit in herhaling: poster, folder, website, sociale media posts, op de markt staan, keuken-tafelgesprek, etc.”

Lauren Kloosterboer Haenen
Gemeente Haarlemmermeer



BOODSCHAP

De verduurzaming van de gebouwde omgeving komt voort uit het Klimaatakkoord en de duurzame ambities van Nederland. Die boodschap sluit niet bij iedereen aan. Kwetsbare doelgroepen kunnen 'gestuurd worden' door een lege accu. Andere zaken (zoals rekeningen niet goed kunnen betalen en een slechte gezondheid van zichzelf en/of hun kinderen) staan hoger op het prioriteitenlijstje. Het verduurzamen van je woning kan echter, naast goed voor het milieu, ook andere positieve gevolgen hebben:

- Een goed geïsoleerd huis zorgt ervoor dat de **gasrekening minder hoog** is (warme lucht is vochtiger en verder verwarmen kost veel energie)
- Een goed geventileerd huis komt je **gezondheid ten goede**
- Kierdichting (aangebracht door bijvoorbeeld energiefixers) zorgt er ook voor dat **minder makkelijk kan worden ingebroken**

Je boodschap en communicatie rondom het verduurzamen van de gebouwde omgeving hoeft dus niet perse een *groene* boodschap te zijn. Door een andere invalshoek te kiezen kan je een andere doelgroep aanspreken.

"Bij het woord besparen krijgt men toch het idee dat er iets wordt afgenomen. Tegengaan verspilling slaat veel meer aan, dit is ook vanuit verschillende religies belangrijk"

Energiehulpnetwerk



**TERUG NAAR HET
OVERZICHT**



In verschillende wijken en buurten spelen bewonersinitiatieven een cruciale rol bij bijv het verlichten en bestrijden van energiearmoede. Op welke manieren kunnen gemeenten en instellingen hun samenwerking met deze initiatieven verbeteren om armoede in de gemeenschap effectief aan te pakken? Op plaatsen zoals buurthuizen, creatieve hubs, bewonersbedrijven en andere gemeenschappelijke locaties ontmoeten tal van bewoners elkaar. Deze plekken bevorderen connectie en activiteiten, en vormen een essentieel onderdeel van de lokale gemeenschap.

Het kan ook voorkomen dat die ontmoetingsplekken niet zo zichtbaar zijn. Dat betekent niet dat er geen verbinding is. LSA Bewoners beschrijft de **Asset Based Community Development (ABCD)** en de diverse voordelen hiervan, zoals:

- **Focus op krachten en hulpbronnen:** ABCD benadrukt de aanwezige krachten en hulpbronnen binnen de gemeenschap in plaats van problemen. Dit positieve uitgangspunt stimuleert empowerment en zelfredzaamheid.
- **Opbouwen van sociale kapitaal:** ABCD bevordert het opbouwen van sociale netwerken en onderlinge verbindingen binnen de gemeenschap. Dit versterkt de solidariteit en samenwerking tussen

bewoners.

- **Duurzame oplossingen:** Door te bouwen op interne capaciteiten en talenten van de gemeenschap, helpen ABCD-processen bij het ontwikkelen van duurzame en op maat gemaakte oplossingen voor lokale uitdagingen.
- **Versterken van eigenaarschap:** Bewoners nemen een actieve rol in het identificeren en aanpakken van kwesties die voor hen belangrijk zijn. Hierdoor ontstaat een gevoel van eigenaarschap en betrokkenheid bij het verbeteren van hun leefomgeving.

Het toepassen van ABCD kan leiden tot het creëren van sterke en verbonden lokale gemeenschappen doordat het het potentieel van de bewoners blootlegt, de onderlinge band versterkt, en een veerkrachtige gemeenschapscultuur stimuleert die gericht is op samenwerking, gedeelde verantwoordelijkheid en collectieve actie.

[Hier](#) vind je het stappenplan om te ontdekken welke assets er in jouw wijk zijn.

Download [hier](#) ook het manifest voor een succesvolle wijkaanpak van LSA Bewoners.

“Een wijk waarin de organisatiegraad hoog is, biedt oplossingen aan de vele uitdagingen waarmee ze geconfronteerd worden op sociaal, economisch en ecologisch gebied.”

Thijs van Mierlo
LSA Bewoners



TERUG NAAR HET
OVERZICHT



Hoe beter je de bewoners die je wil helpen begrijpt, hoe beter je het aanbod kan afstemmen op wat zij nodig hebben.

Erkenning en contracting

Weten wat er speelt of gespeeld heeft in een wijk wordt vaak zeer gewaardeerd, is een goede manier om – eerste- verbindingsen te maken. Dit is een teken dat je je in iemand of een groep hebt verdiept als gemeente. Inhoudelijk kan het vervolgens aanknopingspunten bieden om op aan te haken in je boodschap, de activiteiten die je gaat doen en de partners en/of mede afzenders die je kiest.

Belangrijk element bij het aansluiten bij wat er in wijken leeft, blijkt het betrekken van de lokale geschiedenis. Is een wijk tot een tijdje geleden een apart dorp geweest die bij een stad is getrokken (zoals de wijk Zuilen bij Utrecht), heeft men in een wijk in het verleden vooral voor één grote werkgever gewerkt? Is er in een wijk iets ingrijpends voorgevallen (zoals de vuurwerkcramp in de wijk Roombeek in Enschede)? Al dit soort zaken kunnen ‘op de achtergrond’ meespelen; zicht hierop hebben kan belangrijk zijn voor het aangehaakt krijgen van (oudere) bewoners. Aandacht voor de eigenheid van wijken kan overigens goed samengaan met het ontwikkelen van één methodiek om wijken te betrekken.

TNO doet ook veel [onderzoek](#) naar het in kaart brengen en betrekken van bewoners, gekoppeld aan kenmerken van h wijk.

TERUG NAAR HET
OVERZICHT



“Aardgasvrij moet zo normaal worden als rioolvervanging. Alle buurten zijn anders, maar de methodiek, daar is goed over nagedacht...”

Sven Ringelberg
Gemeente Rotterdam



NIEUWE ENERGIE OVERIJSSSEL NETWERK

Ook meepraten over Nieuwe Energie?

Nieuwe Energie Overijssel

versnellen door te verbinden

Volg ons

