

JONGERENPARTICIPATIE IN ENERGIECOÖPERATIES

Gedragsveranderingsinterventie



GROEP 1

In dit document treft u alle informatie en onderzoek aan die in een halfjaar tijd zijn opgedaan m.b.t. Marketing Sustainable Behaviour.

Thomas Arentsen, Michelle Boudens, Adnan Jukanovic

Januari 2026

Inhoudsopgave

1. Projecttoelichting.....	2
1.1 Spark-proces cirkel.....	2
1.2 COM-B model.....	3
2. Onderzoek verantwoording.....	4
2.1 Verkennen.....	4
Propleemanalyse	4
Probleemgedrag en doelgroep	6
Doelgedrag	8
2.2 In kaart brengen.....	9
2.2.1 Field research.....	9
Gespreksgids.....	9
Conclusies interviews	12
2.2.2 Desk research	13
Literatuuronderzoek.....	13
Interne en externe analyse.....	18
Stakeholderanalyse.....	25
Longlist gedragsfactoren	29
2.3 Scherpstellen	31
Gekozen gedragsfactoren.....	31
Gekozen gedragsveranderingstechnieken	32
2.4 Ontwerpen	33
2.5 Intervenieren	37
Testplan.....	37
Key Performance Indicators.....	40
2.6 Borgen	42
Bronvermelding	43
Bijlagen	44
Interviews Michelle	44
Interviews thomas.....	53
Interviews Adnan.....	74
Testen Adnan	81
Testen Thomas.....	87
Testen Michelle.....	94

1. Projecttoelichting

In de provincie Utrecht staan verschillende energiecoöperaties, waaronder Rijne Energie, Lek en IJsselstroom, EWEC en Duurzame Vecht, voor de uitdaging om nieuwe projecten op te starten. Deze projecten worden momenteel uitgevoerd door de oudere generatie. Er zijn weinig jongeren die weten wat een energiecoöperatie is en wat deze organisaties willen bereiken. Hierdoor komt de toekomst van de coöperaties in gevaar, omdat er onvoldoende opvolging is. Daarnaast ontstaat er een tekort aan financiële middelen om de organisatiedoelen te realiseren.

Om dit probleem aan te pakken is onderzoek gedaan naar manieren om jongerenparticipatie binnen energiecoöperaties te vergroten. De centrale vraag van de opdrachtgever luidde: hoe kunnen de energie, kennis en betrokkenheid van jongeren worden ingezet voor een duurzame toekomst? Tot op heden hebben gemeenten en energiecoöperaties hier weinig succes mee gehad, terwijl jongeren juist nieuwe kennis en waardevolle inzichten kunnen bieden.

De te ontwikkelen interventie moet relevant en aantrekkelijk zijn voor jongeren. Daarbij is het belangrijk om de drempels voor participatie te identificeren en te verlagen. Er dient een inspirerende campagne te worden ontwikkeld met sterke visuele en sociale elementen. Hierbij wordt rekening gehouden met de schaalbaarheid, zodat de campagne ook toepasbaar is voor andere energiecoöperaties of gemeenten.

Jongeren houden zich op dit moment weinig bezig met duurzame energie. Ze tonen weinig interesse in het onderwerp, zoeken er weinig informatie over op en nemen zelden deel aan initiatieven op dit gebied. Het gewenste gedrag is dat jongeren zich actief inzetten voor duurzame energie door zich aan te sluiten bij een energiecoöperatie. Daarbij begrijpen zij het belang ervan en maken zij het onderwerp bespreekbaar onder andere jongeren.

Voor de doelgroep van 18 tot 35 jaar is stapsgewijs een gedragsveranderingsinterventie ontwikkeld. Het onderzoek naar het gedrag van jongeren heeft geleid tot een marketingadvies. De implementatie van het voorstel is zorgvuldig uitgewerkt, zodat de uitvoerders duidelijk weten wat de vervolgstappen zijn om het gewenste gedrag aanhoudend te bevorderen.

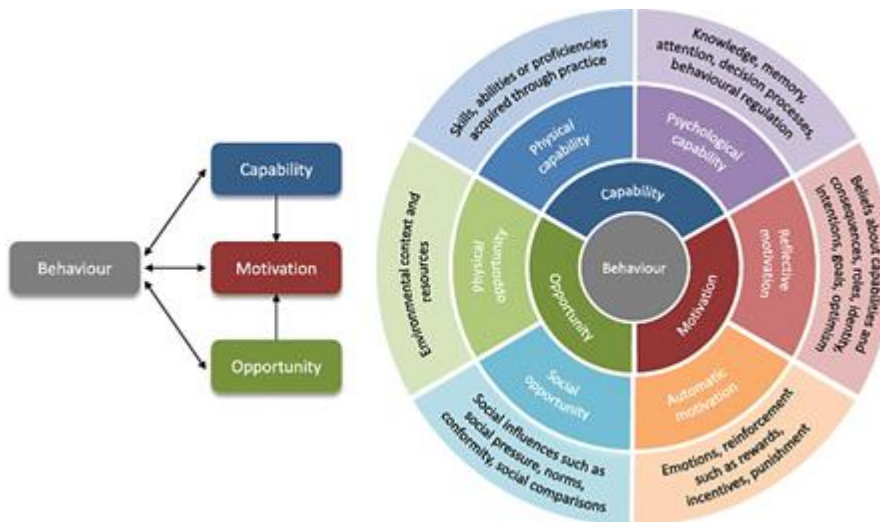
1.1 Spark-proces cirkel

Het volledige onderzoek is gedaan aan de hand van de SPRAK- proces cirkel. Je kunt het zien als een handleiding, van het analyseren van het probleem tot het uitvoeren van oplossingen. Het lectoraat 'Psychologie voor een duurzame stad' heeft het model ontwikkeld, dat veel wordt toegepast bij duurzaamheidsvraagstukken. Het model helpt je stap voor stap te begrijpen hoe je probleemgedrag verandert naar doelgedrag.



1.2 COM-B model

Tijdens dit onderzoek maken we naast het SPARK-model voor de ontwikkeling van de interventie, ook gebruik van het COM-B model. Het COM-B model verklaart gedrag via 3 categorieën. Dus wanneer de interventie inspeelt op deze 3 categorieën, zul je het gedrag moeten kunnen veranderen. De letters van COM-B bestaan uit: capability, opportunity, motivation en behaviour. Gedrag is vaak al beïnvloed door één of twee onderdelen van het COM-B model. Door een interventie te richten op de ontbrekende gedragsfactor(en) die nodig zijn voor verandering, kan het gewenste gedrag effectief worden bereikt.



(Michie, van Stralen & West, 2011)

2. Onderzoek verantwoording

2.1 Verkennen

In deze fase zijn het probleem- en doelgedrag zorgvuldig geïdentificeerd en helder geformuleerd. Daarbij is gewerkt vanuit een breed en complex vraagstuk naar concreet gedrag, waaraan de interventie direct wordt gekoppeld.

Voor het opstellen van een gerichte doelstelling is gebruikgemaakt van de 6W-methode, om te voorkomen dat het verkeerde probleem wordt aangepakt. Daarnaast is aandacht besteed aan de verwachtingen van de opdrachtgever en aan de vraag waar ze daadwerkelijk mee geholpen zijn. Ook zijn rapporten van eerdere interventiepogingen, zoals de campagne 'De Kracht van Samen', geanalyseerd en meegenomen in de verdere uitwerking. Tot slot is de volledige probleemanalyse doorlopen met de stakeholders, waarbij de ontvangen feedback is verwerkt.

Probleemanalyse

Praktijkgericht gedragsonderzoek richt zich op problemen die worden veroorzaakt door menselijk handelen. Dit zijn complexe problemen waar altijd meerdere partijen bij betrokken zijn met diverse belangen en met diverse ideeën over (1) het probleem, (2) de oorzaak en (3) de oplossing. Voordat wordt gestart met het zoeken naar een oplossing is het belangrijk het probleem eerst te doorgronden. Zo wordt voorkomen dat er een oplossing wordt ontwikkeld voor iets wat niet daadwerkelijk het probleem blijkt. De eerste fase van de SPARK-proces cirkel is daarom het VERKENNEN van het probleem. De basis voor een effectieve gedragsinterventie is een gedegen probleemanalyse. Dit leidt tot een heldere en realistische doelstelling en een scherp en gedeeld beeld van het gewenste gedrag. Een gedegen probleemanalyse start met uitzoemen naar het grotere plaatje.

Verkennen	
Wat is het probleem?	Participatie binnen energiecoöperaties bestaat vooral uit oudere generaties, er worden te weinig jongeren lid. Er zijn te weinig mensen die weten wat een energiecoöperatie is en wat de doelen zijn. De toekomst van de coöperaties komt in gevaar, er is niemand om het over te nemen. Er ontstaat een gebrek aan financiële middelen om de doelen van de organisatie te realiseren.
Voor wie is het een probleem?	De 4 lokale energiecoöperaties: <ul style="list-style-type: none">▪ Rijne Energie▪ Lek en IJsselstroom▪ EWEC (Eigenwijkse Energie Coöperatie)▪ Duurzame Vecht
Wie zijn er verder allemaal betrokken bij het probleem?	<ol style="list-style-type: none">1. Jongeren2. Oprichters en huidige vrijwilligers.3. (Potentiële) leden uit de lokale gemeenschap.4. Gemeentes en de provincie Utrecht.5. Lokale ondernemers en maatschappelijke organisaties.6. Diverse ondersteunende organisaties (bv. Nationaal Groenfonds, Rabobank, Energie Samen)

<p>Wat zijn de verschillende belangen van de betrokkenen?</p>	<p>Jongeren willen een leefbare toekomst.</p> <p>Continuïteit van de coöperatie (zorgen dat projecten en initiatieven blijven draaien) en de duurzaamheidsdoelen halen. Zelf willen ouderen met pensioen en hun kennis en ervaringen overdragen aan nieuwe generaties.</p> <p>Jongeren kunnen nieuwe kennis en waardevolle inzichten bieden, omdat zij vaak een frisse blik hebben op actuele thema's en maatschappelijke trends. Hun perspectief kan bijdragen aan innovatie, betere besluitvorming en een meer inclusieve samenleving.</p> <p>De regionale duurzaamheidsdoelstellingen bereiken, het bevorderen van lokale maatschappelijke betrokkenheid en het kunnen ondersteunen van infrastructuur voor duurzame energie.</p> <p>Het bijdragen aan een duurzaam en verantwoord imago, gebruik kunnen maken van de duurzame energiebronnen, samenwerken met de gemeenschap en het versterken van lokale netwerken.</p>
<p>Wanneer is het probleem ontstaan? (Voor de energiecoöperatie is het moment van bedrijfsvorming)</p>	<p>Het probleem is geleidelijk ontstaan in de afgelopen jaren, toen duurzaamheid en de energietransitie een belangrijker maatschappelijk thema werden. Terwijl de aandacht voor duurzame energie toenam, bleken jongeren zich hier relatief weinig mee bezig te houden.</p>
<p>Waar doet het probleem zich voor?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Provincie Utrecht, er kan alleen worden deelgenomen als je in de buurt woont van deze energiecoöperaties. • Onderwijsinstellingen en voorlichtingscampagnes. Denk aan reclame op tv/posters of lezingen die worden gegeven. • Situaties waarin jongeren in aanraking komen met duurzaamheid. Online achter de computer of fysiek tijdens voorlichtingsmomenten.
<p>Waardoor ontstaat het probleem?</p>	<p>De jongeren voelen geen meerwaarde om zich aan te sluiten bij een energiecoöperatie. Vaak is het onduidelijk wat het daadwerkelijk is, klinkt het als iets waar ze zich later pas mee bezig moeten houden en denken ze misschien dat er toch geen jongeren worden verwacht.</p> <p>Aangezien de leden van de vereniging voornamelijk bestaat uit ouderen (50+), weten ze niet hoe ze jongeren moeten benaderen om ze te activeren om aan te sluiten aan de coöperatie.</p>
<p>Is gedrag een wezenlijk onderdeel van het probleem?</p>	<p>Er wordt door jongeren niet actief onderzoek gedaan (wellicht onderbewust).</p> <p>De jongeren hebben geen open houding richting duurzame energie en nemen geen initiatief om er meer over te leren.</p>

Probleemgedrag en doelgroep

Wanneer is vastgesteld dat er sprake is van een gedragsprobleem moet worden bepaald op welke specifieke gedragingen (die het probleem veroorzaken) ingezet wordt. Hierbij moet concreet worden gemaakt wat het probleemgedrag precies is, wie het gedrag vertoont, wanneer en in welke context. Voor het zoeken naar een oplossing is het cruciaal om een helder beeld van de huidige situatie te krijgen en welke gedragingen het probleem veroorzaken. Een zorgvuldige identificatie van de specifieke probleemgedragingen vergroot de potentiële impact van de gedragsinterventie. Enerzijds, omdat het probleem alleen opgelost wordt als het juiste probleemgedrag aangepakt wordt en anderzijds omdat elke gedraging zijn eigen 'psychologische veranderconstitutie' heeft en het voor de juiste aanpak dus heel belangrijk is deze constitutie in kaart te brengen. Door tijdens het onderzoek heel specifiek in te zoomen op het relevante gedrag worden de onderliggende gedragsfactoren zichtbaar die van invloed zijn op het gedrag. De uiteindelijke interventie(s) kan vervolgens inspelen op één of meerdere van deze factoren.

Probleemgedrag	
<p>Wat is precies het probleemgedrag? <i>Geef aan wat de betrokken partijen doen dat de situatie tot een probleem maakt. Wie vertoont het probleemgedrag, wanneer en in context?</i></p> <p>(Dit in combinatie met de sterke mening en gevestigde overtuigingen van de oudere leden, leidt tot een kloof. De jongeren voelen zich minder gehoord, terwijl ouderen moeite hebben om hun manier van communiceren aan te passen aan een jonger publiek)</p>	<p>Het probleemgedrag is dat jongeren zich niet actief bezighouden met duurzame energie. Ze tonen weinig interesse in het onderwerp, zoeken er weinig informatie over op en nemen zelden deel aan initiatieven zoals energiecoöperaties of duurzame projecten.</p> <p>Het komt simpel gezegd niet binnen wanneer er een keer een moment is als dit onderwerp voorbijkomt. Hierdoor blijft hun betrokkenheid bij de energietransitie beperkt.</p>
<p>Wat zijn mogelijke oorzaken van dit probleemgedrag? Hoe komt het probleemgedrag tot stand?</p>	<p>De jongeren houden hun aandacht er niet bij wanneer er technische termen of formele taal wordt gebruikt.</p> <p>Qua duurzaamheid zijn vaak de voorlopers toch de "geitenwollen sokken" types, het zijn mensen die duurzaamheid al als een soort van levensmotto hebben. Voor jongeren kan dit voorkomen als niet hip of bijdetijds.</p> <p>De betrokken partijen hebben weinig ervaring met het bereiken van de jongeren, ze zijn vaak zelf erg enthousiast maar weten dit amper over te brengen aan de doelgroep.</p> <p>De jongeren zien er geen voordelen in, waarom zouden zij zich aansluiten bij een coöperatie? Het "voort wat hoort wat" ligt bij jongeren hoger dan bij de niet jongeren, waarom zouden zij het tijd en geld erin steken?</p> <p>Jongeren (vooral studenten) betalen vaak hun energie nog niet zelf. Je hebt hier dan niet mee te maken, en denkt hier dan ook niet echt over na. Het is niet op de state of mind.</p>

	<p>Als je bent opgegroeid in een meer "klassiek" gezin, is er vaak vanuit de ouders niet veel overgedragen over duurzame energie. Veel van deze jongeren zullen gewoon kiezen voor de goedkoopste energieleverancier, in plaats van duurzamere keuzes maken. Dit zit simpel gezegd (nog) niet in hun systeem.</p> <p>Jongeren zonder een vaste woon- of werklocatie voelen zich minder gebonden om zich bij een coöperatie aan te sluiten. Ze leven tijdelijk, hebben weinig vaste lasten en ervaren deelname aan langdurige initiatieven als minder relevant.</p>
--	--

Doelgroep	
Wie voert het probleemgedrag uit?	De jongeren (zie de doelgroep).
Wordt het gedrag uitgevoerd door een diverse groep mensen of hebben zij iets gemeen?	<p>Aangezien het bereik erg groot is verdelen we dit onder 2 delen.</p> <p>1. Jong-volwassenen (18-25)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Studeren - Niet zoveel geld om te investeren - Vaak geen eigen huis en niet bevoegd om beslissingen te maken over energie gebruik. <p>2. Volwassenen (26-35)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Werken al - Meer geld om te investeren - Meer interesse in duurzame energie, ze hebben te maken met energiecontracten. <p>(Maak in een later stadium een duidelijk onderscheid tussen gewoontes en de huidige situatie)</p> <p>Er zitten dus wel duidelijke verschillen tussen de twee groepen. Ze hebben vaak andere levensstijlen en dragen soms wel of niet de verantwoordelijkheden mee om de keuze te kunnen maken voor duurzame energie.</p> <p>Ook zitten er overeenkomsten tussen de groepen, overkoepelende problemen, zoals het niet genoeg geïnformeerd of geïnteresseerd zijn om zich aan te sluiten bij een coöperatie.</p> <p>Tot slot moeten beide eerst lid worden om daadwerkelijk stroom af te nemen</p>
Wat zijn karakteristieken van de doelgroep?	Ze wonen in de regio Utrecht, moeilijker te bereiken, alle opleidingsniveaus, hebben al enige interesse in duurzaamheid.
Zijn er nog andere partijen betrokken? Zo ja, wat is hun rol?	Ouders/voogd van jong-volwassenen Gemeentes/Provincie.

Doelgedrag

Wanneer duidelijk is wat het probleemgedrag is, is het van belang het doelgedrag te definiëren. Met het doelgedrag wordt het gewenste gedrag bedoeld wat de doelgroep moet vertonen om het probleem op te lossen. Bij het definiëren van het doelgedrag gaat het erom dat helder en concreet wordt beschreven wie welk gedrag waar en wanneer moet vertonen.

Het doelgedrag draagt bij aan de oplossing van het probleem. Het is van belang om hier een scherp beeld van te hebben. Bij het *probleemgedrag identificeren* ging het over het adequaat herkennen van het gedrag dat het probleem veroorzaakt. Bij het *doelgedrag definiëren* wordt, samen met de opdrachtgever, overeengekomen welk concreet gedrag het probleem gaat oplossen. Door het gewenste doelgedrag helder te hebben is er een duidelijk doel en is de scope van het onderzoek helder.

Doelgedrag	
<p>Wat is het gewenste doelgedrag?</p> <p><i>Probeer het gedrag zo concreet mogelijk te beschrijven. Beschrijf daarnaast het gedrag altijd positief.</i></p> <p>Er moet een connectie ontstaan tussen de jongeren en ouderen, dit versterkt het gemeenschapsgevoel.</p>	<p>Het doelgedrag is dat jongeren zich actief gaan inzetten voor duurzame energie door zich aan te sluiten bij een energiecoöperatie. Ze verdiepen zich in het belang van duurzame energie, tonen interesse in lokale initiatieven en nemen actief deel aan projecten die bijdragen aan de energietransitie.</p> <p>Hierbij wordt bedoeld dat ze het bespreekbaar maken onder andere, dat de voordelen duidelijk zijn en hier een klein beetje geld/tijd in willen stoppen.</p>
<p>Wie voert het doelgedrag uit?</p>	<p>De jongeren.</p>
<p>Waar voert de doelgroep het doelgedrag uit?</p>	<p>Moet uiteindelijk (on)bewust deel van hun leven worden, routine starten thuis, op school, op werk, op sport.</p> <p>Zich aansluiten bij een politieke partij, lid worden van een studievereniging en deelnemen aan een lokale energiecoöperatie.</p> <p>Het er met bekende over hebben en zich positief uitlaten tegen duurzame energie.</p>
<p>Wanneer voert de doelgroep het doelgedrag uit?</p> <p>De samenwerking tussen alle generaties, zal zorgen voor bewustwording in continuïteit en de overdracht die zal moeten plaatsvinden.</p> <p>Bovendien gaat het naast lidmaatschap ook heel erg om betrokkenheid. Het moet duidelijk worden wat er voor hen in zit, zo wel voor in de toekomst.</p>	<p>De doelgroep voert het doelgedrag uit wanneer zij voldoende bewustzijn en kennis hebben over duurzame energie en de voordelen van deelname aan een energiecoöperatie begrijpen.</p> <p>Dit gebeurt bijvoorbeeld wanneer zij via school, sociale media of lokale projecten in aanraking komen met inspirerende voorbeelden of duidelijke informatie over wat hun bijdrage kan opleveren.</p>

2.2 In kaart brengen

In deze fase worden de verschillende factoren ontdekt die het gedrag beïnvloeden, de gedragsfactoren. Om dit te onderbouwen is een literatuuronderzoek uitgevoerd, aangevuld met interviews met de doelgroep om de lokale situatie te schetsen.

Op basis van vijftien wetenschappelijke artikelen bieden de onderstaande bronnen de belangrijkste inzichten. De onderste referentie en het bijbehorende inzicht zijn daarbij extra van belang. Aangezien deze een geslaagd voorbeeld (jongerenparticipatie voor energiecoöperaties) betreft van een organisatie met dezelfde doelstelling.

Daarnaast zijn twaalf jongeren uitgebreid geïnterviewd, waarvan de resultaten hieronder worden beschreven.

De interne en externe analyse geven samen inzicht in de huidige positie van de energiecoöperaties. Door duidelijk in kaart te brengen waar de coöperaties sterk in zijn, wordt het mogelijk om gericht in te spelen op de belangrijkste risico's en aandachtspunten. Op basis van deze inzichten kan in een later stadium een passende strategie worden ontwikkeld. Voor deze analyse is gebruikgemaakt van de DESTEP-methode, waarvan de resultaten overzichtelijk zijn geplaatst in een SWOT-analyse.

Op basis van deze analyses is een longlist van de meest relevante voorlopige gedragsfactoren vastgesteld. Alle gevonden gedragsfactoren zijn verdeeld in de onderdelen van het COM-B model.

2.2.1 Field research

Gespreksgids

Centrale onderzoeksvraag: Hoe kunnen we de jongerenparticipatie in energiecoöperaties verhogen?

Introductie onderzoek:

- *“Voordat we beginnen aan het interview zal ik nog een keer het doel van het onderzoek uitleggen en kort kennismaken.”*
- *“Mag ik ons gesprek opnemen, zodat ik het later kan uitwerken zonder dat ik iets mis?”*
- *“Ik ben (naam/leeftijd/woonplaats/studie) en heb gekozen voor de minor (Marketing and Sustainable Behaviour) omdat (argumenten).”*
- *“We werken in opdracht van 4 verschillende energiecoöperaties in regio Utrecht.”*
- *“Wij willen onderzoeken hoe je de jongerenparticipatie in energiecoöperaties verhoogt. De manier waarop jongeren graag lid en betrokken zouden willen worden. De energiecoöperaties bestaan nu namelijk uit vrijwillige ouderen. Jongeren zullen het later overnemen, brengen nieuwe inzichten en kunnen een kleine financiële bijdrage geven.”*
- *“We zijn heel benieuwd naar jouw mening, ervaringen en ideeën hierover. Weet dat er geen gewenst antwoord gegeven moet worden, er bestaan geen goede of foute antwoorden.”*
- *“Zou je iets over jezelf willen vertellen (naam/leeftijd/opleiding/werk/hobby's)?”*

<ul style="list-style-type: none"> • “Dan kunnen we van start, alles wat je zegt blijft anoniem.” 		
Deelvraag 1: Heb jongeren wel eens eerdere ervaringen gehad met energiecoöperaties?		
Onderwerp	Kernvraag	Doorvraag
Bekendheid	<i>Kun je me iets vertellen over wat je kent van energiecoöperaties?</i>	<i>Welke onderwerpen of vragen komen bij je op?</i>
	<i>Wat zou een energiecoöperatie in de toekomst voor jou kunnen betekenen?</i>	<i>Waarom denk je dat dat belangrijk voor jou zou zijn?</i>
Uitleg betekenis energiecoöperatie: <ul style="list-style-type: none"> • “Ik zal nu uitleggen (aanvullen wat je al weet over) wat een energiecoöperatie precies is.” • “Een energiecoöperatie is een samenwerkingsverband tussen inwoners die gezamenlijk duurzame energieprojecten opzetten, zoals zonnepanelen en windmolens, om voordelen te behalen die ze alleen minder snel zouden hebben. Leden investeren, beslissen mee en profiteren van de opgewekte energie. Met als doel duurzaamheid en lokale betrokkenheid te bevorderen.” 		
Duurzaamheid	<i>Hoe betrokken of geïnformeerd ben jij op het gebied van duurzame energie?</i>	<i>Kun je daar een voorbeeld van geven?</i>
	<i>Wat is jouw rol bij de keuze voor de energie thuis?</i>	<i>Wat denk je dat belangrijk is om naar te kijken bij het maken van deze keuze?</i>
Deelvraag 2: Wat vinden jongeren belangrijk als het gaat om duurzaamheid en lokale initiatieven?		
Onderwerp	Kernvraag	Doorvraag
Motivatie	<i>Hoe belangrijk is duurzaamheid in jouw dagelijks leven?</i>	<i>Wat doe je al op dit vlak en wat zou je eventueel nog willen doen?</i>
	<i>Wat zou jou aanzetten om bij te dragen aan duurzaamheid?</i>	<i>Welke aspecten of thema's vind je belangrijk op het gebied van duurzaamheid.</i>
Lokale betrokkenheid	<i>Wat weet je van lokale initiatieven in jouw wijk of buurt?</i>	<i>Hoe zou je betrokken kunnen zijn en waarom zou je dat doen?</i>
	<i>Wat doe je zelf om hieraan bij te dragen?</i>	<i>Wat zou je kunnen helpen om hier meer aan bij te dragen?</i>
Deelvraag 3: Welke drempels ervaren jongeren om mee te doen of lid te worden van een energiecoöperatie?		

Onderwerp	Kernvraag	Doorvraag
Praktische belemmeringen	<i>Welke praktische redenen maken het voor jou lastig om deel te nemen aan een energiecoöperatie?</i>	<i>Heb je de tijd gehad om je te verdiepen in dit onderwerp en hoe ging het vinden van informatie?</i>
	<i>Welke financiële aspecten spelen voor jou een rol als je lid of betrokken wilt worden?</i>	<i>Onder welke omstandigheden zou dit geen probleem voor je vormen?</i>
Sociale aspecten	<i>Op welke manier speelt je omgeving en kennissenkring een rol bij je beslissing?</i>	<i>Zijn er mensen om je heen actief bij een energiecoöperatie en zou het anders voelen als zij meedoen?</i>
	<i>Hoe beïnvloeden jouw beeld en eventuele vooroordelen over een energiecoöperatie je deelname?</i>	<i>Verwacht je je gehoord en verbonden te voelen met een energiecoöperatie?</i>
Deelvraag 4: Op welke manier zouden jongeren graag betrokken willen zijn en er profijt van hebben?		
Onderwerp	Kernvraag	Doorvraag
Lidmaatschap	<i>Wat denk jij dat een energiecoöperatie verwacht van de leden?</i>	<i>Zou je liever actiever willen meebeslissen of eerder alleen financieel bijdragen en waarom?</i>
	<i>Hoe zou je het vinden om in een groep met leeftijdsgenoten te zitten, vergeleken met een meer diverse groep?</i>	<i>Maakt het, bij het betrokken willen zijn, uit of het een jongerencoöperatie of een 'algemene' coöperatie is?</i>
What's in it for me	<i>Is er iets waardoor je vrijwillig zou willen meedoen en welke compensatie of ondersteuning verwacht je?</i>	<i>Wat zou jij nodig hebben om je aan te sluiten bij een energiecoöperatie?</i>
	<i>Wat maakt het voor jou aantrekkelijk om mee te doen?</i>	<i>Hoe zouden energiecoöperaties jou op de lange termijn lid kunnen houden?</i>
Deelvraag 5: Hoe kunnen energiecoöperaties jongeren bereiken?		
Onderwerp	Kernvraag	Doorvraag

Content (De manier waarop de boodschap wordt ontvangen)	<i>Aan welke content (ook wel communicatiemiddelen) heb je behoefte als een energiecoöperatie je wil informeren en bereiken?</i>	<i>Wat zijn de aspecten die je aanspreken in deze methode?</i>
	<i>Wat voor inhoud zou de content van een energiecoöperatie moeten bevatten volgens jou?</i>	<i>Zijn er bepaalde aspecten, qua tekst of beeld, die voor jou belangrijk zijn om iets te willen bekijken?</i>
(Sociale) Media	<i>Van welke (sociale) media maak je op dit moment regelmatig gebruik van?</i>	<i>Voor welke redenen maak je gebruik van deze (sociale) media?</i>
	<i>Via welke kanalen zou je het liefst geïnformeerd of benaderd willen worden door een energiecoöperatie?</i>	<i>Waarom denk je dat deze kanalen jou wel zouden kunnen bereiken?</i>
Afsluiting onderzoek:		
<ul style="list-style-type: none"> • “Dat waren de vragen, wil je nog iets kwijt wat niet ter sprake is gekomen?” • “Bedankt voor de moeite en je tijd.” 		

Conclusies interviews

De complete interviews zijn te lezen in de bijlage.

- Jongeren hebben geen tot zeer beperkte kennis van energiecoöperaties.
- Jongeren koppelen het mogelijke belang van energiecoöperaties vooral aan toekomstige persoonlijke voordelen (voordelige prijs, eigen woning), niet aan duurzaamheid of betrokkenheid.
- Jongeren zijn wel enigszins bewust van energieverbruik, maar niet actief betrokken bij duurzame energieprojecten.
- Jongeren hebben geen beslissende rol in energiekeuzes en richten zich vooral op kostenbesparing in plaats van duurzaamheid.
 - Jongeren vinden duurzaamheid belangrijk, maar hun betrokkenheid blijft oppervlakkig en wisselend door praktische belemmeringen.
 - Jongeren dragen vooral bij door individuele, kleinschalige gedragingen en niet via grotere initiatieven of gezamenlijke acties.
 - Jongeren worden vooral gemotiveerd door zichtbare resultaten, sociale betrokkenheid en praktische haalbaarheid.
 - Jongeren zijn niet op de hoogte van lokale duurzaamheidsinitiatieven en nemen er niet aan deel, vooral door gebrek aan informatie en toegankelijkheid.
- Jongeren ervaren tijdgebrek en lage prioriteit als belangrijke drempels om zich te verdiepen of deel te nemen aan een energiecoöperatie.
- Een gebrek aan toegankelijke en begrijpelijke informatie vormt een duidelijke barrière voor deelname.
- Financiële onzekerheid en beperkte middelen maken jongeren voorzichtig; deelname is pas aantrekkelijk als het laagdrempelig en transparant is.
- Gebrek aan sociale voorbeelden en leeftijdsgenoten beperkt de kans dat jongeren deelnemen; sociale invloed speelt een belangrijke motiverende rol.

- Een negatief of afstandelijk beeld van energiecoöperaties zorgt ervoor dat jongeren zich niet aangesproken of betrokken voelen.
- Jongeren willen laagdrempelige en niet-verplichte betrokkenheid, vooral via kleine financiële bijdragen of eenmalige inbrengmomenten in plaats van structurele deelname.
- Jongeren willen het liefst met andere jongeren samenwerken binnen een coöperatie, of in elk geval niet de enige jongeren zijn. De sociale sfeer en gelijkwaardige communicatie zijn bepalend.
- Vrijwillige inzet komt alleen tot stand als er duidelijke structuur, flexibiliteit en (toch eventuele financiële) waardering aanwezig is.
- Jongeren willen dat deelname persoonlijke voordelen en voldoening oplevert. Het moet leuk, zinvol en zichtbaar effectief zijn.
- Voor duurzame betrokkenheid zijn sociale verbinding, positieve ervaring en duidelijke meerwaarde voor de jongeren cruciaal.
- Jongeren willen dat communicatie visueel kort, modern en contextgericht is. Tekstuele of formele middelen werken nauwelijks.
- Jongeren willen echte herkenbare verhalen zien die laten zien wat deelname precies oplevert en dat het makkelijk uitvoerbaar is.
- De meest effectieve kanalen om jongeren te bereiken zijn Instagram en Tiktok, eventueel aangevuld met YouTube of LinkedIn voor context of verdieping.
- De toon en stijl moeten persoonlijk, echt en informeel zijn. Niet te serieus, maar ook niet te kinderachtig.
- Jongeren moeten binnen hun eigen leefwereld en via bestaande kanalen bereikt worden, met duidelijk nut of voordeel voor hen.

2.2.2 Desk research

Literatuuronderzoek

Bronnen van opdrachtgever

1. https://energievanutrecht.nl/wp-content/uploads/2025/04/Rapport-onderzoek-jongerenparticipatie_mrt25.pdf
2. Microsoft PowerPoint - 250915 DKVS_evaluatie jongeren_students HU -> Campagne De Kracht van Samen: Maak energiecoöperaties bekender en beminder
3. Verslag crowdfunding Rijn Energie -> Groei leden en investeerders Rijn Energie analyse 05112024 (1).pdf
4. https://energievanutrecht.nl/wp-content/uploads/2025/04/Rapport-onderzoek-jongerenparticipatie_mrt25.pdf

Wetenschappelijke rapporten

5. 'Helping People Make Better Choices': Exploring the behaviour change agenda for environmental sustainability
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0143622810001724>

Het artikel van Barr (2011) onderzoekt hoe pogingen tot gedragsverandering voor milieuduurzaamheid vaak te veel gericht zijn op het individu en te weinig rekening houden met sociale context, routines, infrastructuur en institutionele factoren. Barr stelt dat effectief duurzaam gedrag vraagt om een geïntegreerde aanpak waarin zowel individuen gemotiveerd worden als de omgeving en structuren zodanig worden ingericht dat deelname aan duurzame initiatieven, zoals energiecoöperaties, mogelijk en aantrekkelijk wordt gemaakt. Jongeren worden daarbij niet alleen door informatie of bewustwording gemotiveerd; hun betrokkenheid

wordt versterkt wanneer zij ondersteund worden door peers, zich onderdeel voelen van een gemeenschap en deelname praktisch toegankelijk is. Effectieve strategieën spelen daarom zowel in op persoonlijke motivatie als op de sociale en structurele omstandigheden die deelname vergemakkelijken.

6. Understanding the human dimensions of a sustainable energy transition

<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2015.00805/full>

Het artikel van Steg, Perlaviciute en van der Werff (2015) onderzoekt de psychologische factoren achter duurzaam energiegedrag en hoe mensen gemotiveerd kunnen worden om deel te nemen aan energietransities. Het benadrukt dat kennis alleen vaak onvoldoende is; motivatie wordt beïnvloed door persoonlijke waarden, emoties, de perceptie van kosten en baten, sociale normen en de context waarin keuzes gemaakt worden. Ook acceptatie van beleidsmaatregelen en veranderingen in energiesystemen speelt een belangrijke rol: mensen zijn eerder bereid mee te doen als ze de maatregelen rechtvaardig en voordelig vinden. Voor jongeren betekent dit dat deelname aan energiecoöperaties het meest effectief wordt gestimuleerd wanneer voordelen duidelijk zijn, deelname eenvoudig en toegankelijk is, sociale steun aanwezig is en de coöperatie aansluit bij hun waarden en verwachtingen. Interventies die zowel individuele motivatie als sociale en contextuele factoren combineren, hebben daarom de grootste kans op succes.

7. Behaviour Change and Energy Use

<https://fairsnape.com/wp-content/uploads/2011/07/behaviour-change-and-energy-use.pdf>

Het rapport *Behaviour Change and Energy Use* (Behavioural Insights Team, 2011) onderzoekt hoe psychologische en sociale factoren van invloed zijn op energiegedrag en hoe gedragsverandering kan worden gestimuleerd. Het laat zien dat mensen niet alleen door kennis worden gemotiveerd, maar ook door sociale normen, vergelijkingen met leeftijdsgenoten, standaardinstellingen en het gevoel van collectieve verantwoordelijkheid. Voor jongeren betekent dit dat deelname aan energiecoöperaties wordt vergemakkelijkt wanneer ze zien dat hun leeftijdsgenoten betrokken zijn, wanneer deelname eenvoudig en standaard mogelijk is en wanneer ze een gevoel van gezamenlijke verantwoordelijkheid ervaren binnen hun gemeenschap. Het rapport benadrukt daarmee dat succesvolle strategieën zowel persoonlijke motivatie als sociale en contextuele factoren moeten combineren.

8. Succesfactoren voor lokale duurzame energie-initiatieven

<https://publications.tno.nl/publication/34606519/996ysl/TNO-2013-R11720.pdf>

Het rapport "*Succesfactoren voor lokale duurzame energie-initiatieven*" (Attema & Rijken, 2013) onderzoekt vier Nederlandse burgerinitiatieven op het gebied van duurzame energie: Energiecoöperatie Coevorden, Eemstroom (Amersfoort), Duurzaam Hoonhorst en Energie-initiatief Wilhelminapark Zeist. Uit de analyse van deze cases zijn 30 succesfactoren gedestilleerd die bepalend zijn voor het slagen van lokale energiecoöperaties.

Een belangrijke bevinding is dat de initiatiefnemer sterke persoonlijke drijfveren heeft, relevante kennis en vaardigheden bezit, een sterke realisatie- en ondernemingsdrang toont en lokaal gebonden is. Daarnaast blijkt dat het ontwikkelen van een aansprekende toekomstvisie, het afstemmen van doelstellingen en aanpak op de doelgroep, het realiseren van toegang tot benodigde financiële middelen en het ontwikkelen van een gezonde value case cruciaal zijn voor het succes van het initiatief. Ook het maken van gebruik van externe triggers die focus en momentum kunnen geven aan het initiatief, het communiceren op een langjarige en brede

manier, het zorgen voor een persoonlijke relevante 'verpakkingwijze' van de boodschap en het creëren van een gezellige en leuke sfeer zijn belangrijke succesfactoren.

Voor jongeren betekent dit dat deelname aan energiecoöperaties wordt vergemakkelijkt wanneer ze zich aangesproken voelen door een duidelijke en aantrekkelijke visie, wanneer de voordelen voor hen persoonlijk relevant zijn gepresenteerd, wanneer de drempel om deel te nemen laag is en wanneer ze zich onderdeel voelen van een gemeenschap die samenwerkt aan een gemeenschappelijk doel. Het creëren van een positieve en inclusieve sfeer, het bieden van praktische en toegankelijke informatie en het benadrukken van de sociale en lokale voordelen kunnen jongeren effectief motiveren om deel te nemen aan energiecoöperaties.

9. Competenties voor duurzame gedragsverandering

https://research.ou.nl/ws/portalfiles/portal/23079837/2020Lokaal06_Competenties_voor_duurzame_gedragsverandering_Vandenbussche_Perez_Venn.pdf https://research.ou.nl/ws/portalfiles/portal/23079837/2020Lokaal06_Competenties_voor_duurzame_gedragsverandering_Vandenbussche_Perez_Venn.pdf

Het artikel "*Competenties voor duurzame gedragsverandering*" van Vandenbussche, Pérez en Venn (2020) onderzoekt welke kennis, vaardigheden en houding nodig zijn om duurzame gedragsverandering effectief te ondersteunen. Het laat zien dat het niet volstaat om mensen alleen informatie te geven; professionals moeten ook in staat zijn om samen te werken met verschillende stakeholders, te communiceren op een manier die aanspreekt, en jongeren te inspireren en te betrekken bij duurzame initiatieven. Daarnaast benadrukt het artikel het belang van reflectie, flexibiliteit en het kunnen omgaan met complexe situaties, bijvoorbeeld door barrières te herkennen en strategieën aan te passen aan de context. Voor jongerenparticipatie in energiecoöperaties betekent dit dat betrokkenheid toeneemt wanneer jongeren niet alleen geïnformeerd worden, maar ook actief begeleid en ondersteund worden, wanneer er ruimte is voor eigen initiatief en wanneer participatie aansluit bij hun waarden en sociale omgeving. Het artikel toont daarmee aan dat effectieve gedragsinterventies een combinatie van persoonlijke motivatie, sociale ondersteuning en competent georganiseerde begeleiding vereisen.

10. 'Kijk, een krant is leuk, maar daar zitten jongeren helemaal niet op te wachten' Het bereiken van jongeren met campagnematerialen

<https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/7173/Scriptie.pdf?sequence=1> <https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/7173/Scriptie.pdf?sequence=1>

De scriptie onderzoekt hoe politieke jongerenpartijen communiceren met jongeren via gedrukt campagnemateriaal. Het onderzoek bestond uit drie onderdelen: een analyse van 111 verschillende materialen zoals flyers, folders en gadgets, interviews met campagnemakers, en een enquête onder 169 hoger opgeleide jongeren. Hieruit bleek dat jongeren vooral serieus genomen willen worden en dat het materiaal verzorgd en overzichtelijk moet zijn. De effectiviteit van het materiaal ligt vooral in het vergroten van de zichtbaarheid van de partij, niet in het overbrengen van diepgaande informatie; jongeren zoeken feitelijke informatie liever zelf online. Campagnemakers waren zich bewust van de toenemende rol van internet, en jongeren blijken te reageren op materiaal dat hen ondersteunt in hun stap naar online informatie. Voor onderzoek naar energiecoöperaties betekent dit dat jongeren eerder betrokken raken wanneer communicatie kort, visueel aantrekkelijk en overzichtelijk is, en wanneer offline materiaal hen effectief doorverwijst naar online bronnen voor meer inhoudelijke informatie. Zo kan gedrukt materiaal een ondersteunende rol spelen in het motiveren van jongeren, vooral in combinatie met digitale middelen en sociale context.

11. Jongeren over de mogelijkheden van sociale media voor de werving en binding van jongeren aan groepsparticipatieprojecten

<https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/10942> <https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/10942>

Het onderzoek richtte zich op de mogelijkheden van sociale media, vooral Facebook, om jongeren te werven en te binden aan groepsparticipatieprojecten. Negentien jongeren tussen 13 en 25 jaar die deelnamen aan projecten van Stichting Alexander werden geïnterviewd. Uit de resultaten bleek dat jongeren een persoonlijke benadering het prettigst vinden, maar dat sociale media een belangrijk aanvullend middel vormen vanwege het grote bereik en de snelle communicatie. Facebook kan jongeren motiveren door informele, aantrekkelijke uitnodigingen te sturen, succesverhalen te delen via foto's en filmpjes, en de mogelijkheid te bieden vrienden uit te nodigen en ervaringen uit te wisselen. Dit beïnvloedt zowel hun attitude, de subjectieve norm (druk van anderen) als de waargenomen gedragscontrole (vertrouwen in eigen capaciteiten). Sociale media kunnen ook helpen jongeren betrokken te houden bij een project, bijvoorbeeld bij verhuizing of stage in het buitenland. Wel bleek dat veel jongeren oorspronkelijk deelnamen omdat het verplicht was voor hun stage, waardoor intrinsieke motivatie soms beperkt was. Voor energiecoöperaties betekent dit dat sociale media effectief kunnen worden ingezet om jongeren te bereiken en te binden, mits de communicatie aantrekkelijk, duidelijk en sociaal ondersteunend is, en hen voldoende keuzevrijheid biedt om intrinsiek gemotiveerd deel te nemen.

12. The Ways of Using Social Media for Health Promotion Among Adolescents: Qualitative Interview and Focus Group Study

https://preprints.jmir.org/preprint/71510?_hstc=102212634.905ff13f4aef7d60b5032279478aa1b8.1758638785088.1758638785088.1758638785088.1&_hssc=102212634.1.1758638785089&_hsfp=103893104 https://preprints.jmir.org/preprint/71510?_hstc=102212634.905ff13f4aef7d60b5032279478aa1b8.1758638785088.1758638785088.1758638785088.1&_hssc=102212634.1.1758638785089&_hsfp=103893104

Het onderzoek van Zimmermann et al. richt zich op hoe Instagram effectief kan worden ingezet voor gezondheids promotie onder adolescenten. Door te onderzoeken wat jongeren zelf motiveren, welke voorkeuren ze hebben en welke obstakels zij ervaren, biedt de studie waardevolle inzichten voor digitale interventies. Vooral interactieve functies van Instagram, zoals quizzes, polls en Stories, blijken de betrokkenheid en gedragsverandering bij jongeren te versterken. De studie benadrukt het belang van eenvoud, culturele sensitiviteit en privacybescherming, en laat zien dat traditionele aannames over live sessies minder effectief kunnen zijn voor deze doelgroep. Voor jongerenparticipatie en -motivatie betekent dit dat digitale platforms zoals Instagram een krachtige aanvulling kunnen zijn: wanneer communicatie aantrekkelijk, interactief en aangepast aan de voorkeuren van jongeren is, kan dit hun betrokkenheid en deelname aanzienlijk vergroten. Deze inzichten kunnen worden toegepast bij energiecoöperaties om jongeren via sociale media te bereiken, te informeren en langdurig te betrekken bij duurzame initiatieven.

13. Does environmental education benefit environmental outcomes in children and adolescents? A meta-analysis

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272494422000275?via%3Dihub> <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0272494422000275?via%3Dihub>

Het artikel onderzoekt de effecten van milieueducatie op studenten, met focus op hun kennis, houdingen, intenties en gedrag met betrekking tot duurzaamheid. De studie laat zien dat

educatie effectief kan bijdragen aan verbeterd milieubewustzijn en duurzaam gedrag. Dit benadrukt dat jongeren, wanneer ze goed geïnformeerd en bewust worden gemaakt van een onderwerp, eerder geneigd zijn actief deel te nemen aan initiatieven en hun gedrag aan te passen. Voor energiecoöperaties betekent dit dat educatieve elementen, bijvoorbeeld via workshops, campagnes of digitale platforms, jongeren kunnen motiveren om betrokken te raken en actief deel te nemen aan duurzame projecten. Door educatie te combineren met interactieve en sociale media-elementen kan de effectiviteit van jongerenparticipatie verder worden vergroot.

14. Beyond costs: Mapping Norwegian youth preferences for a more inclusive energy transition
https://arxiv.org/abs/2502.19974?utm_ <https://arxiv.org/abs/2502.19974?utm>

Het onderzoek "*Beyond costs: Mapping Norwegian youth preferences for a more inclusive energy transition*" richt zich op de voorkeuren van Noorse jongeren van 15–16 jaar ten aanzien van een sociaal rechtvaardige energietransitie. Door middel van educatieve workshops en vragenlijsten werden hun houdingen en keuzes in kaart gebracht met betrekking tot verschillende energiebronnen. Uit de resultaten bleek dat een meerderheid van de jongeren offshore windenergie prefereert, al dan niet gecombineerd met zonne-energie, terwijl landgebonden windturbines in landbouw-, bos- en woongebieden op tegenstand stuiten. Er waren bovendien duidelijke regionale verschillen: zonne-installaties werden vooral in het zuiden en zuidoosten van Noorwegen gewaardeerd, terwijl windparken vaker voor het centrale en noordelijke deel van het land werden voorgesteld. Jongeren hechten sterk aan energieonafhankelijkheid en biodiversiteit, en gaven prioriteit aan het verminderen van emissies boven het minimaliseren van elektriciteitskosten, wat een opvallend contrast vormt met traditionele energiesysteemmodellen. Deze bevindingen benadrukken dat jongeren duidelijke, goed doordachte voorkeuren hebben en dat hun perspectieven cruciaal zijn bij beleidsvorming en planning van een inclusieve energietransitie. Voor onderzoek naar energiecoöperaties betekent dit dat jongeren actief betrokken willen worden bij beslissingen, dat hun waarden en voorkeuren serieus genomen moeten worden, en dat communicatie en participatie strategieën hierop moeten aansluiten om hun motivatie en betrokkenheid te vergroten

15. Serious Gaming as a Means to Change Adolescents Attitudes Towards Saving Energy: Preliminary Results from the EnerCities Case
<https://research.utwente.nl/en/publications/serious-gaming-as-a-means-to-change-adolescents-attitudes-towards?utm> <https://research.utwente.nl/en/publications/serious-gaming-as-a-means-to-change-adolescents-attitudes-towards?utm>

Het onderzoek van de Universiteit Twente richt zich op het gebruik van serious gaming om de houding van jongeren ten opzichte van energiebesparing te beïnvloeden. In het *EnerCities*-project worden jongeren actief betrokken bij het maken van strategische keuzes over energieverbruik, waardoor ze spelenderwijs inzicht krijgen in de gevolgen van hun beslissingen. Dit proces bevordert niet alleen bewustzijn, maar ook intrinsieke motivatie, doordat jongeren zien hoe hun acties direct effect hebben binnen het spel en daarmee een realistische simulatie van duurzame keuzes ervaren. De studie laat zien dat interactiviteit, feedback en de mogelijkheid om te experimenteren cruciale factoren zijn voor het succes van digitale interventies. Voor energiecoöperaties betekent dit dat serious games niet alleen kunnen informeren, maar ook jongeren op een betrokken en actieve manier kunnen laten deelnemen, waardoor ze verantwoordelijkheid en eigenaarschap ervaren over duurzame keuzes. Door zulke interactieve en spelvormige benaderingen te combineren met sociale elementen, zoals competitie of samenwerking met peers, kan de motivatie en langdurige betrokkenheid van jongeren aanzienlijk worden vergroot.

Interne en externe analyse

Externe analyse

DESTEP-Methode

Demografisch

De vier energiecoöperaties; Rijne Energie, Lek en IJsselstroom, EWEC en Duurzame Vecht zijn actief binnen de provincie Utrecht. Een opvallend demografisch kenmerk is dat de huidige leden en vrijwilligers van deze coöperaties sterk vergrijzen. Het merendeel van de (actieve) achterban bestaat uit oudere inwoners die zich al langere tijd met veel passie inzetten voor de energietransitie in hun eigen regio.

Deze vergrijzing brengt risico's met zich mee. De continuïteit van de coöperaties kan op termijn in gevaar komen als er onvoldoende opvolging is vanuit jongere generaties. Het betekent ook dat er een toenemende druk komt te liggen op een relatief kleine groep betrokkenen. Binnen de provincie Utrecht, waar de bevolking als geheel juist blijft groeien, is dit een opvallend contrast: terwijl de provincie demografisch toeneemt, neemt de actieve kern van de coöperaties langzaam af in vitaliteit en beschikbare capaciteit.

Het vormt daarmee een belangrijke uitdaging voor de toekomst van de coöperaties. De afhankelijkheid van een vergrijzende achterban maakt het noodzakelijk om na te denken over manieren om nieuwe leden te werven en de betrokkenheid van inwoners in duurzaamheid te verbreden.

Economisch

De vier energiecoöperaties opereren in de provincie Utrecht, een regio die economisch sterk is en waarin de vraag naar energie groot blijft. Dit geeft kansen voor het ontwikkelen van lokale duurzame energieprojecten, omdat er een duidelijke vraag naar is.

Een belangrijke economische uitdaging is dat veel projecten afhankelijk zijn van subsidies en stimuleringsregelingen vanuit de overheid, zoals de SDE++ en de Subsidieregeling Coöperatieve Energieopwekking (SCE). Zonder deze financiële steun is het voor coöperaties vaak lastig om investeringen in bijvoorbeeld zonne- of windprojecten rendabel te maken. Daarnaast vormen de stijgende kosten voor materialen en aansluitingen op het elektriciteitsnet een extra druk op de financiële haalbaarheid van nieuwe projecten.

Voor de leden zelf spelen de hoge en wisselende energieprijzen een rol. Dit kan de belangstelling voor lokaal opgewekte energie vergroten en kan leiden tot meer betrokkenheid, maar het kan ook de bereidheid om te investeren beperken. Daarmee zijn de coöperaties economisch afhankelijk van zowel de financiële draagkracht van hun leden als van externe subsidies en gunstige marktontwikkelingen.

Sociaal-cultureel

In de provincie Utrecht groeit de maatschappelijke aandacht voor duurzaamheid en de energietransitie. Dit biedt kansen voor de vier energiecoöperaties, omdat inwoners steeds vaker belang hechten aan lokaal eigendom en zeggenschap over energieopwekking. Het coöperatieve model sluit goed aan bij waarden als samenwerking, gemeenschapszin en transparantie, die in veel lokale initiatieven belangrijk zijn.

Tegelijkertijd is er in de provincie ook weerstand zichtbaar tegen de ruimtelijke inpassing van projecten, zoals windturbines en grootschalige zonneparken. Hoewel veel inwoners de noodzaak van duurzame energie erkennen, bestaat er bezorgdheid over landschapsverandering, geluidsoverlast of mogelijke waardedaling van woningen. Voor coöperaties betekent dit dat zij voortdurend het gesprek met de omgeving moeten voeren om draagvlak te behouden.

Daarnaast speelt het sociale kapitaal van de coöperaties een belangrijke rol. Door hun lokale verankering weten zij inwoners te bereiken via bestaande netwerken en verenigingen. Dit vergroot de kans dat mensen zich betrokken voelen en lid worden, al blijft het een uitdaging om vrijwilligers te vinden die zich actief inzetten voor de uitvoering van projecten.

https://www.commissiener.nl/projectdocumenten/014065_3704_Inwonersonderzoek_over_het_opwekken_van_schone_energie_in_de_gemeente.pdf?

Technologisch

Voor de energiecoöperaties in de provincie Utrecht spelen technologische ontwikkelingen een belangrijke rol. De snelle verbetering van zonnepanelen en windturbines maakt het mogelijk om steeds efficiënter duurzame energie op te wekken. Ook de beschikbaarheid van kleinschalige opslagtechnieken, zoals buurtbatterijen, wordt belangrijker nu de netcapaciteit in de provincie beperkt is.

Daarnaast zorgen slimme meters en digitale platforms ervoor dat coöperaties hun leden beter kunnen informeren en energieproductie en -verbruik nauwkeuriger in de gaten kunnen. Deze technologische middelen ondersteunen de coöperatieve manier van werken, omdat leden inzicht krijgen in de prestaties van projecten en hun eigen aandeel daarin.

Een knelpunt vormt de capaciteit van het elektriciteitsnet in de provincie Utrecht. Door de snelle groei van duurzame opwek en het toenemende verbruik is er regelmatig sprake van een grote druk op het netwerk. Dit beperkt de mogelijkheden om nieuwe zonne- of windprojecten aan te sluiten en vertraagt de ontwikkeling van initiatieven van coöperaties.

Ecologisch

De provincie Utrecht staat, net als de rest van Nederland, voor de uitdaging om fors bij te dragen aan de klimaatdoelstellingen. Het terugdringen van de CO₂-uitstoot is daarbij een belangrijk uitgangspunt. Voor de vier energiecoöperaties betekent dit dat hun projecten direct inspelen op een maatschappelijke en ecologische noodzaak.

Een belangrijke factor is de beperkte ruimte in de provincie. Utrecht is dichtbevolkt en kent veel vraag om te bouwen op het landschap, zoals landbouw, woningbouw en natuur. Hierdoor is de inpassing van windturbines en zonneparken een ecologische en ruimtelijke uitdaging. Tegelijkertijd ligt er potentie bij het benutten van daken en bedrijventerreinen voor zonne-energie, waardoor het ruimtebeslag kan worden beperkt.

Daarnaast speelt biodiversiteit een rol. Bij de aanleg van zonneparken of andere projecten wordt steeds vaker gekeken naar natuurvriendelijke inrichting, bijvoorbeeld door het combineren van energieopwekking met groenvoorzieningen of ecologische versterking. Voor coöperaties kan dit een manier zijn om hun projecten beter te laten aansluiten bij de ecologische belangen in de provincie.

Politiek-juridisch

De provincie Utrecht en haar gemeenten hebben een belangrijke rol in het vormgeven van de energietransitie. In het Klimaatakkoord en de Regionale Energiestrategie (RES) Utrecht is vastgelegd hoeveel duurzame energie er in de regio moet worden opgewekt. Voor de vier energiecoöperaties betekent dit dat hun projecten aansluiten bij duidelijke beleidsdoelen en daardoor politieke steun genieten.

Tegelijkertijd is de ontwikkeling van energieprojecten sterk afhankelijk van vergunningen en regelgeving. Procedures voor ruimtelijke inpassing kunnen veel tijd kosten en leiden regelmatig tot vertraging. Ook de regels rondom netcapaciteit en aansluitingen vormen een juridische barrière, omdat coöperaties pas projecten kunnen realiseren als de netbeheerder hiervoor ruimte heeft.

Verder zijn de coöperaties afhankelijk van landelijke regelingen, zoals de SDE++ en de Subsidieregeling Coöperatieve Energieopwekking (SCE). Deze subsidies zijn essentieel om projecten financieel haalbaar te maken, maar zijn onderhevig aan wijzigingen in beleid. Veranderingen in subsidievoorwaarden of fiscale regelingen hebben daarom direct invloed op de mogelijkheden van coöperaties in Utrecht.

Interne analyse

De vier verschillende energiecoöperaties - Rijnse Energie, Lek en IJsselstroom, EigenWijkse Energie Coöperatie en Duurzame Vecht - worden samengenomen. Waar het relevant is, kan per coöperatie een nuance worden toegevoegd, zodat een vollediger beeld ontstaat. **De roodgekleurde tekst is de direct toegepaste feedback (aanvullingen) van de opdrachtgevers.**

SWOT-analyse

De huidige positie van de vier energiecoöperaties wordt in kaart gebracht. Het bepalen waar ze goed in zijn maakt het mogelijk om slim in te kunnen spelen op waar de risico's liggen. Op basis hiervan kan in een later stadium een mogelijke strategie worden ontwikkeld.

S (Strengths) – Sterke punten
<ul style="list-style-type: none">• Lokaal eigenaarschap en democratische besluitvorming. De coöperaties zijn van en voor leden/omwonende: ze kunnen meebeslissen over projecten en opbrengsten.• Maatschappelijke en ecologische doelstellingen boven financieel gewin. Er wordt niet gewerkt voor winst, maar voor een beter milieu en voordeel voor de buurt.• Sterke verbondenheid en met de lokale gemeenschap. De betrokken vrijwilligers die het initiatief steunen.• Leden kunnen financieel participeren en profiteren. Het is mogelijk geld te verdienen door rendement op investeringen of via kortingen.• Diversiteit in projecten (bijv. zon, wind, energieadvies, laadpalen, energiebesparing, etc.). Verschillende soorten projecten: trekken diverse groepen, vergroten zichtbaarheid en maatschappelijke impact.• Ruimtelijke kansen (bijv. Rijnenburg/ Reijerscop voor Rijnse Energie). Er zijn gebieden beschikbaar voor grote projecten/opwekking (Rijnse Energie, 2023).
W (Weaknesses) – Zwakke punten
<ul style="list-style-type: none">• Behoeft aan professionalisering en capaciteit. Vrijwilligersorganisatie: er is te weinig tijd en kennis/expertise ontbreekt (Lek en IJssel Stroom, 2024).• Afhankelijkheid van regelgeving en vergunningverlening (Gemeente Utrecht, n.d.). Projecten gaan traag.• Weerstand/bezwaar vanuit omwonende (bijv. zicht, geluid, slagschaduw en landschappelijke inpassing).• Beperkt kapitaal (geld/middelen) voor grotere en complexere projecten.• Schaalvergroting kan ten koste gaan van lokale identiteit en draagkracht. Groter project- en organisatieniveau kan het lastiger maken om de lokale band te behouden.
O (Opportunities) – Kansen
<ul style="list-style-type: none">• Beleidssteun vanuit gemeente, provincie (RES, regionale energiestrategie) en overheid (klimaatakkoord). De overheid en regionale afspraken bieden ondersteuning met subsidies, ruimte voor energieopwekking en het stimuleren van inwonersparticipatie.• Technologische ontwikkeling (bijv. efficiëntere zonnepanelen, grotere windmolens en betere opslag en slimme netwerken). Nieuwe techniek maakt opgewekte energie en opslag steeds beter en goedkoper• Groeiend bewustzijn over klimaat en energie besparen.• Samenwerking met commerciële bedrijven. De risico's en kosten/investeringen kunnen worden gedeeld (Energie-U, n.d.). Doet ook afbreuk aan lokale aanspreekbaarheid.• Landschappelijke combinaties (bijv. recreatie/wandel- en fietspaden, natuurontwikkeling en omgevingsfondsen/geld voor picknickplekken). Het project biedt andere

functies/voordelen in het landschap naast het opwekken van energie voor het welzijn van de omgeving en de gemeenschap.

T (Threats) – Bedreigingen

- Onzekerheden in wet-/regelgeving (bijv. omgevingsvergunningen, milieu- en natuurregels en geluid/slagschaduwnormen). De regels kunnen strenger worden of veranderen en projecten vertragen of wijzigen/hogere kosten (Kristen & Consortium Rijn Energie c.s., 2021).
- Financiële risico's en lagere opbrengsten dan verwacht. Prijzen (grond, materiaal, arbeidskosten) en rente kunnen stijgen/wisselen. **Zonnevelden brengen daardoor bijvoorbeeld haast niks op.**
- Verzet van omwonenden/belanghebbenden **kan de opbrengst** en de acceptatie/legitimiteit van het project onder druk zetten.
- Concurrentie van andere energieaanbieders. Grote commerciële bedrijven en grootschalige projecten hebben meer geld en schaalvoordeel. **Dit verschil ervaart een consument minder.**
- Technologische- of marktrisico's (bijv. veranderingen in subsidie-regelgeving, kosten voor netinfrastructuur, fluctuaties energieprijzen). Verandering in beschikbare financiering of netproblemen/storingen kunnen projecten uitvoeren moeilijker maken.

Korte nuancering per energiecoöperatie

1. Rijne Energie

- Sterk in schaalpotentie (windmolens/zonnevelden in Rijnenburg en Reijerscop), ruimte en werkt met grootschalige partners. Heeft toestemming gekregen via bestemmingsplan voor windmolens met strenge geluid/slagschaduw-afspraken. Staat wel onder druk door strenge regels (landschappelijke inpassing/ complexe vergunningstrajecten) en de mindere zichtbaarheid (voor leden/vermogen nemers) van de opbrengsten.

2. Lek en Ijsselstroom

- Het is toegankelijk bereikbaar (lokaal verankerd) en gericht op inwoners/bedrijven in specifieke gemeente (Lopik, Montfoort, Oudewater, Ijsselstein). Gefocust op behoud van landschap/kernwaarde en dat de winst teruggaat naar de gemeenschap.

3. EWEC

- Werkzaam op meerdere fronten (mix van opwekking, advies en ondersteuning bij uitvoering) met lokale projecten (laadpalen, zonneparken en energieloket). Heeft veel actieve vrijwilligers en lokale betrokkenheid (EigenWijkse Energie Coöperatie, 2025).

4. Duurzame Vecht

- Richt zich op een buurtgerichte aanpak (energie-ambassadeurs/wijkcommissies). Doet veel aan voorlichting/educatie en helpen bewoners energie te besparen. Sterk in bewustwording (minder opwekking) en werken veel samen met inwoners en lokale organisaties (Duurzame Vecht, 2025).

7S model van McKinsey

Om te begrijpen hoe de verschillende onderdelen van de energiecoöperaties met elkaar samenhangen en op elkaar zijn afgestemd, wordt er gekeken naar zeven factoren. Het richt zich op het verbeterd functioneren van een organisatie en het succesvol uitvoeren van strategieën.

<p>1. Strategy (strategie) – de plannen om doelen te bereiken</p>
<p>Algemeen: Focus op lokale/duurzame energieproductie (via zonneparken/windmolens). Ontwikkeling van energieprojecten met betrokkenheid van bewoners/lokale stakeholders. Streven naar energieneutraliteit in de regio's waarin ze actief zijn. Samenwerking met gemeenten en andere lokale initiatieven om de energietransitie te versnellen.</p> <ul style="list-style-type: none">• Rijne Energie: Ontwikkelt grootschalige wind- en zonneparken in de polders Rijnenburg en Reijerscop om 60.000 huishoudens van energie te voorzien.• Lek en IJssel Stroom: Streeft naar laagdrempelige lokale energieopwekking in de gemeenten Lopik, Montfoort, Oudewater en IJsselstein, met nadruk op samenwerking tussen burgers en bedrijven.• EWEC: Focust op lokale duurzame energieprojecten in Wijk bij Duurstede, Cothen en Langbroek, met nadruk op energiebesparing en het realiseren van zonnedaken en zonneparken.• Duurzame Vecht: Combineert energieopwekking met verduurzaming van woningen en aandacht voor lokaal geproduceerd voedsel in de gemeente Stichtse Vecht.
<p>2. Structure (structuur) – de organisatiestructuur (wie rapporteert aan wie, afdelingen, hiërarchie)</p>
<p>Algemeen: Coöperatieve organisatiestructuur zonder financieel motief. Leden hebben zeggenschap over besluiten en besteding van opbrengsten. Samenwerking met andere coöperaties, voor kennisdeling en schaalvoordelen. Lokale aanwezigheid met fysieke locaties.</p> <ul style="list-style-type: none">• Rijne Energie: Bestaat uit een coöperatie met meer dan 1.000 leden, iedereen werkt op hetzelfde niveau en met actieve betrokkenheid van bewoners.• Lek en IJssel Stroom: Een vereniging zonder commercieel belang met leden uit de regio, waarbij de leden mede bepalen hoe toekomstige winsten worden besteed.• EWEC: Een ledenorganisatie zonder winstoogmerk, voornamelijk gerund door vrijwilligers.• Duurzame Vecht: Een samensmelting van Stichting Duurzame Vecht en Energiecoöperatie 2030.nu (Kamans, 2025).
<p>3. Systems (systemen) – processen, procedures en tools waarmee het werk gebeurt</p>
<p>Algemeen: Gebruik van digitale platforms voor ledencommunicatie en participatie. Beheer van energieproductie via eigen zonnedaken en zonneparken. Aanbieden van energiebesparingsadvies en -diensten aan leden. Transparante financiële systemen voor het beheren van investeringen en opbrengsten.</p> <ul style="list-style-type: none">• Rijne Energie: Maakt gebruik van crowdfunding en samenwerking met partners zoals Eneco en BHM Solar voor de financiering en realisatie van projecten (Opwek Duurzame Energie Rijnenburg En Reijerscop Eneco, 2025).• Lek en IJssel Stroom: Biedt leden de mogelijkheid om tegen aantrekkelijke voorwaarden mee te investeren in projecten en profiteert van kortingen op lokaal opgewekte energie (Duurzaam Lopikerwaard, n.d.).• EWEC: Biedt een energieloket voor onafhankelijk advies over energiebesparing en subsidiemogelijkheden, en heeft zonnedaken en zonneparken gerealiseerd.

- **Duurzame Vecht:** Organiseert informatieavonden en biedt energiecoaching aan inwoners om hen te ondersteunen bij verduurzamingsmaatregelen.

4. **Style** (stijl) – *de manier van leidinggeven en de bedrijfscultuur*

Algemeen: Participatieve en transparante leiderschapsstijl. Informele en toegankelijke communicatie met leden en stakeholders. Flexibiliteit en aanpassingsvermogen in projectontwikkeling. Actieve betrokkenheid bij lokale evenementen en initiatieven.

- **Rijne Energie:** Actief en betrokken, met nadruk op samenwerking met bewoners en partners om duurzame energieprojecten te realiseren.
- **Lek en IJssel Stroom:** Toegankelijk en lokaal gericht, met een focus op het betrekken van burgers en bedrijven bij duurzame initiatieven.
- **EWEC:** Gemeenschapsgericht en educatief, met een focus op het delen van kennis en het stimuleren van duurzame gedragingen onder inwoners.
- **Duurzame Vecht:** Integratief en ondersteunend, met een geheelgerichte aanpak van duurzaamheid die verder gaat dan alleen energieopwekking.

5. **Staff** (personeel) – *de medewerkers: aantal, kennis, vaardigheden*

Algemeen: Bestaat uit vrijwilligers. Leden zijn vaak actief betrokken bij projecten en besluitvorming. Samenwerking met externe experts en partners voor specifieke kennis en vaardigheden.

- **Rijne Energie:** Bestaat uit een team van betrokken en door duurzaamheid gedreven Utrechters, met een groeiend aantal vrijwilligers en leden.
- **Lek en IJssel Stroom:** Heeft een netwerk van gelijkgestemde leden die bijdragen aan lokale duurzaamheid, met actieve betrokkenheid van zowel burgers als bedrijven.
- **EWEC:** Wordt vrijwel geheel gerund door enthousiaste vrijwilligers, waaronder bestuursleden en energiecoaches die inwoners ondersteunen bij verduurzaming.
- **Duurzame Vecht:** Een netwerk van energiecoaches en -klussers die samen werken aan verduurzaming.

6. **Skills** (vaardigheden) – *de sterke punten en competenties van de organisatie (zie SWOT)*

Algemeen: Kennis van duurzame energieopwekking en -technologieën. Ervaring in projectontwikkeling en -beheer. Communicatie- en organisatievaardigheden voor ledenbetrokkenheid. Financieel beheer en fondsenwervingscapaciteiten.

- **Rijne Energie:** Sterk in het ontwikkelen van grootschalige energieprojecten en het betrekken van lokale bewoners bij de energietransitie.
- **Lek en IJssel Stroom:** Bekwaam in het realiseren van lokale energieprojecten en het faciliteren van ledenparticipatie in duurzame initiatieven.
- **EWEC:** Ervaren in het bieden van onafhankelijk advies over energiebesparing en het realiseren van zonnedaken en zonneparken in de regio.
- **Duurzame Vecht:** Deskundig in het combineren van energieopwekking met andere duurzaamheidsinitiatieven, zoals voedselproductie en levensstijlverandering.

7. **Shared Values** (gedeelde waarde) – *de kernwaarden, missie en visie die alles bij elkaar houden*

Algemeen: Duurzaamheid en milieubewustzijn staan centraal. Lokaal eigendom en zeggenschap over energieproductie en -consumptie. Betrokkenheid van bewoners bij het nemen van beslissingen. Samenwerking en kennisdeling met andere lokale initiatieven en coöperaties.

Stakeholderanalyse

Identificeren van de stakeholders

1. De direct omwonenden in de polders, daar zijn er zo'n 45 huishoudens van.
2. De duizenden omwonenden in vooral Nieuwegein en de Utrechtse wijken Veldhuizen, Rijnvliet en De Meern.
3. De Buren van Rijnenburg en Reijerscorp, onze 'tegenstander'.
4. De grondeigenaren met wie we moeten onderhandelen over het gebruik van hun grond. Dat zijn boeren maar ook bouwbedrijven als BPD, AM Vastgoed, Woonin.
5. De overheden voor vergunningen: het waterschap (HDSR), de gemeente Utrecht, provincie Utrecht, Rijkswaterstaat, Ministerie van IenW.
6. De gemeenteraad en Provinciale Staten voor de politieke steun.
7. Onze meer dan 1000 leden die het geld moeten inleggen, het bestuur voor de dagelijkse gang van zaken.
8. De commissies Communicatie, Crowdfunding, Business Case en BatteRijne waarin leden helpen met het project.
9. Onze partners Eneco en De Windvogel, en hun aandeelhouders resp. leden. Energie-U, Woerden Energie, Lek en IJssel Stroom en Coöperatie Duurzame Vecht helpen mee met het promoten van het project.
10. Media zoals AD/UN, RTV Utrecht, huis-aan-huisbladen om leden te werven.
11. Energiebank Nederland die ons helpt om een Energiebank op te richten.
12. Stedin voor de elektriciteitsaansluiting.

Classificatie

Primair:

Onze meer dan 1000 leden die het geld moeten inleggen, het bestuur voor de dagelijkse gang van zaken.

Energiebank Nederland die ons helpt om een Energiebank op te richten.

Onze partners Eneco en De Windvogel, en hun aandeelhouders resp. leden. Energie-U, Woerden Energie, Lek en IJssel Stroom en Coöperatie Duurzame Vecht helpen mee met het promoten van het project.

De commissies Communicatie, Crowdfunding, Business Case en BatteRijne waarin leden helpen met het project.

Secundair:

De overheden voor vergunningen: het waterschap (HDSR), de gemeente Utrecht, provincie Utrecht, Rijkswaterstaat, Ministerie van IenW.

De gemeenteraad en Provinciale Staten voor de politieke steun.

Media zoals AD/UN, RTV Utrecht, huis-aan-huisbladen om leden te werven.

De grondeigenaren met wie we moeten onderhandelen over het gebruik van hun grond. Dat zijn boeren maar ook bouwbedrijven als BPD, AM Vastgoed, Woonin.

De direct omwonenden in de polders, daar zijn er zo'n 45 huishoudens van.

De duizenden omwonenden in vooral Nieuwegein en de Utrechtse wijken Veldhuizen, Rijnvliet en De Meern.

De Buren van Rijnenburg en Reijerscorp, onze 'tegenstander'.

Stedin voor de elektriciteitsaansluiting.

Toelichting

De stakeholders worden geclassificeerd als primair of secundair, waarbij primaire stakeholders directe invloed en belang hebben bij het project. Ze werken eraan of hebben invloed op het resultaat. Secundaire stakeholders zijn niet direct betrokken bij het project maar hebben toch wel belang bij het resultaat.

Categorisering

	Primair <i>Directe invloed</i>	Secundair <i>Indirecte invloed</i>
Intern <i>Betrokken uit eigen organisatie</i>	Leden die geld inleggen Bestuur dagelijkse gang van zaken Commissies	Algemene ledenvergadering
Extern <i>Betrokken externe partij</i>	Energiebank Nederland die ons helpt om een Energiebank op te richten. Stedin voor de elektriciteitsaansluiting. Partners Eneco en de Windvogel	Media Verzettende omwonenden in de polders en vooral Nieuwegein, Veldhuizen, Rijnvliet en de Meern
Interface <i>Niet betrokken, heeft wel belang</i>		Overheid Gemeenteraad en Provinciale Staten Grondeigenaren Bouwbedrijven De burens van Rijnenburg en Reijerscorp

Toelichting

Vanwege deze verdeling ontstaat er een direct en duidelijk overzicht wat het makkelijk maakt om in de volgende stap te bepalen wie het belangrijkste is. In dit geval houden wij in gedachte dat de coöperaties meer jongerenparticipatie willen in windprojecten.

Leden die geld inleggen

- Deze leden leggen geld in en verrichten wellicht andere werkzaamheden die direct invloed hebben op het resultaat van het project. Omdat zij dit geld inleggen, zijn zij lid van de coöperatie en zijn zij intern betrokken.

Bestuur dagelijkse gang van zaken

- Het bestuur is intern en bestaat uit vrijwilligers, deze zorgt ervoor dat zaken op gang blijven.

Energiebank Nederland

- De energiebank is een externe partij maar werkt wel mee en helpt bij het oprichten van een energiebank wat direct ten voordele is van het project.

Commissies Communicatie, Crowdfunding, Business Case en BatteRijne waarin leden helpen met het project.

- De commissies als crowdfunding etc. zijn zelf niet primair, maar de leden die helpen bij het project wel.

Media

- Media is extern en is naast nieuwsgeving niet betrokken bij het resultaat van het project.

Prioriteren

		Invloed of macht	
Houding of belang		Hoog	Laag
	Hoog	Leden die geld inleggen Ledenvergadering Bestuur dagelijkse gang van zaken Partners Eneco en de Windvogel Overheid (RES) Gemeenteraad en Provinciale Staten	Energiebank Nederland Media Commissies Omwonenden Verzet van omwonenden -Buren van Rijnenburg en Reijerscorp
	Laag	Stedin voor elektriciteit aansluiting (eigenlijk is het belang hoog, voor nu niet) Grondeigenaren	Bouwbedrijven

Toelichting

Hierbij wordt er duidelijk aangeduid:

- Hoeveel welke stakeholder het project kan beïnvloeden
- In hoeverre elke stakeholder belang heeft bij het slagen of falen van het project.

Het is hierbij duidelijk dat de primaire stakeholders veel invloed hebben op de uitkomst en de secundaire minder.

Veel macht en veel belang

De 'sleutelfiguren', ofwel de belangrijkste groep stakeholders zijn de stakeholders die veel macht/invloed en veel belang hebben. Hierbij zijn zij cruciaal om het project tot een succes te brengen.

Veel macht en weinig belang

Deze stakeholders hebben de macht het project zwaar te hinderen. Deze worden 'beïnvloeders' genoemd.

Weinig macht en veel belang

Belangrijk is het om deze groep goed te informeren, omdat deze veel belang hebben bij de uitkomsten.

Weinig macht en weinig belang

Deze stakeholders worden toeschouwers genoemd. Hier wordt niet veel aandacht en energie aan besteed, toch is het wel goed om ze erbij te houden.

Longlist gedragsfactoren

De gedragsfactoren zijn opgesteld aan de hand van de afgenomen interviews en het onderzoek dat is verricht.

Gedragsfactoren:

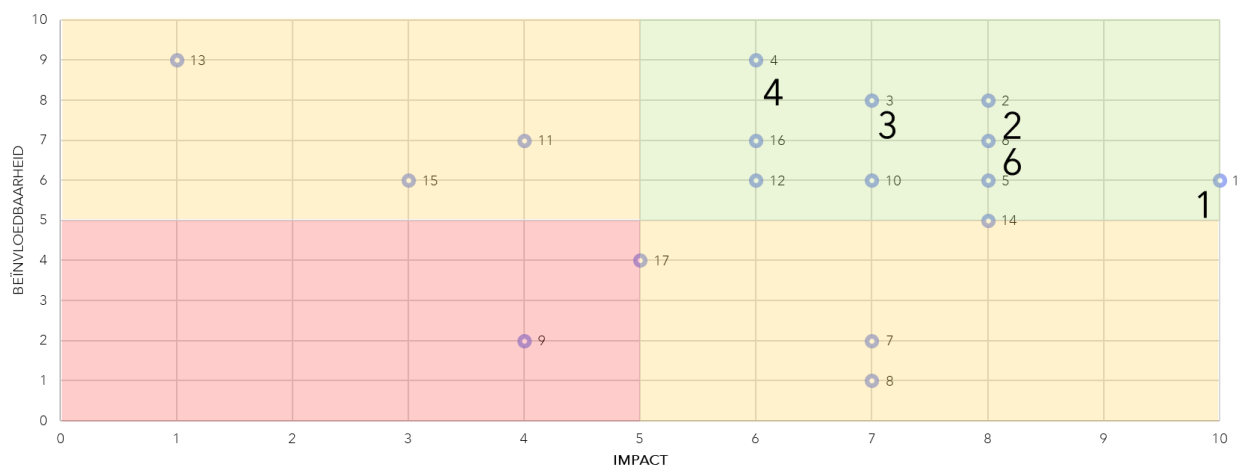
1. De doelgroep wil graag samen met gelijke zijn. Dit heeft bewezen de betrokkenheid te vergoten in duurzame initiatieven.
2. De doelgroep heeft behoefte aan duidelijkheid. Er is vraag naar een duidelijke visie en zichtbare resultaten bij de energiecoöperaties.
3. De doelgroep wil dat het inspeelt op wat zij belangrijk vinden. Hun stem moet gehoord worden en hun bijdragen verschil maken.
4. De doelgroep moet de verwachtingen van de tijd inname en deelname, begrijpen en accepteren.
5. De doelgroep wil voordelen en waardering ontvangen (bv kortingen) voor hun werkzaamheden en het bijdragen aan het resultaat van het project.
6. De doelgroep heeft weinig kennis van wat de energiecoöperaties inhouden en doen, ze hebben ook weinig motivatie(incentive) om dit zelf op te zoeken.
7. De doelgroep is zich bewust van het nut van duurzaamheid, maar ze sluiten zich vaak nog niet aan bij duurzame initiatieven of verduurzamen ook niet hun eigen leven.
8. Kennis is niet het enige wat nodig is om de doelgroep te motiveren voor een duurzame transitie, motivatie om dit te doen wordt beïnvloed door persoonlijke waarden en emoties.
9. De doelgroep wil zich graag kunnen meten aan gelijken, het zorgt voor een gevoel van gedeelde verantwoordelijkheid en echt het onderdeel zijn van een groep.
10. De mate waarin de doelgroep wordt geactiveerd door externe triggers die focus, urgentie en momentum creëren rondom het initiatief.
11. De mate waarin de doelgroep zich aangesproken voelt door persoonlijk relevante communicatie en een positieve, gezellige en aantrekkelijke sfeer.
12. De mate waarin de doelgroep gemotiveerd raken om deel te nemen aan duurzame initiatieven wanneer zij actief ondersteund, geïnspireerd en aangesproken worden door professionals via communicatie die hen op een positieve en relevante manier bereikt.

13. De mate waarin de doelgroep gemotiveerd raakt om zich verder te verdiepen of deel te nemen aan een initiatief wanneer gedrukt materiaal hen effectief doorverwijst naar online bronnen en aansluit bij hun behoefte aan zelfgekozen, feitelijke informatie.
14. De mate waarin de doelgroep gemotiveerd raakt om deel te nemen aan een initiatief wanneer sociale media op een sociaal verbindende manier worden ingezet, bijvoorbeeld door gebruik van beeldmateriaal, succesverhalen en uitnodigingen via vrienden.
15. De mate waarin de doelgroep gemotiveerd raakt om actief deel te nemen aan duurzame initiatieven wanneer educatie wordt gecombineerd met interactieve en sociale elementen die betrokkenheid en bewustwording versterken.
16. De mate waarin de doelgroep duurzaam gedrag vertoont wanneer zij op een interactieve en speelse manier inzicht krijgen in de gevolgen van hun keuzes en daardoor intrinsiek gemotiveerd raken.
17. De doelgroep wil liever op een laagdrempelige betrokken zijn bij dit soort initiatieven, weinig tijd en weinig geld investeren. Dit zou vergroot kunnen worden door duidelijk te maken wat hun inspanning op levert voor hen en hun omgeving.

2.3 Scherpstellen

In deze fase is de longlist teruggebracht tot een definitieve top vijf van gedragsfactoren. Daarnaast zijn hier de bijpassende gedragstechnieken aan gekoppeld.

De factoren zijn in een assenstelsel geplott, om te kijken of de factor (genummerd) geschikt is. Ze zijn beoordeeld op de impact die het zal hebben op het doelgedrag en hoe realistisch het is om deze factor te beïnvloeden.



Het definitieve resultaat van de gedragsfactoren die wij kunnen gebruiken om tot het doelgedrag van de doelgroep te komen.

Gekozen gedragsfactoren

- De doelgroep wil graag **samen met gelijke** zijn.
Dit heeft bewezen de betrokkenheid te vergroten in duurzame initiatieven.
- De doelgroep heeft **weinig kennis** van wat de energiecoöperaties inhouden en doen.
Ze hebben ook weinig motivatie (nemen niet het initiatief) om dit zelf op te zoeken.
- De doelgroep heeft **behoefte aan duidelijkheid**.
Er is vraag naar een duidelijke visie en zichtbare resultaten bij de energiecoöperaties.
- De doelgroep wil **voordelen en waardering** ontvangen.
Voor hun werkzaamheden en het bijdragen aan het resultaat van het project (bv kortingen).
- De doelgroep moet de verwachtingen van de **tijd inname en deelname** helder hebben.
Ze moeten dit begrijpen en daarnaast accepteren.

Daarna zijn de top gedragsfactoren gekoppeld aan passende gedragstechnieken. Doordat de factoren in het COM-B model zijn geplaatst geldt dit ook voor de technieken.

Gekozen gedragsveranderingstechnieken

- **7.5** → Adviseren of regelen dat de weerstand wordt weggenomen.
- **8.6** → Aanraden om het gewenste gedrag in een andere situatie dan gewoonlijk uit te voeren.
- **3.1** → Aanmoedigen en begeleiden gericht op het gedrag via erkenning.
- **6.1** → Geef observeerbaar voorbeeld van de uitvoering van gedrag waarnaar gestreefd/gevolgd kan worden.
- **1.3** → Afspreken van een doel in termen van een positieve uitkomst van gewenst gedrag.
- **5.3** → Informeren over de gevolgen voor de (sociale) omgeving die de vertoning van het gedrag heeft.

Capaciteit

Gedragsfactor 3/4:
weinig kennis,
verwachtingen tijd
inname en deelname

- 7.5 De stimulus die aversie oproept wegnemen
- 8.6 Het doelgedrag generaliseren

Gelegenheid

Gedragsfactor 1:
samen met gelijke

- 3.1 Sociale steun (non-specifiek)
- 6.1 Demonstratie van het gedrag

Motivatie

Gedragsfactor 2/5:
zichtbare resultaten,
voordelen en
waardering ontvangen.

- 1.3 Doelen stellen (uitkomst)
- 5.3 Informatie over de gevolgen voor de (sociale) omgeving

(Michie, 2018)

2.4 Ontwerpen

In deze fase heeft het team met behulp van verschillende 'Creative Thinking' methodes 100 ideeën gegenereerd. De concepten zijn vervolgens gekoppeld aan gedragstechnieken en ingepast in het COM-B-model. Hierdoor konden de ideeën worden aangepast of gecombineerd om nieuwe concepten te ontwikkelen, zodat alle drie de componenten van het COM-B-model in de interventie worden meegenomen.

COM-B	Capaciteit		Gelegenheid		Motivatie	
<i>Shortlist</i>	<i>Gedragfactor 4/6</i>		<i>Gedragfactor 1</i>		<i>Gedragfactor 2/3</i>	
<i>Techniek + bijpassen idee</i>	<i>BCT</i>	<i>Concepten</i>	<i>BCT</i>	<i>Concepten</i>	<i>BCT</i>	<i>Concepten</i>
	7.5 De stimulus die aversie oproept wegnemen	27,28,29,30,31,32,33,34,38,39,40,41,45,51	3.1 Sociale steun (non-specifiek)	1,6,7,9,10,11	1.3 Doelen stellen (uitkomst)	13,14,17,19,22,25,26
	8.6 Het doelgedrag generaliseren	35,36,37,42,43,44,46,47,48,49,50,52,53,54	6.1 Demonstratie van het gedrag	2,3,4,5,8,12	5.3 Informatie over de gevolgen voor de (sociale) omgeving	15,16,18,20,21,23,24

Bovendien zijn de concepten samen met de opdrachtgever getoetst aan de APEASE-methode.

Concept: Jongeren open dag

Affordability (Betaalbaarheid)	Er is al een "normale open dag" en die kan financieel uit. Ook is er subsidie te verkrijgen vanuit de overheid voor dit soort evenementen.
Practicability (Praktische uitvoerbaarheid)	Een open dag is voor de energiecoöperaties goed uitvoerbaar, ze hebben vrijwilligers die graag er mee helpen.
Effectiveness and cost-effectiveness (Effectiviteit en kosten effectiviteit)	Voor naamsbekendheid en de aantrekkingskracht voor jongeren zijn er niet zo snel goedkopere alternatieven om ze kennis te laten maken.
Acceptability (Aanvaardbaarheid)	Ze waren er zelfs erg enthousiast over.
Side-effects and safety (Bijkomende effecten en veiligheid)	Er worden hier geen neven consequenties gezien.
Equity (Gelijkheid)	De (vooral oudere) leden hebben ons al verteld het moeilijk te vinden om te relateren met de jeugd. Ze zien dus juist graag jeugd erbij komen en zullen zich dan ook zeker niet ondergewaardeerd voelen.

Concept: Duo programma (1 lid + 1 niet lid)

Affordability (Betaalbaarheid)	Er worden 4 tot 6 "casual" evenementen georganiseerd denk aan een kerstborrel of een paasbingo. Dit zijn niet de duurste evenementen, ook omdat dit gezien wordt als ledenwerving, kan hier weer subsidie voor worden verkregen.
Practicability (Praktische uitvoerbaarheid)	Ze hebben zelf een ruimte waar dit georganiseerd kan worden, dit zou eventueel ook overkoepelend kunnen gaan dat het een provincie ding wordt. Dan is er al helemaal veel mogelijk.
Effectiveness and cost-effectiveness (Effectiviteit en kosteneffectiviteit)	Uit ons onderzoek is gebleken dat de jongeren vooral samen nieuwe dingen willen doen. Wij zien dan geen goedkopere manier om deze uitkomst te bereiken.
Acceptability (Aanvaardbaarheid)	Ook hiervan waren de stakeholders gecharmeerd, het laat zien dat een energiecoöperatie niet alleen maar duurzaamheid is maar ook gezelligheid.
Side-effects and safety (Bijkomende effecten en veiligheid)	Soms zullen op deze avonden het thema duurzaamheid een beetje wegvallen. Dit kan misschien als schadelijk worden gezien.
Equity (Gelijkheid)	Dit zou uiteindelijk voor alle leden kunnen worden georganiseerd.

Hierbij kwamen enkele terugkerende inzichten naar voren die zijn gebruikt bij het combineren van ideeën:

- Ideeën die direct iets bieden waarna jongeren lid kunnen worden, zijn zeer effectief.
- Het is belangrijk dat er een leuk en aantrekkelijk aspect aanwezig is voor de jongeren.
- Het is goed mogelijk om de ideeën te combineren, dit is te bekostigen.

Dit heeft geresulteerd in de volgende **twee eindconcepten**:

1. **Jongeren open dag** - gekozen als het definitieve concept.
2. **Duo-programma** - waarbij één lid en één niet-lid samen deelnemen aan bedrijfsuitjes of gezellige evenementen, met eenvoudige mogelijkheden tot inschrijving.

Dit is laten vallen omdat er voor alsnog geen jongeren aanwezig zijn in de coöperatie en daarom de factor 'samen met gelijke zijn' niet van toepassing is. Als er eerste jongeren aanwezig zijn in de coöperatie is dit een goede vervolgstap.

Hierbij zijn fysieke prototypes ontwikkeld. Het eerste prototype stelt de Open Dag voor en het tweede prototype het Duo-programma. Deze prototypes dienden vooral om de ideeën tijdens het testen voor de doelgroep te visualiseren, omdat je met woorden alleen maar beperkt duidelijk kunt maken hoe het concept werkt.

Prototype 1:



Bij prototype 1 hebben we een kijk doos gemaakt voor de open dag. Door naar binnen te kijken, en je zaklamp in de zijkant te schijnen, zie je de open dag van de toekomst. Hiermee is het ook een knipoog dat de doos een "vr bril" is.

Prototype 2:



Prototype 2 is een voorbeeld van een 1+1 borrel, mensen komen samen gezellig een duurzaam drankje doen en socializen. Ze kunnen zich daar meteen inschrijven als lid, en als je het prototype omdraait zie je letterlijk dat de mensen "gedraaid" zijn.

Prototype 3:



Prototype 3 is een mock up flyer voor de open dag, dit omdat wij dachten dat met alleen prototype 1 niet genoeg een beeld zou geven. Het is een voorbeeld van een eventuele flyer die gebruikt zou kunnen worden om uit te delen op bijvoorbeeld hogescholen en universiteiten. De Flyer is meer van deze tijd, met een duidelijk groen thema en is duidelijk wat het inhoudt.

2.5 Intervenieren

In deze fase is het ontwerp iteratief getest, waarbij op basis van de resultaten diverse aanpassingen zijn doorgevoerd. De doelgroep is bevraagd of zij zelf naar het evenement zouden komen en waarom dit wel of niet het geval zou zijn. Deze cyclische aanpak, waarbij het ontwerp steeds wordt verbeterd, heeft geleid tot subtiele maar effectieve veranderingen. Tijdens het opstellen van het testplan is besloten het prototype aan te vullen met een flyer, om de focus te leggen op het testen van de manier waarop de doelgroep daadwerkelijk naar het evenement kan worden getrokken.

Testplan

Introductie, doel/ aanleiding		
- Uitleg dat het een testmodel is.		
Beginvragen		
Onderwerp	Vraag	Doorvraag
Begrip Prototype	- Wat is je eerste indruk?	- Wat zie je?
	- Wat roept het op?	- Wat zijn je gevoelens hierbij?
Aanspreekbaarheid Prototype	- Wat vind je ervan?	- Wat spreekt je het meeste aan, of juist niet?
Bruikbaarheid	- Wat valt je het meeste op?	- Wat zou je hiermee doen?
	- Wat denk je dat hier gebeurt?	- Waarom denk je dat?
Criteria behandelen; functionele en gebruikers		
Onderwerp	Vraag	Doorvraag
Functionele criteria	- Is het duidelijk wat dit prototype inhoudt?	- Wat is er wel/niet duidelijk? - Waarom vind je dat?
Gebruikers criteria	- Zou dit iets zijn waar jij zelf heen zou gaan?	- Zo ja -> wat maakt het dat je jezelf hier wel zou zien - Zo nee -> hoezo zou je jezelf hier niet zien? - Wat zouden ze kunnen doen om ervoor te zorgen dat jij er wel heen zou willen gaan?
Relevantie		
Onderwerp	Vraag	Doorvraag
Drivers/ Barriers	- Voor wie is dit bedoeld?	- Wie zou dit willen gebruiken?
	- En jij, wat hieraan werkt voor jou?	- Wat werkt hier voor jou niet aan?
Plus/ minpunten		
Onderwerp	Vraag	Doorvraag
Behouden/ versterken	(Op een schaal van 1-10 door respondent) Wanneer wordt je beoordeling hoger?	Om welke reden? Wat maakt het beter?
Veranderen/ elimineren	Wat zouden wij moeten veranderen aan het idee?	Waarom vind je dat dit veranderd moet worden?

De volledige uitgewerkte resultaten uit de testen zijn in de bijlage verwerkt.

De testresultaten van de 1^e ronden zijn geplaatst in een indicatie tabel.

Indicaties	Contra-indicaties	Actie
(Geluiden van bevestiging)	(Geluiden van twijfel)	(Geluiden van afwijzing)
"Het idee is goed, vanuit een zeer positief initiatief!"	"Mijn beoordeling wordt hoger als er nog meer duidelijk wordt over hoe de open dag zou gaan verlopen."	"Ik voel vooral afstand, ik word er niet direct door aangehaakt eigenlijk."
"Het roept nieuwsgierigheid op wat deze open dag mij bij zou kunnen leren."	"Ik weet niet precies wat ik ervan moet verwachten."	"Het prototype is onduidelijk zonder uitleg. Je ziet wel dat het een activiteit is."
"Het lijkt me een leuk idee om dit specifiek voor jongeren te doen. "	"Ik zou het wel fijn vinden als er iets meer duidelijkheid was, wie organiseert het bijvoorbeeld?"	
"De combi van netwerken en bekende merken , dat spreekt me wel aan. "	"Ik vind het een mooi streven, alleen kan dit wel iets subtieler overgebracht worden"	
"Dit voelt laagdrempelig en informeel."		

De 1^e aanpassing aan het prototype.

- **Opmaak flyer:** duurzaamheid thema subtiel toevoegen (wel behouden)
- **Inhoud flyer:** Informatie concreter
 - Voor wie is het?
 - Van welke organisatie is het evenement?
 - Hoe laat en waar is het?
 - Wat kan ik precies doen?
- **Voordelen benadrukken:** kans netwerken & interactieve activiteiten
- **Oproep tot actie:** direct informeren en aanmelden dient als herinnering

De testresultaten van de 2^e ronden zijn opnieuw geplaatst in een indicatie tabel.

Jongeren open dag
Join the Spark!
 Vind je volgende stageplek en nog veel meer!
 25 Feb van 15:00-18:00
 Utrecht Science Park

Wat kan je verwachten?

- Een inspirerende stage vinden
- Netwerken met motiverende projecten
- Impact maken voor groene bedrijven
- Interactief en gezellig evenement

Wie zijn er dit jaar?

bol.com | TOMMY HILF RECYCLED
 patagonia | doppen
 FAIRPHONE

Meer weten en/of aanmelden?

De testresultaten van de 1^e ronden zijn geplaatst in een indicatie tabel.

Indicaties	Contra-indicaties	Actie
(Geluiden van bevestiging)	(Geluiden van twijfel)	(Geluiden van afwijzing)
“De flyer ziet er goed uit, pakt meteen de aandacht . De kijkdoos vind ik wel grappig.”	“Ik weet alleen niet echt precies vanuit wie dit komt, misschien dat ik daar wel wat meer over zou willen weten.”	
“Ik word nu wel nieuwsgierig wat het precies inhoudt, zou er wel meer over willen weten.”	“Het enige is dat het nog een beetje vaag is hoe groot het evenement is.”	
“Voor mij werkt het wel echt dat het specifiek voor jongeren is. Ook vind ik het leuk dat er bekende bedrijven langskomen.”		
“Ik vind het idee van een jongeren open dag echt goed, vooral dat het informeel is.”		

De 2^e aanpassing aan het prototype.

- **Opmaak flyer:** verminder saaiheid (vergoet afbeeldingen in verhouding met tekst)
- **Inhoud flyer:** onderwerp energievoöperaties/ duurzame energie onduidelijk
 - Energie gerelateerde bedrijven toevoegen
- **Inschatting grote evenement:** algemene informatie
- **Helderheid/ passende opdrachten bedrijven:** beschrijving bij QR-code & vergroot bekende namen
- **Verwachtingen toelichten:** belangrijke punten dikdrukken

Jongeren open dag
Join the Spark!

Vind je volgende stageplek en nog veel meer!
 25 feb van 15.00-19.00
 Utrecht Science Park
 ~ 80 Bezoekers

Wat kan je verwachten?

- Een inspirerende **stage vinden**
- **Netwerken** met motiverende projecten
- Impact maken voor **groene bedrijven**
- Interactief en **gezellig** evenement

Wie zijn er dit jaar?

vandeboron TONY'S
 patagonia dopper
 Triodos Bank
 FAIRPHONE Eneco

QR code: Informatie projecten en/of aanmelden?

Key Performance Indicators

Doel: Jongeren zetten zich actief in voor duurzame energie door aan te sluiten bij een energiecoöperatie.	
➔ Minimaal 15% van de aanwezige jongeren meldt zich aan binnen 6 maanden na start van het programma.	
S (Specifiek)	Het aantal jongeren dat zich tijdens of binnen 4 weken na de open dag aanmeldt als lid of vrijwilliger.
M (Meetbaar)	Minimaal 12 aanmeldingen (bij bijv. 80 aanwezigen).
A (Acceptabel)	In lijn met capaciteit van de coöperatie en het verwachte aantal bezoekers.
R (Realistisch)	Gebaseerd op marketingbereik en eerdere events.
T (Tijdgebonden)	Binnen 6 maanden na de open dag.

Doel: Jongeren verdiepen zich in het belang van duurzame energie.	
➔ Minimaal 70% van de aanwezige jongeren neemt deel aan de VR-ervaring, quiz of de sessie van de gastspreker.	
S (Specifiek)	Meting van kennis vóór en na de VR-ervaring/quiz.
M (Meetbaar)	Gemiddelde score stijgt met 20%.
A (Acceptabel)	Quiz bevat 10–15 inhoudelijke vragen.
R (Realistisch)	Educatieve inhoud sluit aan op niveau (18–30 jaar).
T (Tijdgebonden)	Meting direct tijdens de open dag.

Doel: Jongeren tonen interesse in lokale duurzame initiatieven.	
➔ Minimaal 15% van de jongeren vragen informatie op over lokale duurzame projecten of vrijwilligerswerk.	
S (Specifiek)	Aantal jongeren dat minstens 1 pop-up/stagestand bezoekt.
M (Meetbaar)	Registratie via QR-scan of stempelkaart.
A (Acceptabel)	Minimaal 60% van de bezoekers bezoekt minstens 2 stands. Minimaal 25 jongeren tonen concrete interesse door informatie aan te vragen.
R (Realistisch)	Bezoekers kunnen meerdere stands in korte tijd bezoeken door informele opzet. Wordt gestimuleerd door persoonlijke gesprekken en pop-ups.
T (Tijdgebonden)	Tijdens de open dag.

Doel: Jongeren hun interesse in de energiecoöperatie is aangewakkerd.

<p>➔ Minimaal 25% van de aanwezige jongeren geeft tijdens de open dag, via een feedback- of interesseformulier, aan interesse te hebben in een vervolgmoment zoals een workshop of rondleiding.</p>	
S (Specifiek)	We meten het percentage jongeren dat aan het einde van de open dag aangeeft interesse te hebben in een vervolgmoment, zoals een workshop of rondleiding.
M (Meetbaar)	Dit wordt geregistreerd via een feedbackformulier of QR-interesseformulier.
A (Acceptabel)	De doelstelling is haalbaar omdat workshops en rondleidingen laagdrempelig en concreet zijn, en de organisatie voldoende capaciteit heeft.
R (Realistisch)	Uit soortgelijke events blijkt dat workshops populair zijn en goed aansluiten op de motivatie van bezoekers. Daarom is 25% een realistische streefwaarde.
T (Tijdgebonden)	De meting gebeurt direct op de dag zelf via het feedback- of interesseformulier (papier of QR).

<p>Doel: De open dag en stands sluiten aan bij de behoefte van de jongeren.</p> <p>➔ Minimaal 60% van de aanwezige, bezoekt 2 of meer pop up stands.</p>	
S (Specifiek)	We meten hoeveel jongeren tijdens de open dag minstens twee verschillende pop-up stands bezoeken.
M (Meetbaar)	Bij elke stand wordt dit geregistreerd via een QR-scan, stempelkaart of korte registratie.
A (Acceptabel)	De doelstelling is haalbaar omdat de stands zichtbaar, laagdrempelig en inhoudelijk relevant zijn.
R (Realistisch)	Pop-up stands zijn interactief en strategisch geplaatst, waardoor bezoekers er vanzelf langs lopen.
T (Tijdgebonden)	De meting vindt tijdens de open dag plaats via stempels, QR-scans of een digitale teller.

<p>Doel: Jongeren bespreken duurzame energie met anderen en vergroten de online zichtbaarheid van het initiatief.</p> <p>➔ Minimaal 20% van de aanwezigen maken posts/stories met #eventhashtag.</p>	
S (Specifiek)	We meten het aantal social media posts en stories dat jongeren plaatsen tijdens of kort na het event met de officiële #eventhashtag.
M (Meetbaar)	Monitoring gebeurt via AI-tools of handmatige telling.
A (Acceptabel)	Dit is haalbaar omdat het event visueel aantrekkelijk is en jongeren actief worden aangemoedigd om content te delen.

R (Realistisch)	Jongeren zijn gewend om ervaringen online te delen. Door fotomomenten en challenges is het realistisch dat minimaal 16 posts/stories bereikt worden. (Bij 80 bezoekers)
T (Tijdgebonden)	De meting loopt tot 7 dagen na het event, zodat ook posts achteraf worden meegenomen.

Doel: Jongeren raken geïnspireerd en gemotiveerd door de open dag → Minimaal 5% van de aanwezigen meldt zich op de open dag aan bij een energiecoöperatie.	
S (Specifiek)	Het aantal jongeren dat zich tijdens de open dag aanmeldt als lid of vrijwilliger.
M (Meetbaar)	Minimaal 5 directe aanmeldingen. (Bij bijvoorbeeld 100 aanwezigen)
A (Acceptabel)	In lijn met capaciteit van de coöperatie en het verwachte aantal bezoekers.
R (Realistisch)	In lijn met de verwachtingen van de coöperatie vanuit eerdere evenementen
T (Tijdgebonden)	Het wordt tijdens de open dag gemeten en bijgehouden.

2.6 Borgen

In deze fase wordt ervoor gezorgd dat het nieuwe gedrag blijvend wordt en waar mogelijk kan worden opgeschaald. Hiervoor is een implementatieplan (apart bestand) uitgewerkt, waarin een aantal belangrijke onderwerpen instaan als een planning, stepping-out plan, in- en externe taakverdeling en een business case.

Bronvermelding

1. Duurzame Vecht. (2025, August 13). Over ons - Energiecoöperatie Duurzame Vecht. Energiecoöperatie Duurzame Vecht. <https://duurzamevecht.nl/overons/>
2. EigenWijkse Energie Coöperatie. (2025, July 28). Over EWEC - EigenWijkse Energie Coöperatie. <https://www.ewec.nl/over-ons/>
3. Energie Coöperatie Lek en IJssel Stroom – Duurzaam Lopikerwaard. (n.d.). Duurzaamlopikerwaard. <https://duurzaamlopikerwaard.nl/energie-cooperatie-lek-en-ijssel-stroom/>
4. Energielandschap Rijnenburg :: Energie-U. (n.d.). <https://www.energie-u.nl/activiteiten/opwek/rijnenburg>
5. Gemeente Utrecht. (n.d.). Windmolens in Rijnenburg en Reijerscop | gemeente Utrecht. <https://www.utrecht.nl/wonen-en-leven/duurzame-stad/energie/energie-opwekken/windenergie/windmolens-in-rijnenburg-en-reijerscop>
6. IMK Opleidingen. (2025, oktober 8). Stakeholder analyse maken. Opgehaald van IMK Opleidingen: <https://www.imkopleidingen.nl/nieuws/stakeholdersanalyse-maken/>
7. Kamans, E. (2025, January 14). Energiecoöperatie Duurzame Vecht: voor, door en met inwoners van Stichtse Vecht. VARnws Stichtse Vecht. <https://www.varnws.nl/stichtsevecht/ondernemend/47643/energiecooperatie-duurzame-vecht-voor-door-en-met-inwoners-va>
8. Kristen, A. & Consortium Rijne Energie c.s. (2021). Notitie Reikwijdte en Detailniveau (By Florentine van de Wind). Pondera. <https://rijne-energie.nl/wp-content/uploads/2021/12/2021-12-notitie-reikwijdte-en-detailniveau-energielandschap-rijnenburg-en-reijerscop.pdf>
9. Lek en IJssel Stroom. (2024, December 7). Welkom - Lek en IJssel Stroom. Lek En IJssel Stroom. <https://lekenijsselstroom.nl/>
10. Opwek duurzame energie Rijnenburg en Reijerscop | Eneco. (2025). <https://www.eneco.nl/over-ons/wat-we-doen/duurzame-bronnen/wind/wind-op-land/opwek-duurzame-energie-rijnenburg-reijerscop/>
11. Projectteam jongeren participatie EWEC Utrecht. (Opgehaald 23 september 2025). *Rapport onderzoek jongerenparticipatie*. Opgehaald van Energie van Utrecht: https://energievanutrecht.nl/wp-content/uploads/2025/04/Rapport-onderzoek-jongerenparticipatie_mrt25.pdf
12. Rijne Energie. (2023, August 14). Zo werkt de coöperatie - Rijne Energie. <https://rijne-energie.nl/zo-werkt-de-cooperatie/>

Bijlagen

Interviews fase In kaart brengen

Interviews Michelle

Kenmerken respondenten

- **Respondent 1 (R1):** vrouw 22 (Noor den Dekker), woont in Arnhem, Student psychologie aan de Universiteit Utrecht, houdt van reizen, vrijwilliger kindertelefoon.
- **Respondent 2 (R2):** man 20 (Bram Wilton), woont uit huis in Den Haag, student international studies aan de Universiteit Leiden, houdt van reizen en voetballen, werkt in de horeca.
- **Respondent 3 (R3):** vrouw 22 (Dunya Hamid), woont in Driel, student human resources aan de hogeschool Nijmegen, houdt van tijd besteden met haar vriend, vriendinnen en familie, parttime HR-services kraamzorg.
- **Respondent 4 (R4):** vrouw 18 (Lotta Tomassen), woont in Arnhem, MBO student onderwijsassistent in Arnhem, houdt van tijd besteden met vriendinnen, werkt in de horeca.

DV 1: Hebben jongeren wel eens eerdere ervaringen gehad met energiecoöperaties		Antwoorden
Kun je me iets vertellen over wat je kent van energiecoöperaties? Welke onderwerpen of vragen komen bij je op?	R1	Ik had er eigenlijk nog nooit echt van gehoord tot nu. - Ik vraag me vooral af wat ik eraan heb en hoe het werkt in de praktijk.
	R2	Ik denk het wel, weet niet zeker. - Gewoon bedrijven die zorgen voor de energie van consumenten. Bedrijven als Eneco en Vattenfall.
	R3	Niet per se, een coöperatie denk ik aan meerdere partijen of bedrijven die als gemeenschappelijk doel energie hebben. - Energie verduurzaming? Eerlijk gezegd geen, is dat erg?
	R4	Nee, kun je het me eens uitleggen? - Zijn het energiebedrijven? Ik weet niet wat het betekent.
Wat zou een energiecoöperatie in de toekomst voor jou kunnen betekenen? Waarom denk je dat dat belangrijk voor jou zou zijn?	R1	Ik weet niet zo goed wat het voor mij kan betekenen. - Het klinkt voor iets voor later, als ik zelf voor mijn stroom moet betalen.
	R2	Misschien goedkopere energie. - Omdat alles duurder wordt.
	R3	Ik zie het vooral als iets nuttigs als het financieel voordeel oplevert. - Voor later als ik een eigen huis heb.
	R4	Eerlijk weet ik eigenlijk niet precies wat ze doen. - Ik weet dus ook niet waarom het belangrijk is.

Hoe betrokken of geïnformeerd ben jij op het gebied van duurzame energie? Kun je daar een voorbeeld van geven?	R1	Zelf gebruiken wij geen duurzame energie. Het besparen van energie is een soort ongeschreven regel bij ons thuis. - Je doucht niet onnodig lang en de verwarming hoeft niet warmer dan nodig.
	R2	Ik ken alleen de basics, de standaard informatie over duurzame energie opwekken. - Ik weet wel dat zonnepanelen nemen goedkoper kan zijn op lange termijn.
	R3	Ik let zelf op mijn stroomgebruik omdat het anders aan het einde van de maand optelt. - We douchen bijvoorbeeld niet te lang.
	R4	De energieprijzen zijn nu best heftig, maar ik weet niet of dat er iets mee te maken heeft. - Duurzame energie zelf heeft te maken met zonnepanelen en windmolens.
Wat is jouw rol bij de keuze voor de energie thuis? Wat denk je dat belangrijk is om naar te kijken bij het maken van deze keuze?	R1	Thuis beslist mijn moeder, maar ik denk dat ze voornamelijk kijkt naar de goedkoopste. - Ik denk dat het betrouwbaar is en dat ik weet waar mijn geld naar toe gaat.
	R2	Mijn huisgenoot heeft Eneco als aanbieder gekozen, ik weet alleen niet met welke reden. - Ik zou duurzaamheid en prijs beide belangrijk vinden, maar prijs uiteindelijk wel meer.
	R3	Mijn vader regelt dat soort zaken vrijwel altijd. - Ik vind groene stroom wel belangrijk, maar ik weet niet welke voorwaarde daaraan liggen.
	R4	Thuis beslissen mijn ouders. - Ik denk voornamelijk hoe duur het is en als je het kan betalen later pas duurzaamheid.
Eindconclusie DV 1: (ervaringen met energiecoöperaties): <ul style="list-style-type: none"> - Jongeren hebben geen tot zeer beperkte kennis van energiecoöperaties. - Jongeren koppelen het mogelijke belang van energiecoöperaties vooral aan toekomstige persoonlijke voordelen (voordelige prijs, eigen woning), niet aan duurzaamheid of betrokkenheid. - Jongeren zijn wel enigszins bewust van energieverbruik, maar niet actief betrokken bij duurzame energieprojecten. - Jongeren hebben geen beslissende rol in energiekeuzes en richten zich vooral op kostenbesparing in plaats van duurzaamheid. 		
DV 2: Wat vinden jongeren belangrijk als het gaat om duurzaamheid en lokale initiatieven?		Antwoorden
Hoe belangrijk is duurzaamheid in jouw dagelijks leven? Wat doe je al op dit vlak en wat zou je eventueel nog willen doen?	R1	Ik ben niet super actief, ik wil véél duurzamer leven. - Ik probeer minder onnodige dingen te kopen en koop vooral niets bij winkels die

		helemaal niet duurzaam zijn, ook eet ik bijna geen vlees meer.
	R2	Ik zou er meer mee bezig willen zijn. - Ik koop tweedehands kleding, maar het opgeven van vliegen zou ik lastig vinden.
	R3	Ik vind duurzaamheid belangrijk, maar ik heb niet altijd tijd of geld om ernaar te leven. - Ik scheid bijvoorbeeld afval, maar vind het lastig om altijd duurzame keuzes te maken.
	R4	Ik denk er wel over na, maar niet veel in een dag. - Kleine dingen als met de fiets of OV gaan met mijn ouders en minder vlees eten doe ik wel.
Wat zou jou aanzetten om bij te dragen aan duurzaamheid? Welke aspecten of thema's vind je belangrijk op het gebied van duurzaamheid.	R1	Als ik direct kan zien dat het helpt. - Misschien voorbeelden van jongereninitiatieven.
	R2	Ik vind het belangrijk dat kleine stappen echt verschil maken, niet alleen mooie woorden. - Eigenlijk dat dat duidelijk is.
	R3	Ik krijg voldoening als ik echt ergens aan kan bijdragen. - Dat het zichtbaar bijdraagt aan het milieu.
	R4	Wanneer het sociaal wordt, zoals samen acties doen. - Het moeten voelen als iets positiefs, niet negatief of saai voelen.
Wat weet je van lokale initiatieven in jouw wijk of buurt? Hoe zou je betrokken kunnen zijn en waarom zou je dat doen?	R1	Daar merk ik bijna niks van, ik weet niet of dat op een flyer wordt gedeeld, maar dat bekijk ik nooit. - Ik denk dat je evenementen bezoekt en geld inzamelt.
	R2	Niks eerlijk gezegd. - Als het laagdrempelig is, ik neem aan dat veel duurzame initiatieven veel tijd in beslag nemen.
	R3	Ik weet niks van lokale initiatieven hier. - Ik zou op dit moment niet betrokken willen zijn bij lokale initiatieven zijn als ik eerlijk ben.
	R4	Niet veel, ik krijg daar weinig informatie over. - Ik zou nergens aan vast willen zitten en zo klinkt het wel bij wat je net noemde.
Wat doe je zelf om hieraan bij te dragen? Wat zou je kunnen helpen om hier meer aan bij te dragen?	R1	Ik zoek hier geen informatie over op. - Meer zichtbare lokale dingen waar je makkelijk aan mee kunt doen.
	R2	Ik heb echt nog nooit bijgedragen aan dat soort projecten.

		- Kleine beloningen of voordelen als je deelneemt.
	R3	Ik weet er überhaupt niks van, dus ik doe er niks aan. - Ik zou niet iets kunnen bedenken.
	R4	Zelf doe ik niks. - Zichtbare resultaten van mijn acties.
Eindconclusie DV 2: (duurzaamheid en lokale initiatieven):		
<ul style="list-style-type: none"> - Jongeren vinden duurzaamheid belangrijk, maar hun betrokkenheid blijft oppervlakkig en wisselend door praktische belemmeringen. - Jongeren dragen vooral bij door individuele, kleinschalige gedragingen en niet via grotere initiatieven of gezamenlijke acties. - Jongeren worden vooral gemotiveerd door zichtbare resultaten, sociale betrokkenheid en praktische haalbaarheid. - Jongeren zijn niet op de hoogte van lokale duurzaamheidsinitiatieven en nemen er niet aan deel, vooral door gebrek aan informatie en toegankelijkheid. 		
DV 3: Welke drempels ervaren jongeren om mee te doen of lid te worden van een energiecoöperatie?		Antwoorden
Welke praktische redenen maken het voor jou lastig om deel te nemen aan een energiecoöperatie? Heb je de tijd gehad om je te verdiepen in dit onderwerp en hoe ging het vinden van informatie?	R1	Ik heb er simpelweg geen tijd voor met werk en studie. - Als ik vrije tijd heb ga ik absoluut niet zoeken naar het deelnemen aan een energiecoöperatie.
	R2	Ik woon op kamers, dus ik probeer mijn energiekosten gewoon zo laag mogelijk te houden. - Nee, ik denk dat het een complex onderwerp is en dat je niet snel tegen die informatie aanloopt.
	R3	Ik heb het gevoel dat je er technisch inzicht voor nodig hebt. - Ik zou ook niet weten waar ik moet beginnen als ik het daadwerkelijk zou willen.
	R4	Het onderwerp is niet iets waar ik dagelijks mee bezig ben. - Ik moet toegeven dat ik dan liever iets leuks ga doen dus ik heb het nooit geprobeerd.
Welke financiële aspecten spelen voor jou een rol als je lid of betrokken wilt worden? Onder welke omstandigheden zou dit geen probleem voor je vormen?	R1	Het moet helemaal transparant zijn waar mijn geld heen gaat. - Als het echt gaat om geld onder de 5 euro, dan zou ik minder twijfelen.
	R2	Een hoge investering zou me echt gelijk laten afschrikken. - Een kleine bijdrage of korting maakt het snel aantrekkelijker.
	R3	Het moet bewezen zijn dat ik mijn geld goed terecht komt en dat ik het kan terugverdienen.

		- Denk aan ervaringen van mensen die ik vertrouw.
	R4	Als het geld kost, weet ik van mezelf dat ik niet meedoe. - Ik weet niet of die er zijn, het voelt denk ik als een verlies aan het begin.
Op welke manier speelt je omgeving en kennissenkring een rol bij je beslissing? Zijn er mensen om je heen actief bij een energiecoöperatie en zou het anders voelen als zij meedoen?	R1	Niemand die ik ken doet eraan mee. - Het maakt het wel minder toegankelijk, het voelt alsof er een rede is dat zij er ook niet in betrokken zijn.
	R2	Ik denk wel een grote rol, ik denk alleen niet dat het voor mijzelf veel uitmaakt. - Nee, niet dat ik weet en ik weet ook niet zo goed waardoor dat komt.
	R3	Als vrienden of familie zouden deelnemen, zou ik sneller geneigd zijn om mee te doen. - Zelf ken ik niemand of hebben ze er nooit over verteld.
	R4	Ik denk dat het helpt als iemand in mijn vriendenkring ervaring deelt of uitlegt hoe het werkt. - Ik heb geen idee of iemand daaraan meedoet, en ik weet niet of het mij zou overhalen als er een paar mensen aan meedoen.
Hoe beïnvloeden jouw beeld en eventuele vooroordelen over een energiecoöperatie je deelname? Verwacht je je gehoord en verbonden te voelen met een energiecoöperatie?	R1	Ik vind het idee goed, nu ik weet wat het is, maar het voelt niet relevant voor mij. - Ik zie niet eens voor me hoe ik inspraak kan hebben, laat staan hoe dat zou gaan.
	R2	Ik verwacht niet dat mijn mening veel verschil maakt, dus ik voel me minder betrokken. - Nee, ik heb inderdaad gelijk een type in mijn hoofd.
	R3	Van wat ik nu begrijp, is het voor oudere mensen met een huis die heel geïnteresseerd zijn in duurzame energie. - Het voelt heel formeel en niet heel luchtig zeg maar, dat zou ik moeilijk vinden.
	R4	Ik denk dat het, als ik even hard mag zijn, vooral voor oudere mensen is. - Daardoor voel ik me niet echt aangesproken.
Eindconclusie DV 3: (Drempels voor deelname):		
<ul style="list-style-type: none"> - Jongeren ervaren tijdgebrek en lage prioriteit als belangrijke drempels om zich te verdiepen of deel te nemen aan een energiecoöperatie. - Een gebrek aan toegankelijke en begrijpelijke informatie vormt een duidelijke barrière voor deelname. - Financiële onzekerheid en beperkte middelen maken jongeren voorzichtig; deelname is pas aantrekkelijk als het laagdrempelig en transparant is. - Gebrek aan sociale voorbeelden en leeftijdsgenoten beperkt de kans dat jongeren deelnemen; sociale invloed speelt een belangrijke motiverende rol. 		

- Een negatief of afstandelijk beeld van energiecoöperaties zorgt ervoor dat jongeren zich niet aangesproken of betrokken voelen.

DV 4: Op welke manier zouden jongeren graag betrokken willen zijn en er profijt van hebben?

Antwoorden

<p>Wat denk jij dat een energiecoöperatie verwacht van de leden? Zou je liever actiever willen meebeslissen of eerder alleen financieel bijdragen en waarom?</p>	R1	<p>Dat je interesse toont in de activiteiten en feedback geeft.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Het hangt ervan af, een keertje een heel klein bedrag zou kunnen. Duurzaamheid interesseert me, maar ik voel me niet geroepen om mee te beslissen over duurzame energieprojecten.
	R2	<p>Ik verwacht dat de leden vaak vergaderingen hebben en dat ze actief moeten meedenken over de projecten.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liever financieel bijdragen, omdat ik niet goed weet wat er bij beslissen komt kijken
	R3	<p>Ik weet het niet zo goed, ik denk dat er veel bijeenkomsten zijn waar ze lang over de plannen praten.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ik zou wel eenmalig met andere jongeren een inbreng willen geven, dat lijkt me wel interessant.
	R4	<p>Ik denk dat je als lid ook anderen enthousiast maakt om mee te doen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ik zou beide eigenlijk niet willen op het moment.
<p>Hoe zou je het vinden om in een groep met leeftijdsgenoten te zitten, vergeleken met een meer diverse groep? Maakt het, bij het betrokken willen zijn, uit of het een jongerencoöperatie of een 'algemene' coöperatie is?</p>	R1	<p>Eerder met mensen van onze leeftijd natuurlijk.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Met leeftijdsgenoten voel ik me sneller op mijn gemak en durf ik vragen te stellen.
	R2	<p>Een mix van leeftijden is leerzaam, jongeren kunnen sneller nieuwe ideeën inbrengen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ik denk wel dat ik sneller betrokken zou willen zijn.
	R3	<p>Het is vooral belangrijk dat ik niet de enige jongere persoon ben, dus wel meerdere.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ik denk wel dat er meer ervaring en kennis is met ook de ouderen.
	R4	<p>Met leeftijdsgenoten voelt het niet zo statisch. Het tempo van jongeren past beter bij mijn manier van werken en het voelt veiliger om ideeën te delen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ik zou wel eerder in die setting betrokken willen zijn.
<p>Is er iets waardoor je vrijwillig zou willen meedoen en welke</p>	R1	<p>Ik doe al wat vrijwilligerswerk met de weinig tijd die ik heb.</p>

compensatie of ondersteuning verwacht je? Wat zou jij nodig hebben om je aan te sluiten bij een energiecoöperatie?		<ul style="list-style-type: none"> - Het doel moet heel duidelijk zijn en ik verwacht begeleiding zodat ik weet wat ik moet doen.
	R2	Nee ik zou dat gewoon niet doen. <ul style="list-style-type: none"> - Er zal nog veel moeten veranderen voordat ik dat zou doen, ik zou alleen niet kunnen noemen wat dat precies is.
	R3	Als ik vrijwilligerswerk zou doen zou ik dat sneller voor iets anders doen in bijvoorbeeld mijn vakgebied. <ul style="list-style-type: none"> - Ik weet het in alle eerlijkheid even niet.
	R4	Niet vrijwillig, wel misschien gewoon voor het minimumloon. Ik weet niet of dat kan? <ul style="list-style-type: none"> - Het moet ook volledig flexibel zijn, school en ander dingen gaan altijd voor.
Wat maakt het voor jou aantrekkelijk om mee te doen? Hoe zouden energiecoöperaties jou op de lange termijn lid kunnen houden?	R1	Ik denk toch uiteindelijk een soort beloning, dat ik naast iets goeds voor het milieu ook iets voor mezelf doe. <ul style="list-style-type: none"> - Ik denk wanneer het ook leuk is.
	R2	Als ik iets moet noemen is het dat ik weet dat mijn bijdrage echt gebruikt wordt. <ul style="list-style-type: none"> - Ik denk dat erkenning ervoor zou zorgen dat ik blijf, bijvoorbeeld voor een latere werkgever.
	R3	Er moeten geen verplichtingen zijn. <ul style="list-style-type: none"> - Als het makkelijk is en bijvoorbeeld geld oplevert.
	R4	Ik zou het snelst beginnen als bekende van me het ook zouden doen, ik weet anders gewoon niet wat te verwachten. <ul style="list-style-type: none"> - Misschien als het gezellig is en het meer energie geeft dan vraagt.
Eindconclusie DV 4: (Betrokkenheid en profijt): <ul style="list-style-type: none"> - Jongeren willen laagdrempelige en niet-verplichte betrokkenheid, vooral via kleine financiële bijdragen of eenmalige inbrengmomenten in plaats van structurele deelname. - Jongeren willen het liefst met andere jongeren samenwerken binnen een coöperatie, of in elk geval niet de enige jongeren zijn. De sociale sfeer en gelijkwaardige communicatie zijn bepalend. - Vrijwillige inzet komt alleen tot stand als er duidelijke structuur, flexibiliteit en (toch eventuele financiële) waardering aanwezig is. - Jongeren willen dat deelname persoonlijke voordelen en voldoening oplevert. Het moet leuk, zinvol en zichtbaar effectief zijn. - Voor duurzame betrokkenheid zijn sociale verbinding, positieve ervaring en duidelijke meerwaarde voor de jongeren cruciaal. 		
DV 5: Hoe kunnen energiecoöperaties jongeren bereiken?		Antwoorden
Aan welke content (ook wel communicatiemiddelen) heb je behoefte als een energiecoöperatie je wil informeren en bereiken? Wat	R1	Liefst visueel en niet te veel tekst. <ul style="list-style-type: none"> - Het is al een saaier onderwerp om je aandacht erbij te houden.
	R2	Geen posters, ik heb er daar echt weinig van in mijn leven echt gelezen.

zijn de aspecten die je aanspreken in deze methode?		- Eerder verhalen van jongeren via video's, dat voelt realistischer.
	R3	Mogelijk combineren met een schoolopdracht of een soortgelijke situatie waarin je je professioneel moet opstellen naar dat soort initiatieven. - Dat is een gelegenheid waarop ik nog wel eens zulke informatie wil opnemen.
	R4	Op een dag zie ik vooral video's waar dan soms kort uitleg over een bepaald onderwerp wordt gegeven. - Ik denk niet dat ik het zelf ga opzoeken namelijk.
Wat voor inhoud zou de content van een energiecoöperatie moeten bevatten volgens jou? Zijn er bepaalde aspecten, qua tekst of beeld, die voor jou belangrijk zijn om iets te willen bekijken?	R1	Visuele voorbeelden van projecten in mijn buurt. - Het liefst korte video's of foto's.
	R2	Ik denk wat het concreet oplevert. - Duidelijk en niet te veel gefocust op jongeren dat het pijnlijk is om te zien hoe erg ze het proberen.
	R3	Laten zien dat het niet moeilijk is en het waard is. - Laten zien hoe je het kunt toepassen.
	R4	Verhalen van jongeren die al iets bereikt hebben. - Het moet niet op de standaard informatiefilmpjes lijken, die herken je en sla je over.
Van welke (sociale) media maak je op dit moment regelmatig gebruik van? Voor welke redenen maak je gebruik van deze (sociale) media?	R1	Instagram, tiktok, snapchat en ook wel pinterest. - Eigenlijk om vrienden op de hoogte te houden en trends te volgen denk ik.
	R2	Tiktok, insta en snapchat en heel veel YouTube. - Alles voor korte leuke video's of snelle updates.
	R3	Tiktok, Instagram, snap en LinkedIn tegenwoordig. - LinkedIn voor werk dingen de rest is gewoon handig en leuk om te scrollen.
	R4	Ik denk wel alles, Instagram, tiktok en snap. En is YouTube sociale media? - YouTube voor langere video's en de andere zijn puur gemakkelijk en een beetje informatie op insta.
Via welke kanalen zou je het liefst geïnformeerd of benaderd willen worden door een energiecoöperatie? Waarom denk je	R1	Op mijn telefoon denk ik Instagram het snelste. - Ik denk dat dat soms nog wel een beetje formeel voelt, daar volg ik ook veel nieuws bijvoorbeeld.

dat deze kanalen jou wel zouden kunnen bereiken?	R 2	Wellicht eerder in mijn mail dan op social media. - Ander ben ik veel te snel afgeleid.
	R 3	Ik denk insta of LinkedIn. - Dit zijn platformen waar je dit soort dingen verwacht dus dan reageer je er denk ik beter op.
	R 4	Eerder via insta dan op tiktok zal ik daar echt geen seconde de tijd voor nemen om naar te kijken. - Hier is de snelheid er minder ingebouwd, er zijn ook andere informatieve kanalen.

Eindconclusie DV 5: (Hoe jongeren betrekken):

- Jongeren willen dat communicatie visueel kort, modern en contextgericht is. Tekstuele of formele middelen werken nauwelijks.
- Jongeren willen echte herkenbare verhalen zien die laten zien wat deelname precies oplevert en dat het makkelijk uitvoerbaar is.
- De meest effectieve kanalen om jongeren te bereiken zijn Instagram en Tiktok, eventueel aangevuld met YouTube of LinkedIn voor context of verdieping.
- De toon en stijl moeten persoonlijk, echt en informeel zijn. Niet te serieus, maar ook niet te kinderachtig.
- Jongeren moeten binnen hun eigen leefwereld en via bestaande kanalen bereikt worden, met duidelijk nut of voordeel voor hen.

Interviews thomas

1a	Antwoord	Code	Thema
Respondent 1	Ik weet vrijwel niets over energiecoöperaties.	Lage kennis / onbekend	Kennisniveau
Respondent 2	Hmm, eerlijk gezegd weet ik niet superveel van energiecoöperaties. Ik heb er weleens van gehoord, volgens mij zijn het groepen mensen die samen investeren in duurzame energie, zoals zonnepanelen of windmolens, toch?	Lage kennis / Basisidee over investering in duurzame energie / Onzekerheid	Kennisniveau / Samenwerking in duurzame energie
Respondent 3	Eerlijk gezegd weet ik er niet veel van. Ik heb wel eens gehoord dat mensen samen investeren in bijvoorbeeld zonnepanelen of windenergie, maar verder geen idee hoe het precies werkt.	Lage kennis / Basisidee over investering in duurzame energie / Onbekend met werking	Kennisniveau / Samenwerking in duurzame energie
1b			
Respondent 1	Vragen die in mij opkomen zijn voornamelijk wat is een energiecoöperatie en wat doet dit precies? Als ik moest gokken zouden dit samenwerkingsverbanden zijn tussen energie aanbieders wie gaan kijken hoe onze energie duurzamer geproduceerd kan worden.	Onzekerheid / Basisidee samenwerking energieaanbieders / Vragen over doel en werking	Onbekendheid & Kennisbehoefte
Respondent 2	Wat levert het mij op, behalve dat het duurzaam is? Ik denk ook een beetje aan ouder publiek, eerlijk gezegd. Het klinkt als iets waar mijn ouders eerder in zouden stappen dan mijn vrienden.	Persoonlijke relevantie / Duurzaamheid als voordeel / Perceptie van doelgroep / Leeftijdsverwachting	Motivatie & doelgroeperceptie
Respondent 3	Vragen die bij me opkomen zijn vooral: wat kost het, wat levert het op, en moet je er veel tijd in steken?	Kosten / Persoonlijk voordeel / Tijdsinvestering / Vragen over praktische implicaties	Motivatie & praktische overwegingen

2a			
Respondent 1	Wellicht kan dit voor goedkopere en duurzamere energie zorgen in de toekomst welke beter is voor mens en milieu.	Duurzaamheid / Lagere energiekosten / Positief effect op mens en milieu	Voordelen / Motivatie
Respondent 2	Misschien zou het me kunnen helpen om wat bewuster met energie om te gaan. Als ik later een eigen huis heb, lijkt het me wel tof om mee te doen aan iets lokaals dat duurzaam is. Het voelt dan alsof je samen iets opbouwt in je buurt. En als het ook financieel wat oplevert, is dat natuurlijk mooi meegenomen.	Bewustwording energiegebruik / Deelname aan lokale initiatieven / Samenwerking / Financieel voordeel / Duurzaamheid	Voordelen / Motivatie / Sociale betrokkenheid
Respondent 3	Misschien lagere energiekosten of dat mijn energie wat duurzamer wordt, maar ik heb daar niet echt een concreet beeld bij. Als het makkelijk en goedkoop is, zou het misschien interessant zijn.	Lagere energiekosten / Duurzaamheid / Onzekerheid / Gemak / Interesse bij lage drempel	Voordelen / Motivatie / Voorwaarden voor deelname
2b			
Respondent 1	Dit kan voor onze toekomst wel heel belangrijk zijn.	Belang voor toekomst / Duurzaamheid / Maatschappelijke relevantie	Motivatie / Waarde voor samenleving
Respondent 2	Omdat duurzaamheid steeds belangrijker wordt, maar het soms moeilijk is om zelf echt iets bij te dragen. Een energiecoöperatie maakt dat wat makkelijker. Het geeft ook een goed gevoel om te weten dat je meedoet aan iets wat beter is voor de toekomst, zonder dat je alles zelf hoeft te regelen of er teveel tijd in hoeft te steken.	Duurzaamheid / Moeilijk zelf bij te dragen / Samenwerking / Gemak / Positief gevoel / Bijdrage aan toekomst	Motivatie / Sociale betrokkenheid / Voordelen / Gemak
Respondent 3		Financieel voordeel / Gemak / Lage motivatie door	Motivatie / Voorwaarden voor

	Het is vooral belangrijk als het geld scheelt of als het handig is, niet zozeer omdat ik heel bewust bezig ben met duurzaamheid.	duurzaamheid / Praktische overwegingen	deelname / Praktische voordelen
3a			
Respondent 1	Daar ben ik wel redelijk over geïnformeerd, maar alleen in zijn algemene vorm.	Algemene kennis / Niet gedetailleerd / Beperkte betrokkenheid	Kennisniveau / Betrokkenheid
Respondent 2	Niet super betrokken, eerlijk gezegd. Ik probeer wel een beetje op de hoogte te blijven van wat er speelt, maar ik ben er niet actief mee bezig. Ik weet bijvoorbeeld dat zonnepanelen en windenergie beter zijn voor het milieu, maar ik volg niet echt projecten of nieuws daarover.	Lage betrokkenheid / Basiskennis / Niet actief / Weet voordelen duurzame energie	Kennisniveau / Betrokkenheid / Motivatie
Respondent 3	Ik ben er eigenlijk weinig mee bezig en volg het bijna niet. Ik weet dat er zoiets is als duurzame energie en dat het beter is voor het milieu, maar verder heb ik er weinig kennis van.	Weinig kennis / Lage betrokkenheid / Basisidee over milieuvordelen	Kennisniveau / Betrokkenheid
3b			
Respondent 1	Een voorbeeld daarvan kan zonne energie zijn, of wind energie.	Voorbeeld duurzame energie / Basiskennis	Kennisniveau / Duurzaamheid
Respondent 2	Bij mijn ouders thuis hebben ze zonnepanelen, dus daar heb ik wel wat van meegekregen. Ze vertelden dat het best wat oplevert op de energierekening. Zelf let ik gewoon op kleine dingen, zoals lampen uitdoen of korter douchen, maar verder doe ik eigenlijk niet	Voorbeeld duurzame energie / Thuiservaring / Kleine gedragsaanpassingen / Beperkte actieve betrokkenheid	Kennisniveau / Praktische betrokkenheid

	veel met duurzame energie.		
Respondent 3	Ik hoor weleens iets in het nieuws over zonnepanelen of windmolens, maar ik doe er zelf eigenlijk niets mee. Ik probeer misschien af en toe lampen uit te doen of minder water te gebruiken, maar dat is meer uit gewoonte dan bewust bezig zijn met duurzaamheid.	Voorbeeld duurzame energie / Beperkte betrokkenheid / Gewoontegedrag	Kennisniveau / Betrokkenheid / Motivatie
4a			
Respondent 1	Ik heb voor een energiemaatschappij gekozen welke voor ons het goedkoopste was/is.	Prijs / Keuze gebaseerd op kosten	Keuzecriteria / Prijsbewustzijn
Respondent 2	Ik woon nog bij mijn ouders, dus ik heb daar zelf niet echt iets over te zeggen. Zij regelen het energiecontract en de leverancier. Ik hoor soms wel mee in de gesprekken als ze het hebben over prijzen of de opbrengst van de zonnepanelen, maar ik beslis niet mee.	Geen eigen invloed / Thuisregeling / Toeschouwer	Keuzecriteria / Betrokkenheid
Respondent 3	Omdat ik op kamers woon, beslis ik er zelf eigenlijk niets over. Mijn huurbaas regelt het energiecontract, dus ik heb er geen echte invloed op.	Geen eigen invloed / Thuisregeling / Toeschouwer	Keuzecriteria / Betrokkenheid
4b			
Respondent 1	Momenteel is voor mij de prijs toch een vrij belangrijke doorslaggever geweest. Maar de manier waarop energie gewonnen wordt is ook wel belangrijk om naar te kijken. Misschien iets om in de toekomst wat beter naar te gaan kijken.	Prijs belangrijk / Duurzaamheid belangrijk / Toekomstige overweging	Keuzecriteria / Prijsbewustzijn / Duurzaamheid
Respondent 2	Ik denk dat prijs en duurzaamheid het belangrijkste zijn. Mensen	Prijs / Duurzaamheid / Gemak / Toegankelijkheid	Keuzecriteria / Motivatie / Duurzaamheid

	willen iets dat betaalbaar is, maar ook goed voelt, dus niet alleen goedkoop, maar ook groen als het kan. En dat het makkelijk geregeld kan worden, zonder allemaal ingewikkelde stappen of lange contracten.		
Respondent 3	Prijs is belangrijk, maar ook hoe makkelijk het geregeld kan worden. Als er een optie is die duurzaam is en misschien iets oplevert, zoals korting of lagere kosten op de lange termijn, vind ik dat interessant.	Prijs / Gemak / Duurzaamheid / Mogelijk financieel voordeel	Keuzecriteria / Motivatie / Duurzaamheid
5a			
Respondent 1	Duurzaamheid maakt wel deel uit van mijn dagelijks leven. Ik doe hier helaas wel wat weinig aan, dus het zou beter kunnen.	Belang duurzaamheid / Huidige beperkte actie	Duurzaam gedrag / Motivatie
Respondent 2	Ik vind het wel belangrijk, maar ik ben er niet constant mee bezig. Het is meer iets waar ik op let als het makkelijk te doen is, zoals minder verspillen of bewust kiezen. Ik probeer wel mijn steentje bij te dragen, maar ik ben niet iemand die alles perfect duurzaam doet.	Bewustwording / Belang duurzaamheid / Gemak	Duurzaam gedrag / Motivatie
Respondent 3	Ik vind het wel belangrijk, maar niet leidend in mijn keuzes. Het is leuk om iets goeds te doen voor het milieu, maar ik ben er niet constant mee bezig. Het moet makkelijk en praktisch zijn.	Belang duurzaamheid / Praktisch / Gemak	Duurzaam gedrag / Motivatie
5b			
Respondent 1	Ik maak gebruik van een herbruikbaar groentezakje in de supermarkt en gebruik plastic tassen opnieuw. Daarnaast reis ik ook twee keer in de week met het OV in plaats van	Concrete duurzame acties / Kleine gedragsaanpassingen	Duurzaam gedrag / Praktische betrokkenheid

	met de auto en hergebruik plastic flesjes.		
Respondent 2	Ik probeer afval te scheiden, koop soms tweedehands kleding, en let een beetje op mijn energieverbruik, zoals lichten uitdoen en niet te lang douchen. In de toekomst zou ik wel meer willen doen, bijvoorbeeld elektrisch rijden of zonnepanelen nemen als ik een eigen huis heb. Maar op dit moment is dat nog een beetje ver van m'n bed.	Concrete acties / Kleine gedragsaanpassingen / Toekomstige plannen	Duurzaam gedrag / Motivatie / Praktische betrokkenheid
Respondent 3	Ik probeer afval te scheiden en energie niet onnodig te verspillen. Misschien zou ik later zonnepanelen overwegen als dat makkelijk kan en financieel iets oplevert, maar verder doe ik er niet veel aan.	Afval scheiden / Energie besparen / Mogelijke toekomstige actie / Praktisch	Duurzaam gedrag / Motivatie / Praktische betrokkenheid
6a			
Respondent 1	Als het voor mij een gemakkelijke verandering is, kan ik mij daar beter aan aanpassen. Ik had eerder namelijk geen groente zakjes mee, en nu kun je ze in elke jas en tas van mij vinden.	Gemak als motivatie / Gedragsverandering	Motivatie / Duurzaam gedrag
Respondent 2	Als ik echt zou merken dat mijn bijdrage verschil maakt, dan zou dat me motiveren. Dus als ik kan zien wat het oplevert, bijvoorbeeld lagere kosten, een schonere buurt of minder verspilling. Ook als het makkelijk en betaalbaar is om mee te doen, zou ik sneller stappen zetten.	Gemak / Impact zichtbaar / Motivatie door resultaat	Motivatie / Duurzaam gedrag / Participatie
Respondent 3	Als het makkelijk is en iets oplevert, zoals geld besparen of je eigen buurt verbeteren, zou ik sneller	Gemak / Zichtbaar resultaat / Financieel voordeel / Lokale impact	Motivatie / Duurzaam gedrag / Participatie

	meedoen. Ook als er iets concreets te zien is van mijn bijdrage, zoals zonnepanelen of een zichtbaar project, trekt dat mijn aandacht.		
6b			
Respondent 1	Ik vind het belangrijk dat een stapje in de duurzame richting gemakkelijk moet zijn en een impact kunnen hebben voor het toekomstbeeld zoals het verminderen van plastic gebruik.	Gemak / Impactgericht / Duurzaam gedrag	Motivatie / Duurzaam gedrag / Impact
Respondent 2	Voor mij zijn vooral energieverbruik en afval belangrijk. Minder verspillen vind ik logisch. En duurzame energie, zoals zon of wind, spreekt me aan, zolang het niet te duur is. Ook eerlijkheid vind ik belangrijk, dat bedrijven niet alleen “groen” zeggen te zijn, maar het ook echt doen.	Energieverbruik / Afval / Duurzame energie / Eerlijkheid	Motivatie / Duurzaam gedrag / Vertrouwen
Respondent 3	Energieverbruik en iets doen dat praktisch effect heeft. Minder verspillen, geld besparen en lokale projecten waar je iets van merkt, spreken me het meest aan.	Energieverbruik / Praktisch effect / Lokale projecten	Motivatie / Duurzaam gedrag / Participatie
7a			
Respondent 1	Ben ik niet mee bekend.	Onbekend / Lage kennis	Kennisniveau / Betrokkenheid
Respondent 2	Niet heel veel, eerlijk gezegd. Ik weet dat er bij ons in de buurt een groep is die bezig is met het vergroenen van tuinen en soms een opruimdag organiseert, maar verder hoor je er niet zoveel over.	Beperkte kennis / Lokale initiatieven / Onzichtbaar voor jongeren	Betrokkenheid / Kennisniveau / Bereik
Respondent 3	Niet veel. Ik heb wel gehoord dat er soms dingen georganiseerd worden zoals tegelwippen of groene projecten, maar ik heb er nooit iets mee te	Beperkte kennis / Initiatieven bekend maar niet gevolgd	Kennisniveau / Betrokkenheid

	maken gehad of actief opgezocht.		
7b			
Respondent 1	Er is een soort wijkvergadering waar je naartoe kan. We krijgen daar soms post van, maar ik heb daar niet zoveel zin in. Dat lijkt mij meer iets voor oudere mensen om heen te gaan, niet echt voor de jeugd.	Lage interesse / Perceptie doelgroep / Onbekendheid	Betrokkenheid / Motivatie / Perceptie jongeren
Respondent 2	Ik zou wel mee willen doen als het iets praktisch en kleinschaligs is, zoals helpen bij een buurtproject of meedenken over iets met energie of duurzaamheid. Maar dan moet het duidelijk zijn wat het oplevert en niet te veel tijd kosten.	Interesse bij concreet / Kleinschalig project / Duidelijk resultaat / Tijd	Motivatie / Deelnamebarrières / Praktische betrokkenheid
Respondent 3	Misschien door een keer mee te helpen bij een concreet project of een actie die laagdrempelig is. Ik zou het doen als het leuk, praktisch en sociaal is, bijvoorbeeld iets samen met vrienden of leeftijdsgenoten.	Laagdrempelig / Praktisch / Sociaal / Projectparticipatie	Motivatie / Deelnamebarrières / Sociale betrokkenheid
8a			
Respondent 1	Ik gooi mijn afval niet op straat ook heb ik mij onlangs aangemeld om bij de lokale volleybal club te gaan spelen.	Positief milieugedrag / Sociale betrokkenheid	Duurzaam gedrag / Sociale betrokkenheid
Respondent 2	Op dit moment eigenlijk niet zo veel.	Lage betrokkenheid / Passief	Betrokkenheid / Motivatie
Respondent 3	Eigenlijk weinig. Afval scheiden en energie besparen doe ik, maar dat is vooral uit gewoonte of omdat het makkelijk is, niet vanuit actieve betrokkenheid bij initiatieven.	Gewoontegedrag / Passieve betrokkenheid	Duurzaam gedrag / Betrokkenheid
8b			
Respondent 1	Ze kunnen het duidelijker maken wat er gaande is in de buurt om zo de lokale	Informatievoorziening / Lokale betrokkenheid	Betrokkenheid / Communicatie

	bewoners meer betrokken te krijgen.		
Respondent 2	Ik denk dat het zou helpen als de initiatieven beter zichtbaar zijn, bijvoorbeeld via Instagram of een korte video waarin je ziet wat ze doen en wat het oplevert. Als het laagdrempelig is, dus niet te formeel en met jonge mensen erbij, zou ik sneller meedoen.	Communicatie / Social media / Laagdrempelig / Motivatie	Bereik / Communicatie / Motivatie
Respondent 3	Als het makkelijk te doen is, bijvoorbeeld een eenmalige actie of iets dat zichtbaar effect heeft, zou ik eerder meedoen. Ook kleine beloningen of voordelen, zoals korting op energie of iets tastbaars in de buurt, zouden motiverend zijn.	Gemak / Zichtbaar resultaat / Kleine beloningen	Motivatie / Deelnamebarrières / Participatie
9a			
Respondent 1	Ik werk 32 uur in de week en wil daarnaast ook mijn eigen hobbies nog uit kunnen oefenen. Zou er dus niet teveel tijd voor kwijt willen zijn.	Tijdbeperking / Prioriteiten	Motivatie / Deelnamebarrières
Respondent 2	Vooraf tijd en kennis. Ik weet niet precies hoe het werkt of wat er van je verwacht wordt. Het klinkt al snel ingewikkeld en iets waar je veel mee bezig moet zijn. Ook denk ik dat het geld kost om lid te worden of te investeren, en dat houdt me een beetje tegen.	Tijd / Kennis / Financiële investering / Complexiteit	Deelnamebarrières / Motivatie / Kennisniveau
Respondent 3	Het klinkt ingewikkeld, je moet er geld voor investeren en tijd in steken. Ik weet niet goed wat er van je verwacht wordt en hoe het werkt, dus dat houdt me tegen.	Tijd / Geld / Complexiteit / Onzekerheid	Deelnamebarrières / Motivatie
9b			
Respondent 1	Ik heb mij niet verdiept in het onderwerp nee.	Lage interesse / Onbekendheid	Betrokkenheid / Kennisniveau

Respondent 2	Niet echt, nee. Ik heb het weleens gegoogeld, maar het is best lastig om duidelijke informatie te vinden. De websites die ik tegenkwam waren vaak heel technisch of gericht op mensen die er al verstand van hebben.	Onvoldoende informatie / Moeilijke toegankelijkheid	Kennisniveau / Deelnamebarrières / Communicatie
Respondent 3	Nee, ik heb er weinig tijd voor gehad.	Tijd / Onvoldoende betrokkenheid	Deelnamebarrières / Motivatie
10a			
Respondent 1	Ik snap dat het om een vrijwillige basis gaat, maar mogelijk toch nog een kleine vergoeding of dan iets van een activiteiten pas te krijgen waar je in de stad bijvoorbeeld musea, dierenparken of sportverenigingen vergoed krijgt.	Beloning / Incentive / Vrijwillige deelname	Motivatie / Participatiebevordering
Respondent 2	Voor mij speelt vooral de kostenkant een grote rol. Als ik eerst moet investeren, wil ik wel duidelijk weten wat het oplevert en hoe snel ik dat terugverdien. Ook wil ik niet vastzitten aan iets dat maandelijks geld kost zonder dat ik er echt iets van merk.	Kosten / Rendement / Financiële zekerheid	Deelnamebarrières / Motivatie
Respondent 3	De kosten en wat ik ervoor terugkrijg zijn belangrijk. Ik wil niet veel geld investeren als ik niet weet wat het oplevert of hoe lang het duurt voordat ik iets terugkrijg.	Kosten / Rendement / Financiële zekerheid	Deelnamebarrières / Motivatie
10b			
Respondent 1	Het zou ook een makkelijkere stap zijn wanneer je weet dat er meer jongere te vinden zijn. Als je denkt aan vrijwilligers dan ga je al snel aan mensen met een oudere/ gepensioneerde leeftijd denken en daar	Sociale invloed / Leeftijdsperspectief / Gemak	Motivatie / Sociale betrokkenheid

	hoef ik ook niet perse tussen te zitten.		
Respondent 2	Als het bedrag laag is of als ik zeker weet dat ik het terugverdien, dan zou het geen probleem zijn. Bijvoorbeeld als het een eenmalige kleine bijdrage is, of als ik precies kan zien waar mijn geld naartoe gaat, zoals zonnepanelen in mijn buurt.	Lage kosten / Transparantie / Financieel inzicht	Deelnamebarrières / Motivatie / Vertrouwen
Respondent 3	Als het weinig kost of duidelijk iets oplevert, zoals korting op mijn energierekening of een concreet voordeel voor mijn kamer of buurt.	Lage kosten / Zichtbaar resultaat / Financieel voordeel	Deelnamebarrières / Motivatie
11a			
Respondent 1	Dat zou een grote rol spelen. Wanneer hier bekenden actief in zouden zijn, zou zo'n stap ook gemakkelijker gemaakt worden.	Sociale invloed / Bekendenparticipatie	Motivatie / Sociale betrokkenheid
Respondent 2	Best wel een beetje. Als vrienden of mensen die ik ken erbij betrokken zijn, voel ik me sneller geneigd om mee te doen. Het geeft een veilig gevoel dat je het niet helemaal alleen doet en dat je ervaringen kunt delen.	Sociale invloed / Bekendenparticipatie / Veilig gevoel	Motivatie / Sociale betrokkenheid
Respondent 3	Als vrienden of leeftijdsgenoten meedoen, kan dat het interessanter maken. Het geeft een sociaal aspect en het voelt laagdrempeliger.	Sociale invloed / Bekendenparticipatie / Sociaal aspect	Motivatie / Sociale betrokkenheid
11b			
Respondent 1	Voor zover ik weet is hier niemand in mijn omgeving actief in nee. Het zou wel anders voelen als zij hier wel in bijdroegen. Dan zou ik mogelijk ook iets meer van het onderwerp weten.	Sociale invloed / Onbekendheid	Motivatie / Kennishoogte / Sociale betrokkenheid
Respondent 2	Op dit moment niet echt, ik ken eigenlijk niemand die actief is bij een	Onbekendheid / Sociale invloed /	Motivatie / Sociale betrokkenheid / Bereik

	energiecoöperatie. Maar als iemand die ik ken zou meedoen, zou ik het denk ik serieuzer overwegen. Het voelt dan minder onbekend en een stuk laagdrempeliger om er zelf ook bij betrokken te raken.	Motivatie door contact	
Respondent 3	Nee, niemand die ik ken doet eraan mee. Als iemand die ik ken meedeed, zou het misschien leuker en makkelijker zijn om ook mee te doen.	Onbekendheid / Sociale invloed / Motivatie door contact	Motivatie / Sociale betrokkenheid / Bereik
12a			
Respondent 1	Het beeld wat ik krijg als ik aan een energiecoöperatie denk, is vrij saai doordat ik het idee heb dat de gemiddelde leeftijd vrij hoog ligt, hierdoor zou ik niet snel aan deelname denken.	Perceptie ouder publiek / Lage aantrekkingskracht	Perceptie jongeren / Motivatie
Respondent 2	Ik denk dat mijn beeld best wat invloed heeft. Voor mij voelt het nog een beetje oud en ouderwets, iets voor oudere mensen die veel tijd en kennis hebben. Daardoor denk ik soms dat het ingewikkeld is om erbij te horen of dat het niet echt iets voor jongeren is.	Perceptie oudere leden / Moeilijk toegankelijk / Leeftijdsbarrière	Perceptie jongeren / Deelnamebarrières
Respondent 3	Ik denk dat het nog steeds een beetje "oud en ingewikkeld" voelt. Dat maakt dat ik er niet vanzelf in zou stappen. Maar het idee dat je iets concreets kan doen voor duurzaamheid en misschien geld bespaart, spreekt me wel aan.	Perceptie oud / Moeilijk toegankelijk / Zichtbaar resultaat	Perceptie jongeren / Deelnamebarrières / Motivatie
12b			
Respondent 1	Misschien wel gehoord, maar niet verbonden. Het trekt niet perse mijn interesse.	Lage betrokkenheid / Onbekendheid	Betrokkenheid / Kennisniveau

Respondent 2	Op dit moment niet echt, omdat ik denk dat de meeste leden ouder zijn en andere interesses hebben. Maar als een coöperatie echt ook jongeren betreft en luistert naar ideeën van jonge leden, zou ik me wel meer verbonden voelen.	Leeftijdsbarrière / Jongerenparticipatie	Perceptie jongeren / Betrokkenheid / Motivatie
Respondent 3	Niet automatisch. Als het vooral oudere leden zijn, zou ik me misschien minder verbonden voelen. Maar als er ook jongeren betrokken zijn, zou dat beter voelen.	Leeftijdsbarrière / Jongerenparticipatie / Verbondenheid	Perceptie jongeren / Betrokkenheid / Motivatie
13a			
Respondent 1	Ik denk dat ze verwachten dat er wordt gepraat over hoe er duurzamer om kan worden gegaan met onze energie en dat er verwacht wordt dat de leden met mogelijke ideeën komen om de stad een stukje duurzamer te maken.	Verwachting actieve bijdrage / Duurzaamheid	Motivatie / Participatieverwachting
Respondent 2	Ik denk dat ze verwachten dat je meehelpt beslissen over projecten en misschien ook af en toe meedoet aan activiteiten of vergaderingen. Misschien ook dat je financieel bijdraagt, maar ik heb het gevoel dat actief meedenken en betrokken zijn wel belangrijk wordt gevonden.	Actieve deelname / Projectbijdrage / Financiële bijdrage	Motivatie / Deelnameverwachting
Respondent 3	Dat je meebeslist, misschien actief deelneemt aan projecten, en financieel bijdraagt.	Actieve deelname / Projectbijdrage / Financiële bijdrage	Motivatie / Deelnameverwachting
13b			
Respondent 1	Ik zou liever een kleine bijdrage betalen en op de achtergrond blijven, ik heb nooit veel behoefte gehad om op de voorgrond te staan. En ik verwacht zo er minder tijd in hoeven te steken.	Passieve deelname / Tijdbeperking / Financiële bijdrage	Motivatie / Deelnamevorm

Respondent 2	Ik zou liever vooral financieel bijdragen en op de achtergrond betrokken zijn. Actief meebeslissen lijkt me best tijdrovend en ingewikkeld, en ik heb het idee dat je er veel kennis voor nodig hebt. Financieel bijdragen voelt laagdrempeliger en je steunt het project toch, zonder dat het te veel tijd kost of ingewikkeld wordt.	Financiële bijdrage / Passieve deelname / Tijd / Kennis	Deelnamevorm / Motivatie
Respondent 3	Ik zou eerder alleen financieel bijdragen. Actief meebeslissen klinkt tijdrovend en ingewikkeld, en ik heb er niet veel kennis over.	Financiële bijdrage / Passieve deelname / Tijd / Kennis	Deelnamevorm / Motivatie
14a			
Respondent 1	Dit zou mij meer aantrekken dan met een diverse groep. Je praat toch anders met mensen van je eigen leeftijd en begrijpt elkaar ook wat beter.	Leeftijdsgenoten voorkeur / Sociale aansluiting	Motivatie / Sociale betrokkenheid
Respondent 2	Ik denk dat het fijner zou zijn om in een groep met leeftijdsgenoten te zitten. Dan heb je meer gedeelde interesses en ideeën, en voelt het minder formeel of ingewikkeld.	Leeftijdsgenoten / Gedeelde interesses / Toegankelijk	Sociale betrokkenheid / Motivatie
Respondent 3	Met leeftijdsgenoten lijkt het makkelijker en leuker, omdat je elkaar beter begrijpt. In een oudere of diverse groep zou ik me misschien minder op mijn gemak voelen.	Leeftijdsgenoten / Sociale aansluiting / Comfort	Sociale betrokkenheid / Motivatie
14b			
Respondent 1	Ik denk wel dat dat een andere kijk geeft op het woord en er dus ook sneller jongere op afstappen. Mogelijk een tweede coöperatie starten met alleen jongeren. We willen natuurlijk ook niet de gepensioneerde achter	Leeftijdsgerichte coöperatie / Diversiteit / Aantrekkelijkheid	Motivatie / Sociale betrokkenheid

	de geraniums laten zitten dus die andere mag ook gewoon blijven.		
Respondent 2	Ja, dat maakt voor mij best veel uit. Een jongerencoöperatie voelt laagdrempeliger en meer toegankelijk. Je zou je sneller betrokken en gehoord voelen, en het is makkelijker om ideeën in te brengen die passen bij jouw leeftijdsgroep.	Jongerencoöperatie / Laagdrempelig / Toegankelijkheid	Sociale betrokkenheid / Motivatie
Respondent 3	Ja, een jongerencoöperatie voelt laagdrempeliger en toegankelijker. Het lijkt makkelijker om ideeën in te brengen en betrokken te zijn.	Jongerencoöperatie / Laagdrempelig / Toegankelijkheid	Sociale betrokkenheid / Motivatie
15a			
Respondent 1	Misschien als er ook andere dingen georganiseerd worden met deze cooperatie naast de energie vergaderingen zoals een spellen avond of andere activiteiten welke dan met deze groep kunnen worden gepland zoals excursies.	Extra activiteiten / Sociale interactie	Motivatie / Sociale betrokkenheid / Aantrekkelijkheid
Respondent 2	Ik zou eerder vrijwillig meedoen als het leuk en praktisch is, bijvoorbeeld iets in de buurt dat je samen met anderen kunt doen, en als ik zie dat het echt verschil maakt. Compensatie hoeft niet per se geld te zijn; kleine beloningen zoals korting op energie, leuke evenementen, of iets tastbaars dat je terugziet in je buurt zou al motiverend zijn.	Vrijwillige deelname / Praktisch / Kleine beloningen / Zichtbaar resultaat	Motivatie / Deelnamebarrières / Participatie
Respondent 3	Ik zou meedoen als het makkelijk is, leuk en concreet, en als ik iets	Makkelijk / Leuk / Concreet / Duidelijke uitleg	Motivatie / Deelnamebarrières / Participatie

	terugkrijg, zoals korting of een zichtbaar resultaat in de buurt. Ondersteuning zou bestaan uit duidelijke uitleg, zodat je weet wat er van je verwacht wordt en het niet ingewikkeld voelt.		
15b			
Respondent 1	Iets wat meer dan alleen over energie besluiten gaat. Zoals netgenoemd ook spellenavonden om elkaar ook wat beter te leren kennen.	Extra activiteiten / Sociale interactie	Motivatie / Sociale betrokkenheid / Aantrekkelijkheid
Respondent 2	Ik zou vooral behoefte hebben aan duidelijke informatie over wat het inhoudt, wat het kost en wat je ervoor terugkrijgt. Ook laagdrempelig contact of begeleiding, zodat ik vragen kan stellen en niet het gevoel heb dat ik er alleen voor sta.	Duidelijke info / Laagdrempelig / Begeleiding	Communicatie / Deelnamebarrières / Motivatie
Respondent 3	Duidelijke informatie over kosten, voordelen en hoe je meedoet. Ook leuk als er leeftijdsgenoten bij betrokken zijn en het laagdrempelig is om mee te doen.	Duidelijke info / Leeftijdsgenoten / Laagdrempelig	Communicatie / Motivatie / Bereik
16a			
Respondent 1	Het zou het aantrekkelijker maken om meer activiteiten te hebben zoals een maandelijks bingo o.i.d. gewoon iets om het wat luchtig te houden en je er niet alleen voor de besluiten naartoe gaat, maar ook om mensen te leren kennen en mogelijk vriendschappen te sluiten.	Activiteiten / Sociale interactie / Vriendschappen	Motivatie / Sociale betrokkenheid / Aantrekkelijkheid
Respondent 2	Het wordt aantrekkelijk voor mij als het makkelijk en overzichtelijk is om mee te doen, en als ik merk dat	Gemak / Overzicht / Zichtbaar resultaat	Motivatie / Deelnamebarrières / Betrokkenheid

	het echt iets oplevert, bijvoorbeeld lagere energiekosten, een duurzamere buurt of dat ik samen met anderen iets bereik.		
Respondent 3	Dat het makkelijk is, concreet iets oplevert en misschien sociaal leuk is om met leeftijdsgenoten samen te doen.	Gemak / Zichtbaar resultaat / Sociaal	Motivatie / Deelnamebarrières / Sociale betrokkenheid
16b			
Respondent 1	Door ook te luisteren wat de jongeren zouden willen zien en deze bijeenkomsten daardoor ook aantrekkelijk te houden, wetende dat er naar je ideeën wordt geluisterd en er iets mee gedaan wordt.	Participatie jongeren / Inspraak / Betrokkenheid	Motivatie / Sociale betrokkenheid / Participatie
Respondent 2	Door het laagdrempelig en nuttig te houden: dat je ziet wat je bijdrage oplevert, dat er regelmatig leuke activiteiten of updates zijn, en dat je inspraak hebt op dingen die voor jou relevant zijn. Als ze ook jongeren actief betrekken en luisteren naar onze ideeën, blijft het interessant en voel je je verbonden met de coöperatie.	Laagdrempelig / Zichtbaar resultaat / Activiteiten / Jongerenparticipatie	Motivatie / Betrokkenheid / Participatie
Respondent 3	Door het simpel en overzichtelijk te houden, duidelijke voordelen te laten zien en regelmatig kleine acties of updates te geven. Jongeren actief betrekken helpt ook om geïnteresseerd te blijven.	Eenvoud / Voordelen / Regelmatig updates / Jongerenparticipatie	Motivatie / Betrokkenheid / Participatie
17a			
Respondent 1	Sociale media. Hier zitten de meeste jongeren vaak uren lang op te kijken, inclusief ikzelf. Het kan	Social media / Bereik jongeren / Communicatie	Communicatie / Motivatie / Bereik

	aantrekkelijk gemaakt worden om deel te nemen of in ieder geval een keer te komen kijken bij een bijeenkomst.		
Respondent 2	Ik zou vooral behoefte hebben aan duidelijke, korte en visuele content. Bijvoorbeeld korte video's, infographics, social media posts of nieuwsbrieven waarin in één oogopslag te zien is wat er speelt en wat je kunt doen. Ook praktische voorbeelden van projecten of ervaringen van andere jongeren spreken me aan.	Korte content / Visueel / Praktische voorbeelden	Communicatie / Motivatie / Bereik
Respondent 3	Korte, duidelijke en visuele content: video's, infographics of posts op Instagram/TikTok.	Korte content / Visueel / Social media	Communicatie / Bereik / Motivatie
17b			
Respondent 1	Dit spreekt mij aan omdat je niet vervelend wordt benaderd in een spam vorm via mail en het wordt dus niet doorgedrukt om je aan te melden en het dus meer als eigen keuze, ofwel vrijwillig is.	Vrijwillige deelname / Communicatie voorkeur / Motivatie	Motivatie / Communicatie
Respondent 2	Het moet snel te begrijpen, visueel aantrekkelijk en laagdrempelig zijn. Ik wil niet een lange tekst hoeven lezen om te snappen waar het over gaat.	Korte content / Visueel / Laagdrempelig	Communicatie / Motivatie / Bereik
Respondent 3	Het moet snel te begrijpen zijn, overzichtelijk, concreet laten zien wat het oplevert en leuk om te bekijken.	Kort / Overzichtelijk / Concreet / Leuk	Communicatie / Motivatie / Bereik
18a			
Respondent 1	Een pakkende tekst door te laten blijken dat het	Communicatie / Aantrekkelijkheid / Transparantie	Communicatie / Motivatie / Bereik

	geen gepensioneerde vergadering is en te laten weten wat er tijdens zo'n bijeenkomst gebeurt, dus een beetje overzicht wat vergaderpunten kunnen zijn en hoe lang zoiets duurt.		
Respondent 2	Ik denk dat de content vooral praktisch en concreet moet zijn. Bijvoorbeeld: wat doet de coöperatie precies, welke projecten lopen, hoe kan ik meedoen, wat kost het en wat levert het op. Ook verhalen of ervaringen van andere jongeren maken het makkelijker om je ermee te verbinden.	Praktisch / Concreet / Projectinformatie / Verhalen jongeren	Communicatie / Motivatie / Bereik
Respondent 3	Wat de coöperatie doet, hoe je kunt meedoen, wat het kost en wat je terugkrijgt. Ervaringen van andere jongeren maken het leuker en makkelijker om je ermee te verbinden.	Projectinformatie / Kosten / Voordelen / Verhalen jongeren	Communicatie / Motivatie / Bereik
18b			
Respondent 1	Het moet gewoon wat pakkends hebben en aantrekkelijk worden gemaakt door de voordelen te benoemen die hiermee te winnen zijn wanneer je mee zou doet met een energiecoöperatie.	Communicatie / Voordelen benoemen / Aantrekkelijkheid	Communicatie / Motivatie / Bereik
Respondent 2	Ja, het moet kort, overzichtelijk en visueel zijn. Lange lappen tekst of ingewikkelde grafieken zou ik snel overslaan. Infographics, duidelijke koppen, bulletpoints, of korte video's trekken veel sneller mijn aandacht.	Kort / Overzichtelijk / Visueel / Infographics	Communicatie / Motivatie / Bereik
Respondent 3	Kort, overzichtelijk en visueel aantrekkelijk. Geen lange teksten of ingewikkelde grafieken.	Kort / Overzichtelijk / Visueel / Concrete voorbeelden	Communicatie / Motivatie / Bereik

	Concrete voorbeelden en resultaten trekken mijn aandacht.		
19a			
Respondent 1	Facebook, LinkedIn, Instagram, tiktok, whatsapp, snapchat.	Social media kanalen / Bereik	Communicatie / Bereik
Respondent 2	Ik gebruik vooral Instagram, TikTok en WhatsApp. Af en toe kijk ik ook op YouTube voor video's of nieuws, en soms op Facebook, maar dat is minder vaak.	Social media gebruik / Platforms	Communicatie / Bereik
Respondent 3	Instagram, TikTok, YouTube en WhatsApp.	Social media gebruik / Platforms	Communicatie / Bereik
19b			
Respondent 1	Om in contact te blijven met vrienden en hun belevenissen te volgen. Of ik gebruik de apps voor entertainment.	Doel social media / Communicatie / Entertainment	Communicatie / Motivatie
Respondent 2	Instagram en TikTok gebruik ik vooral voor ontspanning, trends en inspiratie, bijvoorbeeld korte video's of memes. WhatsApp gebruik ik om contact te houden met vrienden en familie. YouTube gebruik ik vaak om iets op te zoeken of tutorials te bekijken.	Doel social media / Entertainment / Contact	Communicatie / Motivatie
Respondent 3	Ontspanning, trends, sociale contacten en af en toe informatie of tutorials bekijken.	Doel social media / Entertainment	Communicatie / Motivatie
20a			
Respondent 1	Ik denk dat ik dan het liefst voorbij zie komen bij linkedin. Omdat dit een wat meer professioneel platform is naar mijn idee en meer aandacht biedt naar werkgerelateerde connecties.	Communicatie voorkeur / Platformkeuze / Professioneel	Communicatie / Bereik
Respondent 2	Het liefst via Instagram, TikTok of YouTube, want daar zit ik dagelijks op en het is makkelijk om korte, overzichtelijke content te	Platformvoorkeur / Bereik / Korte content	Communicatie / Bereik / Motivatie

	bekijken. Ook een korte nieuwsbrief via e-mail kan werken als het duidelijk en concreet is.		
Respondent 3	Instagram, TikTok of korte video's op YouTube. Eventueel een korte e-mail als het concreet is.	Platformvoorkeur	Communicatie / Bereik / Motivatie
20b			
Respondent 1	Omdat ik hier minder snel over berichten heen scroll en ook daadwerkelijk de berichten lees wanneer ik hier doorheen ga.	Effectiviteit platform / Aandacht / Bereik	Communicatie / Bereik / Motivatie
Respondent 2	Omdat ik deze platforms al regelmatig gebruik voor ontspanning en informatie, en content daar snel mijn aandacht trekt. Het is laagdrempelig en je kunt makkelijk zien wat het inhoudt zonder dat je veel tijd kwijt bent.	Platformgebruik / Laagdrempelig / Bereik	Communicatie / Motivatie / Bereik
Respondent 3	Omdat ik daar dagelijks zit, het laagdrempelig is en je snel kunt zien wat het inhoudt zonder veel moeite.	Laagdrempelig / Dagelijks gebruik / Bereik	Communicatie / Motivatie / Bereik

Interviews Adnan

Respondent 1: Omer Toklu, 22 jaar, Utrechtse student, woont op zichzelf

Respondent 2: Manuel Ommering, 24 jaar, Utrechtse student

Respondent 3: Tarik Brdanovic, 29 jaar, woont in Utrecht

Deelvraag 1: Hebben jongeren weleens ervaringen Gehad met energie coöperaties?		<i>Antwoorden</i>
Kun je me iets vertellen wat je kent over energie coöperaties? <u>Welke onderwerpen komen er bij je op?</u>	Res. 1	- Hoewel ik bekend ben met coöperaties weet ik niet zeker of dat hetzelfde geval is bij energie coöperaties. Kan je er wat meer over vertellen?
	Res. 2	- Nee. - Ik gok dat het een soort energiemaatschappijen zijn.
	Res. 3	- Nee ik heb er nog nooit van gehoord. - Ik denk dat het soortgelijk is als Essent
Wat zou een energie coöperatie in de toekomst voor jou kunnen betekenen? <u>Waarom denk je dat dat belangrijk voor jou zou zijn?</u>	Res. 1	- Naast werkgelegenheid niet veel. Wat energie betreft heb ik liever het goedkoopste.
	Res. 2	- Weet ik niet zo goed. Denk dat het wel iets zou zijn voor later aangezien ik de rekeningen niet betaal.
	Res. 3	- Misschien goedkopere energie. - Alles is tegenwoordig duur, vooral gas dus we gebruiken verwarming dat op stroom werkt, elektrische kookplaten etc.
Hoe betrokken of geïnformeerd ben jij op het gebied van duurzame energie? <u>Kun je daar voorbeelden bij geven?</u>	Res. 1	- Ik heb er hier en daar wat over gehoord maar heb er verder niet al te veel initiatief genomen om meer te weten te komen.
	Res. 2	- Ben er eigenlijk helemaal niet mee bezig. Vooral vanwege werk en studie vind ik het beter om mijn tijd daaraan te besteden.
	Res. 3	- Ik weet wel van windmolens en zonnepanelen af natuurlijk, maar daar houdt het ook op.
Wat is jouw rol bij de keuze voor de energie thuis? <u>Wat denk je dat</u>	Res. 1	- Ik heb mijn eigen woning en betaal zelf de rekeningen. Hierbij

<u>belangrijk is om naar te kijken bij het maken van deze keuze?</u>		kijk ik naar wat het goedkoopste is. - Ligt aan de situatie. Als je wat meer geld hebt om uit te geven en interesse heeft in een
	Res. 2	- Ik woon nog niet op mijzelf, maar ik denk dat ik zou kijken naar wat het goedkoopste is.
	Res. 3	- Mijn ouders kijken daarnaar, zelf heb ik er niets over te zeggen.
<p>Conclusie DV1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jongeren hebben weinig tot geen kennis over het bestaan van energie coöperaties. - Jongeren hechten waarde aan goedkopere alternatieven en verwachten dat van energie coöperaties. - Het idee van duurzame energie is er wel, maar er wordt niet veel mee gedaan. - Jongeren hebben vaak niet zelf te maken met keuzes voor energie. 		
<i>Deelvraag 2: Wat vinden jongeren belangrijk als het gaat om duurzaamheid en lokale initiatieven?</i>		<i>Antwoorden</i>
<u>Hoe belangrijk is duurzaamheid in jouw dagelijks leven? Wat doe je al op dit vlak en wat zou je eventueel nog willen doen?</u>	Res. 1	- Ik denk er niet al te veel over na. - Wel breng ik mijn blikjes terug voor statiegeld, maar dat is alleen zodat ik geen geld 'weggooi.'
	Res. 2	- Niet belangrijk. - Blikjes terugbrengen en afval scheiden, maar dat alleen omdat ze de kliko's anders niet legen.
	Res. 3	- Ik probeer er wel aan mee te doen. - Ik rijd zelf een hybrid, vind ik ook handig met parkeren omdat er vaak plekjes zijn.
<u>Wat zou jou aanzetten om bij te dragen aan duurzaamheid? Welke aspecten of thema's vind je belangrijk op het gebied van duurzaamheid.</u>	Res. 1	- Het gaat mij er meer om dat ik betaald krijg, als dat dan toevallig meehelpt aan duurzaamheid dan is dat prima. Of als duurzamere alternatieven goedkoper zijn. - Ik denk dat co2 uitstoot het schadelijkst is, dus dat denk ik.
	Res. 2	- Als het goedkoper is zou ik wel voor duurzamere alternatieven kiezen. - Weet ik niet. Enige wat in me opkomt is afvalvervuiling.

	Res. 3	<ul style="list-style-type: none"> - Als het niet te veel tijd inneemt wil ik best meedoen aan deze doelen. - Persoonlijk vind ik duurzame energie het belangrijkste.
Wat weet je van lokale initiatieven in jouw wijk of buurt? <u>Hoe zou je betrokken kunnen zijn en waarom zou je dat doen?</u>	Res. 1	<ul style="list-style-type: none"> - Eigenlijk niks. - Als ik aan zulke initiatieven mee zou doen zou ik dat doen als er weinig tijd en moeite in gestoken hoeft te worden.
	Res. 2	<ul style="list-style-type: none"> - Niets. - Ik zou niet echt betrokken zijn.
	Res. 3	<ul style="list-style-type: none"> - Ik probeer er af en toe wat over op te zoeken maar er zijn niet echt initiatieven. - Als ik zou bijdragen dan doe ik dat voor waarde aan de maatschappij als het ware.
Wat doe je zelf om hieraan bij te dragen? <u>Wat zou je kunnen helpen om hier meer aan bij te dragen?</u>	Res. 1	<ul style="list-style-type: none"> - Ik ben er niet bij betrokken. - Misschien wat flyers die dan door mijn brievenbus komen.
	Res. 2	<ul style="list-style-type: none"> - Niets nogmaals ik ben er niet zoveel mee bezig. - Als ermee geld wordt opgehaald voor een goed doel.
	Res. 3	<ul style="list-style-type: none"> - Niets want er is niets. - Alleen een flyer zou me al overtuigen.
<p>Conclusie DV 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meeste jongeren hechten bijna geen waarde aan duurzaamheid - Jongeren verwachten een goedkoper alternatief voor hetgene dat zij nu al gebruiken - Zelf tonen jongeren weinig interesse in lokale initiatieven. 		
<i>Deelvraag 3: Wat vinden jongeren belangrijk als het gaat om duurzaamheid en lokale initiatieven?</i>		<i>Antwoorden</i>
Welke praktische redenen maken het voor jou lastig om deel te nemen aan een energiecoöperatie? <u>Heb je de tijd gehad om je te verdiepen in dit onderwerp en hoe ging het vinden van informatie?</u>	Res. 1	<ul style="list-style-type: none"> - Tijd is de grootste reden. - Nee
	Res. 2	<ul style="list-style-type: none"> - Vanwege tijd. Studie en bijbaan neemt te veel tijd in om erin te verdiepen. Als ik vrije tijd heb, besteed ik die liever aan ontspanning of sociale dingen. - Ik heb nooit gezocht naar informatie.
	Res. 3	<ul style="list-style-type: none"> - Het lijkt me best technisch en ingewikkeld, en dat houdt me tegen.

		<ul style="list-style-type: none"> - Hoewel ik wel een beetje bezig bezig ben met duurzaamheid is de tijd die ik besteed om te onderzoeken beperkt.
Welke financiële aspecten spelen voor jou een rol als je lid of betrokken wilt worden? <u>Onder welke omstandigheden zou dit geen probleem voor je vormen?</u>	Res. 1	<ul style="list-style-type: none"> - Ik wil zeker weten dat mijn geld goed besteed wordt en dat ik het terugverdien. Dan is het geen probleem.
	Res. 2	<ul style="list-style-type: none"> - Een grote financiële bijdrage schrikt me af. Als het klein en betaalbaar blijft, of ik er korting voor terugkrijg, dan zou ik sneller meedoen.
	Res. 3	<ul style="list-style-type: none"> - Ik wil niet te veel investeren omdat ik aan het sparen ben, maar ik denk dat als ik wat ouder ben en misschien wat meer kapitaal heb dat een optie kan zijn.
Op welke manier speelt je omgeving en kennissenkring een rol bij je beslissing? <u>Zijn er mensen om je heen actief bij een energiecoöperatie en zou het anders voelen als zij meedoen?</u>	Res. 1	<ul style="list-style-type: none"> - Niemand die ik ken doet mee, daardoor voelt het voor mij minder toegankelijk en niet echt relevant.
	Res. 2	<ul style="list-style-type: none"> - Het zou helpen als iemand uit mijn omgeving uitlegt hoe het werkt of zijn ervaring deelt.
	Res. 3	<ul style="list-style-type: none"> - Niet heel veel, ik ben de enige die ermee bezig is.
Hoe beïnvloeden jouw beeld en eventuele vooroordelen over een energiecoöperatie je deelname? <u>Verwacht je je gehoord en verbonden te voelen met een energiecoöperatie?</u>	Res. 1	<ul style="list-style-type: none"> - Het klinkt op zich goed, maar ik zie het niet echt als iets dat bij mijn leven past.
	Res. 2	<ul style="list-style-type: none"> - Ik denk dat er vooral ouderen zijn bij energie coöperaties. Dat maakt het ook minder aantrekkelijk
	Res. 3	<ul style="list-style-type: none"> - Ik denk niet dat ik me echt gehoord zou voelen. Het komt op mij over als iets formeels en technisch.
Eindconclusie DV3 <ul style="list-style-type: none"> - Duurzaamheid staat laag op de lijst van prioriteiten van jongeren vanwege praktische belemmeringen - Deelname is pas aantrekkelijk als de toetreding laagdrempelig en duidelijk is - Jongeren letten op hun financiële middelen wat hen voorzichtig maakt - Zij kennen geen leeftijdsgenoten die betrokken zijn bij bewegingen van duurzaamheid en hebben daardoor geen beeld erop 		

Deelvraag 4: Op welke manier zouden jongeren graag betrokken willen zijn en er profijt van hebben?		<i>Antwoorden</i>
Wat denk jij dat een energiecoöperatie verwacht van de leden? <u>Zou je liever actiever willen meebeslissen of eerder alleen financieel bijdragen en waarom?</u>	Res. 1	<ul style="list-style-type: none"> - Ik denk dat een energiecoöperatie vooral verwacht dat leden financieel bijdragen. - Denk ook dat ik de tijd heb om mee te beslissen
	Res. 2	<ul style="list-style-type: none"> - Volgens mij willen ze dat leden zowel financieel bijdragen als meedenken. - Later zou ik wel financieel bijdragen en meebeslissen
	Res. 3	<ul style="list-style-type: none"> - Ze verwachten waarschijnlijk dat je betrokken bent en meehelpt bij keuzes. - Ik zou het wel interessant vinden om mee te beslissen, maar alleen als het duidelijk en laagdrempelig wordt uitgelegd
Hoe zou je het vinden om in een groep met leeftijdsgenoten te zitten, vergeleken met een meer diverse groep? <u>Maakt het, bij het betrokken willen zijn, uit of het een jongerencoöperatie of een 'algemene' coöperatie is?</u>	Res. 1	<ul style="list-style-type: none"> - Het zou geen verschil maken. - Ik denk dat het voor anderen wel makkelijker zou zijn om zich aan te sluiten op die manier.
	Res. 2	<ul style="list-style-type: none"> - Met leeftijdsgenoten voelt het wat vertrouwder en laagdrempeliger. Daarbij wordt het ook makkelijker om met de anderen om te gaan.
	Res. 3	<ul style="list-style-type: none"> - Een gemengde groep lijkt me juist interessant, omdat je verschillende perspectieven en ervaringen meekrijgt
Is er iets waardoor je vrijwillig zou willen meedoen en welke compensatie of ondersteuning verwacht je? <u>Wat zou jij nodig hebben om je aan te sluiten bij een energiecoöperatie?</u>	Res. 1	<ul style="list-style-type: none"> - Vrijwillig niet. Maar een andere vorm van compensatie zou mijn aandacht wel trekken. - In ieder geval een vorm van compensatie.
	Res. 2	<ul style="list-style-type: none"> - Ik zou meedoen als het makkelijk en duidelijk is wat mijn bijdrage oplevert. Een kleine beloning of voordeel zou helpen.
	Res. 3	<ul style="list-style-type: none"> - Als er goede uitleg en begeleiding is, zodat ik snap wat er van mij verwacht wordt, zou ik sneller aansluiten.
Eindconclusie DV4		

<ul style="list-style-type: none"> - Jongeren verwachten een financiële bijdragen bij het toetreden van een energie coöperatie. - Jongeren vinden het niet erg om samen met een oudere leeftijdsgroep samen te werken, mits er ook leeftijdsgenoten aanwezig zijn. - Jongeren vinden het niet erg om te werken en tijd te stoppen in de energie coöperatie als er een vorm van compensatie is 		
Deelvraag 5: Hoe kunnen energie coöperaties jongeren bereiken?		<i>Antwoorden</i>
Aan welke content (ook wel communicatiemiddelen) heb je behoefte als een energiecoöperatie je wil informeren en bereiken? <u>Wat zijn de aspecten die je aanspreken in deze methode?</u>	Res. 1	- Ik heb behoefte aan simpele voorbeelden of verhalen van mensen die meedoen. Als ik zie wat het oplevert, begrijp ik het beter.
	Res. 2	- Een korte video of infographic werkt voor mij beter dan een flyer. Het moet makkelijk te begrijpen zijn en niet te formeel.
	Res. 3	- Ik zou het fijn vinden als er duidelijke posts op social media zijn, met korte en visuele uitleg. Dat spreekt me sneller aan dan lange teksten.
Wat voor inhoud zou de content van een energiecoöperatie moeten bevatten volgens jou? <u>Zijn er bepaalde aspecten, qua tekst of beeld, die voor jou belangrijk zijn om iets te willen bekijken?</u>	Res. 1	- Korte en duidelijke informatie zien, bijvoorbeeld in de vorm van een infographic of een paar kernpunten. Lange teksten lees ik niet snel.
	Res. 2	- Het helpt als teksten kort zijn, en er misschien illustraties erbij komen om het wat vatbaarder te maken.
	Res. 3	- Beelden en video's spreken me meer aan dan tekst. Het moet er fris en toegankelijk uitzien, niet te formeel.
Van welke (sociale) media maak je op dit moment regelmatig gebruik van? <u>Voor welke redenen maak je gebruik van deze (sociale) media?</u>	Res. 1	- Ik gebruik vooral Instagram om op de hoogte te blijven van vrienden en om inspiratie op te doen, bijvoorbeeld voor kleding of reizen
	Res. 2	- Op TikTok kijk ik vaak korte video's voor entertainment en soms ook voor snelle uitleg of tips.
	Res. 3	- TikTok en Instagram. Vooral omdat ze korte filmpjes bevat.

Via welke kanalen zou je het liefst geïnformeerd of benaderd willen worden door een energiecoöperatie? Waarom denk je dat deze kanalen jou wel zouden kunnen bereiken?	Res. 1	- Via Instagram of TikTok, omdat ik daar dagelijks actief ben en korte, visuele content mij sneller bereikt.
	Res. 2	- Tiktok zou mij het best bereiken omdat ik hier het meest op zit.
	Res. 3	- Instagram gebruik ik het meeste, dus ik denk dat dat de beste keus zou zijn.
Eindconclusie DV5 <ul style="list-style-type: none"> - Jongeren willen dat de informatie kort en krachtig op beeld komt te staan. - De meest gebruikte app die is voortgekomen uit de interviews blijkt Tiktok te zijn, met Instagram die daarna volgt. - Een minder-serieuze vorm van content wordt beter ontvangen, vooral als dat samen met illustraties komt om de informatie visueel te maken. 		

Testen Adnan

Beginvragen		Antwoorden
Wat is je eerste indruk? <u>-Wat zie je?</u>	Respondent 1	Aantrekkelijk. - Een kleurrijke flyer met handige informatie over een soort open dag met wel leuke activiteiten.
	Respondent 2	Maatschappelijk verantwoord - Zeer motiverende flyer met als centraal doel duurzaamheid
Na aanpassingen	Respondent 3	Professioneel - Doel en manier van aantrekken staan hierin goed in balans. De benodigde informatie staat vermeld en er is een bronverwijzing voor als iemand het gevoel heeft dat er info ontbreekt om d.m.v. die bron meer informatie te verkrijgen.
Wat roept het op? - <u>Wat zijn je gevoelens hierbij?</u>	Respondent 1	Positieve energie - Het is een interessant onderwerp in deze tijd.
	Respondent 2	Open minded - Zeer verwelkomend met een als doel een betere wereld voor iedereen. Ik voel oprechtheid en het voelt heel open deze flyer.
Na aanpassingen	Respondent 3	Een formeel maar wel open gevoel - Dit komt omdat deze flyer professioneel geformuleerd is. Hoe groene duurzaamheid een belangrijke rol speelt in de doelstelling van deze jongeren open dag, wekt dat een open gevoel in mij

		naar boven. Er is een maatschappelijk positieve streef naar (groene) duurzaamheid dus dat spreekt me goed aan.
Wat vind je ervan? - <u>Wat spreekt je het meeste aan, of juist niet?</u>	Respondent 1	Het trekt me aan. - Het onderwerp, de activiteiten en de bekende merken.
	Respondent 2	Professioneel authentiek - Het is een flyer die je zelden ziet voor een open dag. De combinatie van een open dag en een specifiek doel wat zich openstelt voor ieder mens.
Na aanpassingen	Respondent 3	Kansrijk en zeer positief - Jaarlijks hebben studenten/jongeren veel moeite met een stageplek vinden, en in deze open dag worden diverse kansen aangeboden voor een stageplek, wat die zoektocht voor veel mensen kan doen eindigen! Dat spreek me heel erg aan.
Wat valt je het meeste op? – <u>Wat zou je hiermee doen?</u>	Respondent 1	De kleuren vallen op. - Het zou mijn aandacht trekken en ik zou me geneigd voelen om er meer over te weten te komen.
	Respondent 2	Dat duurzaamheid heel centraal staat. - Ik vind het een mooi streven, alleen kan dit wel iets subtieler overgebracht worden waar het nog steeds wel centraal staat.

Na aanpassingen	Respondent 3	De aanwezige grote bedrijven <ul style="list-style-type: none"> - Dit laat zien hoe serieus de open dag genomen wordt en kan een serieuze bron van aantrekkingskracht zijn richting jongeren om hier juist bij te zijn. Dat zou mij dus sneller kunnen aantrekken om er naartoe te gaan.
Wat denk je dat hier gebeurt? – <u>Waarom</u> denk je dat?	Respondent 1	Een oproep voor een open dag voor bewustheid over duurzame energie <ul style="list-style-type: none"> - Er zijn verschillende activiteiten beschikbaar wat mij laat denken dat het een soort kennismaking is waarbij er informatiegeving wordt geleverd, waarschijnlijk over duurzaamheid.
	Respondent 2	Jongeren open dag <ul style="list-style-type: none"> - Ik denk dat dit een jongeren open dag is met allerlei leuke activiteiten met allemaal zo'n duurzaam mogelijk randje eraan om de boodschap van de belangen duurzaamheid ook door te geven.
Na aanpassingen	Respondent 3	Activiteiten en leerzame/inspirerende/duurzame introducties m.b.t. stageplekken. <ul style="list-style-type: none"> - Dit is de doelstelling van deze flyer. Dit wordt naar mijn idee gewoon duidelijk gemaakt in de flyer, dus daarom denk ik dat.
Criteria behandelen; functionele en gebruikers		Antwoorden
Is het duidelijk wat dit prototype inhoudt? – Waarom vind je dat?	Respondent 1	Zeker. <ul style="list-style-type: none"> - Het is duidelijk wat het doel is, en wat je kan verwachten, omdat het op de flyer staat vermeld

	Respondent 2	Ja - Er wordt verteld wat er gedaan wordt, welk doelgroep er aanwezig is met een boodschap dat doorgegeven wil worden. De flyer is een goede bron met betrekking tot het aantrekken.
Na aanpassingen	Respondent 3	Ja - Nogmaals, wordt de doelstelling duidelijk gemaakt, de juiste woorden worden toegepast om jongeren aan te trekken zonder eigen doelstellingen van de organisatoren te laten zakken.
Zou dit iets zijn waar jij zelf heen zou gaan?	Respondent 1	Natuurlijk! - Ik ben erg geïnteresseerd in duurzame energie, daarnaast is de flyer ook erg goed in elkaar gezet, wat het nog aantrekkelijker maakt.
	Respondent 2	Ja - Ik denk dat duurzaamheid iets is wat iedereen samen kan brengen met een positievere instelling, mede dankzij de doelgerichtheid. Gemeenschappen en activiteiten helpen ook mensen elkaar samen te brengen, door middel van deze jongeren open dag.
Na aanpassingen	Respondent 3	Ja - Ik zou er zelf zeker naartoe gaan als ik geen stageplek zou hebben. Ik zit er op school, dus is het ook nog eens dichtbij (lekker makkelijk) en vind ik ook dat doordat ik er een open en positief gevoel bij heb, dat ik nieuwe mensen

		makkelijker zou leren kennen daar!
Relevantie		Antwoorden
Voor wie is dit bedoeld? - Wie zou dit willen gebruiken?	Respondent 1	Voor jongvolwassenen tussen de 17 en 29 - De mensen die hier in de toekomst veel mee te maken gaan krijgen
	Respondent 2	Jongvolwassenen/jongeren - Dit wordt aangeduid. Door middel van duurzaamheid zouden we een beter leven kunnen leven door samenwerking met ieder mens. Jongeren die een soortgelijke visie hebben zouden like-minded mensen kunnen tegen komen en bevriend kunnen raken terwijl ze bij dragen een grotere goed.
Na aanpassingen	Respondent 3	Voor jongeren/jongvolwassenen. - Degenen die een stageplek zoeken dat past bij zijn/haar studie.
En jij, wat hieraan werkt voor jou? - Wat werkt hier voor jou niet aan?	Respondent 1	Alles werkt, het is aandachttrekkend, en de flyer is een uitstekend hulpmiddel.
	Respondent 2	Leeftijdsgroep - Ikzelf ben 20 dus ik zou dit best leuk vinden. Nieuwe mensen ontmoeten, wetende dat mensen een gelijke gedachte hebben op een gedeelte van ieders leven. Zo krijg je snel het gevoel van een vereniging, wat alleen maar positief is!
Na aanpassingen	Respondent 3	Locatie werkt, de bedrijven die komen werkt, de doelstelling van de organisatie staat heel erg in lijn met wat ik zelf zou willen mits ik het nodig zou hebben, dus zal

		ik deze kans niet aan mij voorbij laten gaan.
Plus-/minpunten		Antwoorden
Op een schaal van 1-10 door respondent) Wanneer wordt je beoordeling hoger? - Om welke reden? Wat maakt het beter?	Respondent 1	Ik geef het nu een 8,7. - Ik geeft het nu een 8,7. - Het kan eventueel duidelijker zijn wat het doel van de open dag is.
	Respondent 2	8.5 - Ik denk dat als de nadruk iets minder werd gelegd op duurzaamheid, dus iets subtieler, zou dit een ideale flyer zijn waar ik zelf niks op aan te merken heb!
Na aanpassingen	Respondent 3	9 - Misschien een of twee zinnestjes extra met betrekking tot de inhoud van de open dag, dan is het naar mijn idee een hartstikke goeie flyer. Deze tip wordt trouwens wel gecompenseerd met de QR-code! Alleen zijn er genoeg jongeren die daarvoor helaas te lui zijn.
Wat zouden wij moeten veranderen aan het idee? - Waarom vind je dat dit veranderd moet worden?	Respondent 1	Ik zou er niets aan veranderen, ik vind het een superleuk idee!
	Respondent 2	Het idee is goed, vanuit een zeer positief initiatief! Het is de wijze waarop de boodschap wordt overgedragen en hoe de jongeren ook elkaar beter kunnen vinden. Ik zie zelf dat het idee vrijwel ideaal is!
Na aanpassingen	Respondent 3	Wat uitgebreidere uitleg over de inhoud van de open dag.

Testen Thomas

Beginvragen		Antwoorden
Wat is je eerste indruk? - Wat zie je?	Respondent 1	Een idee om duurzaamheid onder de aandacht van jongeren te brengen Een beeld om een open dag te creëren
	Respondent 2	Ik denk dat het een soort lezing of open dag is. Ik zie een kijkdoos en een flyer, die iets met een duurzaam evenement te maken hebben.
Na aanpassingen	Respondent 3	De flyer ziet er goed uit, pakt meteen de aandacht. De kijkdoos vind ik wel grappig. Op de flyer zie ik, denk ik, een soort uitnodiging voor een open dag of evenement. Als ik door de kijkdoos kijk zie ik een kartonnen versie van de open dag.
Wat roept het op? - Wat zijn je gevoelens hierbij?	Respondent 1	Het roept nieuwsgierigheid op wat deze open dag mij bij zou kunnen leren. Een positief gevoel, ik zou hier wel meer over willen weten.
	Respondent 2	Ik weet niet precies wat ik ervan moet verwachten, maar ik vind duurzaamheid wel een belangrijk thema. Dus ik ben benieuwd wat het precies inhoud. Als dit iets zou zijn waar ik iets aan heb lijkt het me

		wel interessant, als het meer gewoon een duurzaam evenement is wat minder.
Na aanpassingen	Respondent 3	Ik word nu wel nieuwsgierig wat het precies inhoudt, zou er wel meer over willen weten.
Wat vind je ervan? - <u>Wat spreekt je het meeste aan, of juist niet?</u>	Respondent 1	Het is innovatief om de VR-experience erin te hebben, zowel in het model van de kijkdoos als dat dit in de flyer wordt weergegeven. De VR-experience spreekt mij het meeste aan. Ik ben daarnaast ook benieuwd welke gastsprekers er zouden komen.
	Respondent 2	Het lijkt me een leuk idee om dit specifiek voor jongeren te doen. En de bedrijven die staan dat ze langskomen lijkt me interessant. Misschien zou ik daar een stageplek kunnen vinden.
Na aanpassingen	Respondent 3	Het lijkt mij een leuk idee om iets met duurzaamheid en jongeren te doen. Voelt het toch wat minder awkward. Zo'n open dag zonder verplichtingen is iets waar ik veel sneller naar toe zou gaan dan dat ik verplicht word om meteen een workshop te volgen of iets dergelijks.
	Respondent 1	De flyer heeft een mooie kleur welke eruit springt.

Wat valt je het meeste op? – <u>Wat zou je hiermee doen?</u>		<p>Dit zet aan tot lezen en wekt interesse.</p> <p>De flyers op plekken ophangen waar veelal jongeren zijn. Denk aan schoolgebouwen en de omgeving hiervan.</p>
	Respondent 2	<p>De uitstraling valt me het meest op.</p> <p>Ik zou me er denk ik wel meer in verdiepen. Maar dan moet ik het wel eerst ergens tegenkomen</p>
Na aanpassingen	Respondent 3	<p>De bedrijven die langs komen vallen me meteen op. Lijkt me leuk om daar even langs te gaan.</p> <p>Ik zou graag met die bedrijven erover hebben wat zij doen om duurzamer te worden als grote bedrijven. Misschien vind ik er wel een stage of een baan later.</p>
Wat denk je dat hier gebeurt? – <u>Waarom denk je dat?</u>	Respondent 1	<p>Ik denk dat er een open dag wordt georganiseerd om jongeren aan te spreken over duurzame energie en hoe zij hieraan kunnen bijdragen.</p> <p>Omdat het een “jongeren open dag” wordt genoemd en de citaties laten blijken dat deze jongeren iets hebben geleerd over duurzame energie.</p>
	Respondent 2	<p>Het lijkt voor mij op een soort open dag, met als thema duurzame energie vooral. Al zijn de bedrijven</p>

		<p>daar niet helemaal op gericht.</p> <p>Het laat mij een beetje twifelen of het over duurzaamheid in totaal gaat of over duurzame energie.</p>
Na aanpassingen	Respondent 3	<p>Ik denk dat het een open dag over duurzaamheid is, die speciaal is gericht op jongeren. Het zal hier denk ik dan veel over huidige thema's gaan.</p> <p>Ik weet niet precies waarom ik dat laatste denk, maar is vooral wat ik me er bij voorstel.</p>
Criteria behandelen; functionele en gebruikers		Antwoorden
Is het duidelijk wat dit prototype inhoudt? – Waarom vind je dat?	Respondent 1	<p>Ja dit is duidelijk.</p> <p>Het is duidelijk dat het om een open dag gaat bij beide prototypes. De combinatie van flyer en een VR-bril prototype met open dag hierin, vullen elkaar mooi aan.</p>
	Respondent 2	<p>Het meeste is wel duidelijk ja, maar misschien zou een vervolgpagina of wat meer informatie wel fijn zijn.</p> <p>Het algemene idee is wel duidelijk, maar de precieze uitwerking wat minder.</p>
Na aanpassingen	Respondent 3	<p>Voor mij is het vrij duidelijk wat de prototypes inhouden.</p> <p>Over de open dag zelf nog niet helemaal, maar dan zou je normaliter de QR-code kunnen scannen.</p>

Zou dit iets zijn waar jij zelf heen zou gaan?	Respondent 1	<p>Ja dat denk ik wel.</p> <p>Het is iets waar ik mijzelf niet perse in heb verdiept en ik ben dan wel benieuwd wat deze open dag mij bij zou kunnen leren.</p>
	Respondent 2	<p>Ik weet niet of ik hier in mijn eentje naar toe zou gaan, maar misschien wel met school of een vriend.</p>
Na aanpassingen	Respondent 3	<p>Het lijkt mij een leuk idee, als ik die dag nog niks zou hebben gepland zou ik zeker overwegen om langs te gaan. Of misschien met iemand samen.</p>
Relevantie		Antwoorden
Voor wie is dit bedoeld? - Wie zou dit willen gebruiken?	Respondent 1	<p>Jongeren.</p> <p>Jongeren, maar ook bedrijven welke werken met duurzame energie of hier naartoe willen werken.</p>
	Respondent 2	<p>Voor jongeren die al enige interesse in duurzaamheid hebben.</p>
Na aanpassingen	Respondent 3	<p>Het lijkt mij dat dit bedoeld is voor jongeren. Alleen staat er nergens een maximumleeftijd of iets anders.</p>
En jij, wat hieraan werkt voor jou? - Wat werkt hier voor jou niet aan?	Respondent 1	<p>De nieuwsgierigheid werkt voor mij.</p> <p>Ik wil graag weten wie de gastsprekers zijn en over welke onderwerpen zij gaan vertellen.</p>
	Respondent 2	<p>Misschien als mij dit mogelijkheden zouden opleveren of er echt iets te leren valt. Ook vind ik het wel fijn dat het alleen voor jongeren is.</p>

		Ik ken niemand die zich <u>hier echt al mee bezighoudt.</u>
Na aanpassingen	Respondent 3	Voor mij werkt het wel echt dat het specifiek voor jongeren is. Ook vind ik het leuk dat er bekende bedrijven langskomen. Ik weet alleen niet echt precies vanuit wie dit komt, misschien dat ik daar wel wat meer over zou willen weten.
Plus-/minpunten		Antwoorden
Op een schaal van 1-10 door respondent) Wanneer wordt je beoordeling hoger? - Om welke reden? Wat maakt het beter?	Respondent 1	Ik zou het idee nu een 7,5 geven, <u>mijn beoordeling wordt hoger als er nog meer duidelijk wordt over hoe de open dag zou gaan verlopen. En wat de exacte onderwerpen zouden zijn.</u> Maar dit wordt dan wel duidelijk door de QR-code te scannen. <u>De QR-code zorgt ervoor dat men zich al meer gaat verdiepen in wat er te doen valt tijdens de open dag en dit wekt nog meer interesse en nieuwsgierigheid om te komen kijken bij deze opendag.</u>
	Respondent 2	<u>Ik zou het nu een 7 geven</u> <u>Het zou hoger kunnen worden als er wat meer duidelijk zou zijn over wat het precies inhoudt en door wie en wat het is.</u>
Na aanpassingen	Respondent 3	Ik zou het denk ik nu een 8 geven. Het zou hoger kunnen zijn als ik er meer precies van

		af zou weten, of misschien als er ook een vorm van entertainment is ofzo. Misschien iets interactiefs, of iets met eten en drinken.
Wat zouden wij moeten veranderen aan het idee? - Waarom vind je dat dit veranderd moet worden?	Respondent 1	Ik zou het wel fijn vinden als er iets meer duidelijkheid was, wie organiseert het bijvoorbeeld? Dat is niet heel duidelijk nu nog, en wat eigenlijk ook de exacte onderwerpen en timetable zou zijn. <u>Ik zou eerder geneigd zijn om te gaan als de onderwerpen mij ook persoonlijk zouden aanspreken.</u>
	Respondent 2	<u>Misschien meer aanspreken op het jongeren gedeelte.</u> <u>Dat zou voor mij de belangrijkste trigger zijn. Ook lijkt het me handig om dit misschien met scholen te bespreken op één of andere manier.</u>

Testen Michelle

Beginvragen		Antwoorden
Wat is je eerste indruk? - <u>Wat zie je?</u>	Respondent 1	Het ziet er creatief uit, een soort mini podium of presentatieruimte. <u>Ik zie twee personen en iets wat lijkt op een wereldbol op de achtergrond, alsof ze een presentatie geven.</u>
	Respondent 2	Ik snap niet meteen wat het moet voorstellen. <u>Een voorstelling van twee mensen ofzo.</u>
Test aanpassing	Respondent 3	Het ziet er leuk en niet saai uit zoals een normale informatiebijeenkomst. <u>Ik zie veel interactie en wel bekende merken voor mij.</u>
Wat roept het op? - <u>Wat zijn je gevoelens hierbij?</u>	Respondent 1	Het voelt alsof het gaat over duurzaamheid of een soort bijeenkomst. <u>Ik voel nieuwsgierigheid, waar ik weet ook niet precies wat ik moet voelen.</u>
	Respondent 2	Ik denk aan een soort presentatie of les, maar het voelt nog wat kinderlijk. <u>Ik voel vooral afstand, ik word er niet direct door aangehaakt eigenlijk.</u>
Test aanpassing	Respondent 3	Ik krijg wel zin om te ontdekken wat er te doen is. <u>Ja wel iets wat ik met vrienden leuk zou vinden en daarnaast nuttig.</u>

Wat vind je ervan? - <u>Wat spreekt je het meeste aan, of juist niet?</u>	Respondent 1	Ik vind het een leuk idee om het zo te laten zien. <u>Er zijn wel veel dingen die je kan doen denk ik als je er bent, want je kunt nu al veel dingetjes zien.</u>
	Respondent 2	Ik vind het origineel en herken het van vroeger, maar het is nog niet meteen duidelijk wat het precies moet voorstellen. <u>Het is een beetje krap en oogt rommelig maar je wil wel meer weten wat het allemaal is.</u>
Test aanpassing	Respondent 3	Ik vind het idee van een jongeren open dag echt goed, vooral dat het niet zo formeel is. <u>De verschillende dingen die je kan doen en combineren met het vinden van projecten voor mijn school. Het enige is dat het nog een beetje vaag is hoe groot het evenement is.</u>
Wat valt je het meeste op? – <u>Wat zou je hiermee doen?</u>	Respondent 1	De sprekers staan centraal. <u>Als het verplicht is voor school of ik heb er iets aan voor een stage zou ik wel naar bedrijven gaan als ik die interessant zou vinden.</u>
	Respondent 2	Als de sprekers vanuit leuke bedrijven komen zou ik dit wel extra leuk vinden en er sneller heen willen. <u>Ik zou vragen wat het moet voorstellen en wat ik er allemaal mee kan.</u>

Test aanpassing	Respondent 3	De combi van netwerken en bekende merken, dat spreekt me wel aan. <u>Ik zou wel de QR scannen en kijken of de workshops me aanspreken en deze dan kiezen.</u>
Wat denk je dat hier gebeurt? – <u>Waarom denk je dat?</u>	Respondent 1	Ik denk dat de presentatie gaat over duurzaamheid. <u>Door de onderwerpen waar het steeds over gaat.</u>
	Respondent 2	Misschien een les over duurzame dingen die nu spelen. <u>Door de opstelling.</u>
Test aanpassing	Respondent 3	Jongeren leren kennis maken met duurzame bedrijven. <u>Het lijkt er wel op dat het bedoeld is voor jongeren tijdens hun opleiding of dus voor opdrachten vanuit bedrijven voor scholieren.</u>
Criteria behandelen; functionele en gebruikers		Antwoorden
Is het duidelijk wat dit prototype inhoudt? – <u>Waarom vind je dat?</u>	Respondent 1	Gedeeltelijk. <u>Doordat je erin kijkt voelt het wel alsof je de situatie bekijkt terwijl je er daadwerkelijk bent.</u>
	Respondent 2	Niet zonder uitleg. Je ziet wel dat het een activiteit is. <u>Wel dat het gaat om een presentatie, niet direct dat het een open dag moet voorstellen.</u>
Test aanpassing	Respondent 3	Ja, het idee wordt wel duidelijk. Namelijk een open dag met interactieve

		<p>activiteiten en netwerkmogelijkheden.</p> <p><u>De flyer geeft deze info best al goed weer.</u></p>
<p>Zou dit iets zijn waar jij zelf heen zou gaan? - <u>Wat zouden ze kunnen doen om ervoor te zorgen dat jij er wel heen zou willen gaan?</u></p>	Respondent 1	<p>Ja.</p> <p><u>Ik ben geïnteresseerd in duurzaamheid en nieuwe manieren om impact te maken, en dit voelt laagdrempelig en informeel.</u></p>
	Respondent 2	<p>Waarschijnlijk niet.</p> <p><u>Ik denk dat als de voordelen helemaal duidelijk zijn en andere hier ook een positief beeld van hebben dat ik overgehaald kan worden. Denk aan de voortgang van m'n studie door een opdrachtgever of stageplek te vinden.</u></p>
Test aanpassing	Respondent 3	<p>Jawel.</p> <p><u>Mijn studie gaat ook wel veel over duurzame projecten, dus dit kan ik wel goed gebruiken denk ik.</u></p>
Relevantie		Antwoorden
<p>Voor wie is dit bedoeld? - <u>Wie zou dit willen gebruiken?</u></p>	Respondent 1	<p>Voor jongeren die interesse hebben in duurzaamheid, stages, of maatschappelijke impact.</p> <p><u>Studenten die iets willen doen met groene energie of maatschappelijke projecten.</u></p>
	Respondent 2	<p>Voor jongeren die actief met duurzaamheid bezig zijn.</p>

		<u>Vooral studenten in duurzaamheid, denk ik eigenlijk.</u>
Test aanpassing	Respondent 3	Jongeren. <u>Voor jongeren die interesse hebben in duurzaamheid of stages.</u>
En jij, wat hieraan werkt voor jou? - <u>Wat werkt hier voor jou niet aan?</u>	Respondent 1	Dat het informeel bedoeld is. <u>Het voelt nu heel conceptueel en niet echt aantrekkelijk.</u>
	Respondent 2	De aanpak werkt voor mij en het voelt niet te zakelijk en saai. <u>Het prototype en eigenlijk het idee heeft zo veel elementen dat het vaag is om meteen te begrijpen.</u>
Test aanpassing	Respondent 3	Dat het er ook leuk uitziet en de bekende namen. <u>Ik zou willen kunnen zien of de bedrijven binnen mijn studie passen en de bedrijven een passende opdracht voor me hebben bijvoorbeeld.</u>
Plus-/minpunten		Antwoorden
Op een schaal van 1-10 door respondent) Wanneer wordt je beoordeling hoger? - <u>Om welke reden? Wat maakt het beter?</u>	Respondent 1	7: Als het prototype duidelijker laat zien wat de ervaring is op de open dag, wat overzichtelijker. En maak de poster visueel aantrekkelijker voor jongeren, minder die duurzaamheid benadrukken. <u>De leuke en herkenbare elementen die jullie willen toevoegen beter naar</u>

		<u>voren laten komen in het prototype en flyer.</u>
	Respondent 2	8: Ik vind de poster met bekende merken wel iets dat snel bij mij zou werken als ik op zoek ben om informatie te krijgen over projecten. <u>Als jongeren die al actief zijn komen vertellen hoe zij impact maken, zodat het tastbaarder wordt.</u>
Test aanpassing	Respondent 3	7: Het is belangrijk dat ik de opdrachten van de bedrijven ook weet. <u>Dan weet ik ook dat het heel relevant is om met deze mensen in gesprek te gaan tijdens zo een ding als dit.</u>
Wat zouden wij moeten veranderen aan het idee? - <u>Waarom vind je dat dit veranderd moet worden?</u>	Respondent 1	De flyer kan nog duidelijker benadrukken dat je zelf dingen kan doen, bijvoorbeeld hoe een coöperatie werkt of hoe je kunt meedoen. <u>Jongeren willen weten wat zij zelf aan deze dag hebben.</u>
	Respondent 2	Duidelijker maken hoe de open dag aantrekkelijk is voor een breder publiek. <u>Omdat de meeste jongeren niet vanzelf naar iets over energiecoöperaties gaan, dus je moet de extra waarde heel concreet maken.</u>
Test aanpassing	Respondent 3	Zoals ik al zei misschien duidelijk wat voor een opdracht kan worden gekoppeld aan de bedrijven of wat andere

		<p>student al eens eerder hebben mogen doen.</p> <p><u>Dan zou ik sneller met een reden dus gaan, dat zal mee aanzetten om voor mezelf iets goed te regelen voor dus latere opdrachten voor mijn opleiding.</u></p>
--	--	---