

# Samen Lokaal in Beweging

**TNO** innovation  
for life

**buur  
kracht.**



Werkboek

# Een werkboek

Lokale initiatieven spelen een belangrijke rol in het realiseren van de energietransitie. Voor veel bewoners heeft het aanschaffen van duurzame maatregelen of het participeren in duurzame initiatieven echter geen prioriteit. Lokaal opererende organisaties hebben daardoor moeite om nieuwe deelnemers te werven en om deelnemers zover te krijgen dat ze energiemaatregelen nemen.

Dit werkboek helpt lokaal opererende organisaties en initiatieven om in kaart te brengen wat mensen belangrijk vinden, hierbij aan te sluiten en zo enthousiasme en groei te creëren.

Dit werkboek biedt houvast, met een handig stappenplan, voorbeelden, praktische tips en tools.



**Tip:** Lees het werkboek van A tot Z. Of spring direct naar een hoofdstuk door erop te klikken



## Achtergrond

[Achtergrond bij dit werkboek](#)

## De aanpak

[Stap 1: breng de wensen en waarden in kaart](#)



Wensenkaart

[Stap 2: vind de rode draad en formuleer een vervolgactiviteit](#)



Rode draad workshop

[Stap 3: ontwikkel een creatieve activiteit en stimuleer sociale cohesie](#)



Ontwerp workshop

[Stap 4: evalueer](#)



Evaluatiekaart

## Bijlagen

[Referenties, contact en colofon](#)

# Voor wie is dit werkboek?

Het werkboek is bedoeld voor lokaal opererende organisaties en initiatieven die duurzame energie stimuleren en faciliteren.

Daarnaast kan de aanpak ook handvatten bieden voor andere organisaties die hiermee bezig zijn, zoals gemeenten.

Heb je vragen naar aanleiding van dit werkboek?

[Neem dan contact met ons op.](#)

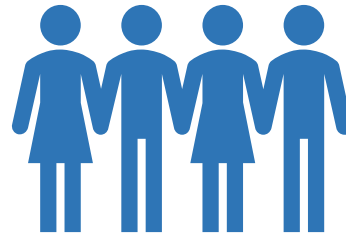
# Hoe kwam dit werkboek tot stand?

- Buurkracht en TNO hebben het werkboek ontwikkeld in het MVI Energie project “Samen lokaal in beweging: urgente waardengedreven verandering en groei”.
- Buurkracht is een zelfstandige stichting en heeft als doel om mensen in buurten met elkaar te verbinden en ze te ondersteunen bij het verbeteren van de buurt. TNO is een onderzoeksorganisatie met de ambitie om de energietransitie te versnellen zodat Nederland in 2050 een energiehuishouding zonder CO<sub>2</sub>-emissies heeft.
- Buurkracht en TNO hebben veel kennis over het betrekken en motiveren van mensen; de sociale aspecten van de energietransitie.
- De beschreven aanpak is samen met de praktijk ontwikkeld; namelijk met lokale energie-initiatieven in Nij Beets en Leeuwarden (Zuiderburen-Hempens). Ook hebben er twee kennisdelingssessies plaatsgevonden met lokaal opererende organisaties, initiatieven en andere partijen zoals gemeenten.

# Uitgangspunt van dit werkboek 1/4



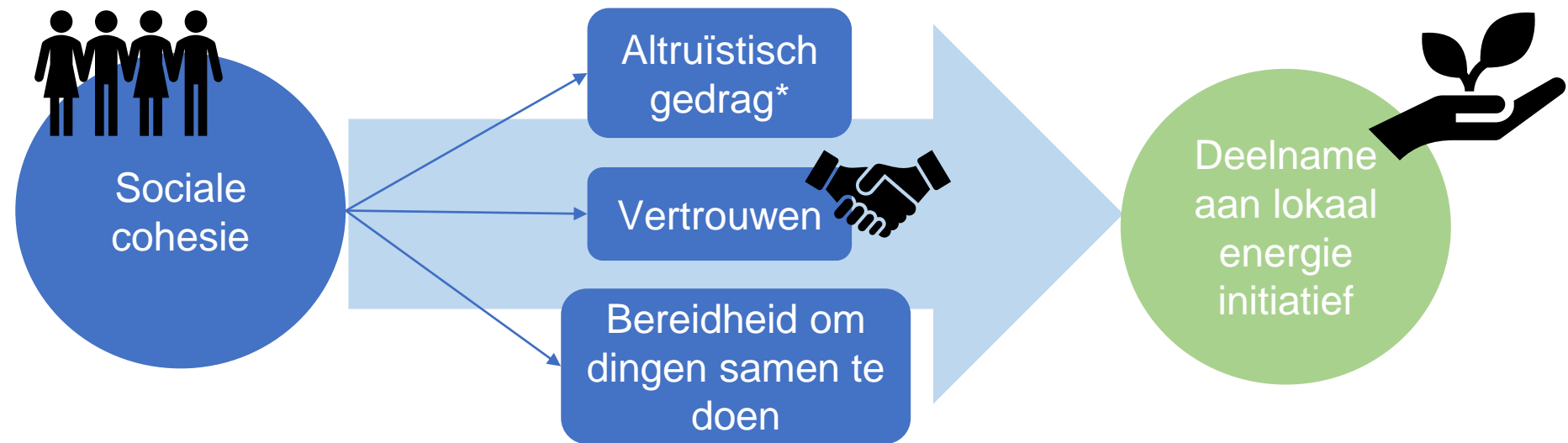
**Om mensen te stimuleren om duurzame acties te ondernemen moet je eerst op lokaal niveau de sociale cohesie stimuleren.**



**Sociale cohesie:** de mate waarin individuen of groepen met elkaar verbonden zijn en zich met elkaar verbonden voelen (geïnspireerd door: De Kam, 2004).

# Uitgangspunt van dit werkboek 2/4

## Van sociale cohesie naar bereidheid om deel te nemen aan een lokaal energie initiatief



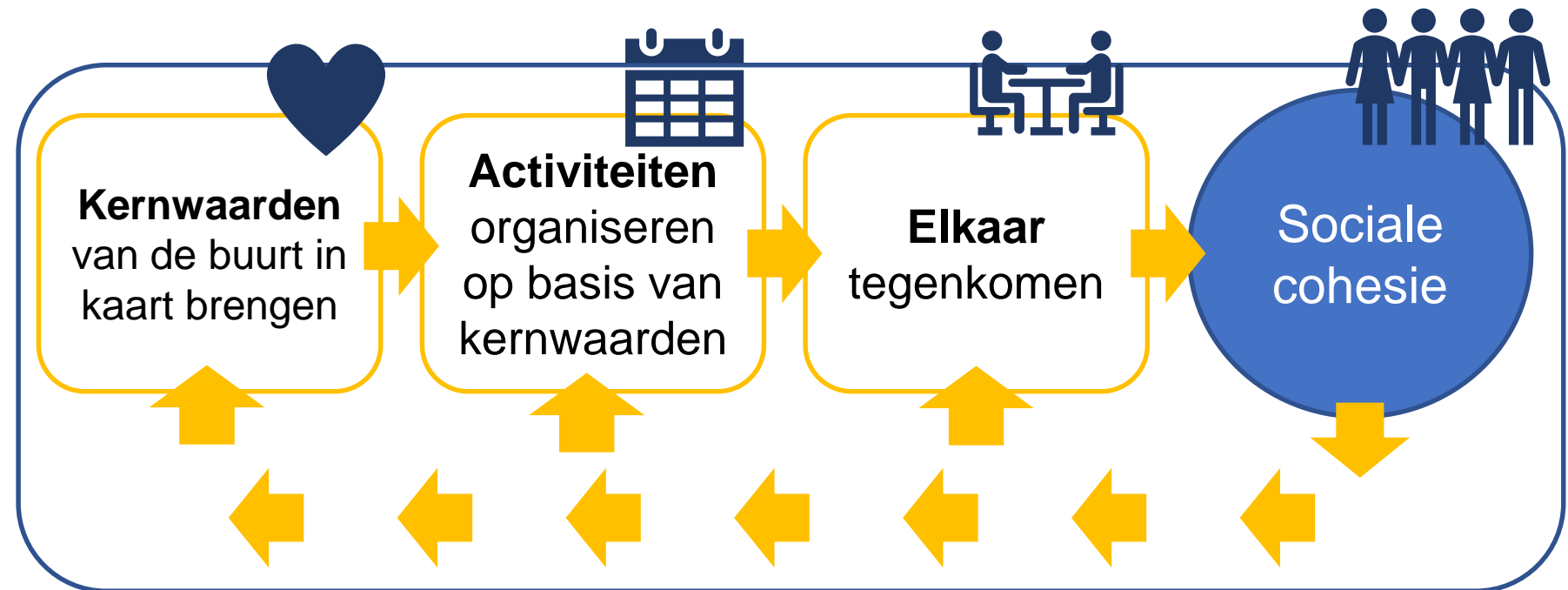
- Hoe meer **sociale cohesie**, hoe meer **altruïstisch\* gedrag**, hoe groter de **bereidheid om dingen samen te doen** én hoe **meer vertrouwen** er is tussen mensen (Gullstom & Kort, 2019).
- Vertrouwen is belangrijk voor de bereidheid van mensen om deel te nemen aan een lokaal energie initiatief (Kalkbrenner en Roosen, 2016).

\* Het gemeenschappelijk belang boven het individuele belang stellen

# Uitgangspunt van dit werkboek 3/4

## Het creëren van sociale cohesie

Als mensen elkaar tegenkomen, ontstaat er makkelijker sociale cohesie. Hoe zorg je dat mensen elkaar tegenkomen? Door activiteiten te organiseren die aansluiten bij wat mensen belangrijk vinden; hun kernwaarden.








# Uitgangspunt van dit werkboek 4/4

## De aanpak samengevat

- Voor veel bewoners heeft het aanschaffen van duurzame maatregelen of het participeren in duurzame initiatieven geen prioriteit. Door op zoek te gaan naar wat mensen wél belangrijk vinden en hierbij aan te sluiten, kun je enthousiasme en groei creëren in jouw lokale initiatief. Met deze aanpak stimuleren we je om breder te kijken dan energie en buiten bekend terrein te stappen.
- In deze aanpak gebruik je waarden om zicht te krijgen op wat mensen belangrijk vinden. Je kijkt daarbij ook naar de **waarden** van jouw eigen initiatief. Ook breng je in kaart hoe mensen het wonen en leven in hun buurt ervaren en welke sociale netwerken en activiteiten er al zijn.
- Op basis van deze inzichten bedenk je een **idee** waarmee je inspeelt op deze waarden en wensen met betrekking tot wonen en leven in de buurt. Je kijkt daarbij ook of je kunt **aansluiten bij een ander** initiatief of organisatie die een belangrijke rol speelt in de buurt maar niet perse met energie bezig is.
- Dit idee werk je vervolgens uit tot “**creatieve activiteit**”, met een doel, een doelgroep en vaak met partners. Uiteraard is “energie(besparing/opwekking)” een onderdeel hiervan, maar het hoeft niet de kern te zijn. De activiteit stimuleert sociale cohesie waardoor uiteindelijk meer mensen bereid zullen zijn mee te doen aan de (duurzame) activiteiten van jouw initiatief.
- De aanpak bevat onder meer een wenseninventarisatie en twee workshops. Het kan zomaar dat je in de praktijk meer dan twee workshops nodig hebt. Dat is prima.
- Je sluit af met **evalueren**. Zo doe je ervaring en kennis op voor een volgende keer.



# Hoe werkt dit werkboek?

- Elke stap start met “Achtergrond”  waarin beknopt een toelichting of theorie wordt gegeven. Daarna volgt “In de praktijk”  waarin concrete handvatten worden gegeven voor de stap. Vaak geven we daarbij voorbeelden uit de praktijk .
- Het stappenplan is geen strak, lineair proces. Wellicht doe je sommige stappen meerdere keren, of in een andere volgorde. Soms is het nodig om een stap ‘terug’ te zetten.
- Zijn er bepaalde onderdelen al geregeld of niet van toepassing voor jou, sla die dan over.

# Stap 1:



## Breng de wensen en waarden in kaart

 *Achtergrond over waarden*

*Werkwijze van wensen en waarden in kaart brengen*



*1. Breng de wensen in kaart*

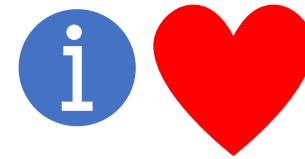
*2. Zet op een rij wat bewoners belangrijk vinden*



*Praktijkvoorbeeld*

# Achtergrond

## Waarden 1/5



**Waarden** geven aan wat iemand belangrijk vindt in het leven. Waarden leiden zo tot doelen die mensen (onbewust of bewust) nastreven. Daarmee zijn het gidsen voor ons gedrag; we zullen het meest gemotiveerd zijn dát te doen wat bij onze eigen waarden past.

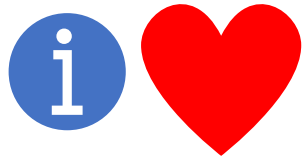
- Voorbeelden van waarden zijn: gezondheid, veiligheid, plezier, of verbondenheid met andere mensen. Meer voorbeelden van waarden staan op de volgende pagina's.

Waarden kunnen daarom een bruikbaar middel zijn om mensen te bereiken en te betrekken.

Waarden en normen worden vaak samen genoemd. Normen zijn echter gedragsrichtlijnen die opgelegd zijn of voelen, en hoeven niet perse hetzelfde te zijn als iemands waarden. Bijvoorbeeld: een heersende norm in je omgeving kan zijn dat bij feestjes een alcoholisch drankje hoort, terwijl je dat zelf eigenlijk niet hoeft omdat je bijvoorbeeld op je gezondheid wil letten.

# Achtergrond

## Waarden 2/5



Er bestaan verschillende indelingen van waarden. Een aantal voorbeelden zijn:

- **Waardenindeling van Sheldon (2001):** Sheldon voegde een aantal indelingen (Maslov, Ryan & Deci en Epstein) van behoeften samen en kwam tot tien verschillende psychologische kernbehoeften die wij waarden noemen (meer uitleg op de volgende pagina's): autonomie, competentie, stimulatie/ plezier, verbondenheid, betekenis, lichamelijk welbevinden, geld en luxe, veiligheid, zelfwaardering en invloed/populariteit.
- **Maslow piramide:** Abraham Maslow rangschikte de volgens hem universele behoeften van de mens in deze hiërarchie. De behoeftes lager in de hiërarchie moeten eerst vervuld zijn. Pas daarna kunnen mensen streven naar behoeftes hoger in de hiërarchie.



# Achtergrond

## Waarden 3/5



Voor dit Werkboek hebben we gekozen voor de 10 psychologische kernbehoeften/waarden van Sheldon. Uit interviews met bewoners en andere praktijktoepassingen blijken deze goed toepasbaar:

1. **Autonomie en onafhankelijkheid:** Het gevoel hebben dat je zelf bepaalt wat je doet, wanneer, en hoe, onafhankelijk en niet gestuurd door anderen of de mogelijkheden om je heen.
2. **Competentie:** Het gevoel hebben dat je capabel en effectief bent in wat je doet en onderneemt.
3. **Verbondenheid:** Het gevoel hebben dat je regelmatig (diepgaand) contact hebt met mensen waar je om geeft en die om jou geven, je niet alleen voelen maar verbonden met anderen.
4. **Invloed:** Het gevoel hebben dat je gerespecteerd wordt en aardig gevonden wordt en dat je invloed hebt op anderen of dingen, jouw advies of mening wordt belangrijk gevonden en serieus genomen
5. **Plezier en stimulatie:** Het gevoel hebben dat je genoeg geniet en plezier in je leven hebt, genoeg prikkels, je niet vervelen.

# Achtergrond

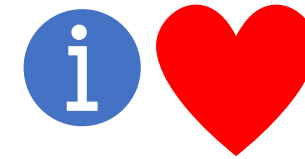
## Waarden 4/5



6. **Veiligheid en controle:** Je veilig en in controle voelen in je leven in plaats van je onzeker of bedreigd voelen door jouw eigen of externe omstandigheden.
7. **Lichamelijk/fysiek welzijn:** Voelen dat je lichaam gezond is en gezond wordt gehouden, je goed voelen in jouw lichaam.
8. **Zelfrealisatie en betekenis:** Voelen dat je het beste uit jezelf haalt, je maximaal ontwikkelt naar jouw mogelijkheden. Je hebt niet het gevoel dat je stil staat maar dat het leven altijd iets interessants te bieden heeft waarmee je een stap verder komt.
9. **Zelfrespect:** Voelen dat je een waardevol persoon bent, net zo goed als ieder ander, je voelt je niet minder dan anderen, je doet niet onder voor anderen.
10. **Financiën:** Het gevoel hebben dat je voldoende financiële middelen hebt om te kopen wat je nodig hebt en wat je wilt.

# Achtergrond

## Waarden 5/5

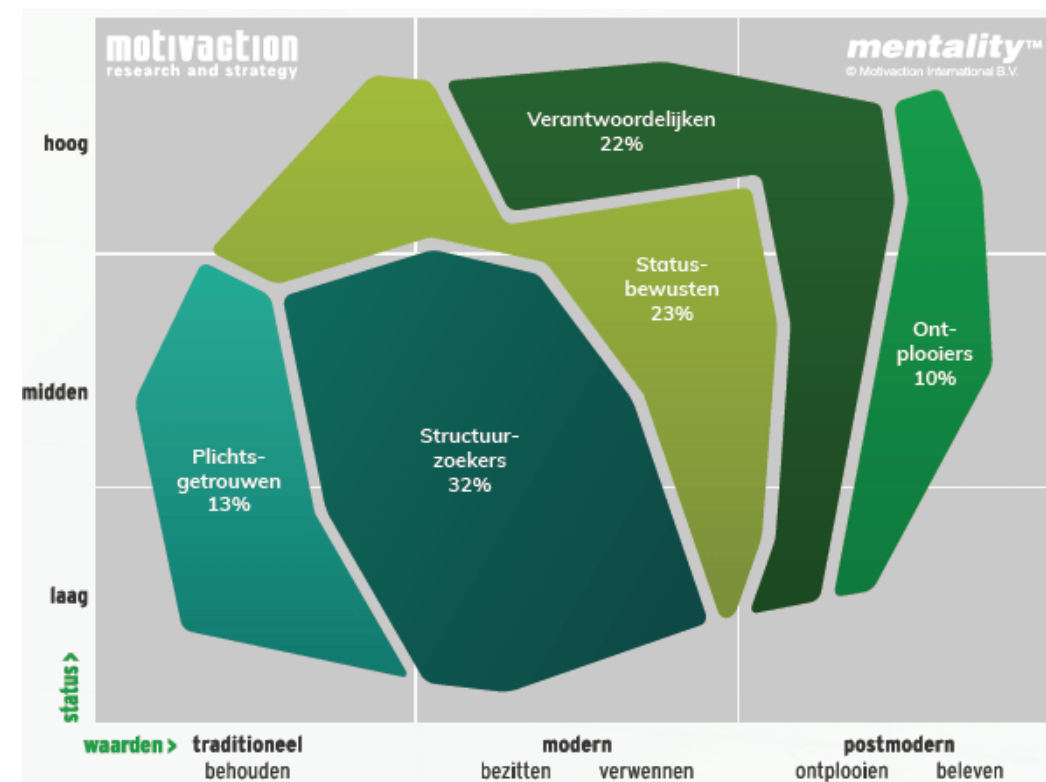


Ten slotte wat betreft waarden: diverse organisaties hebben waarden-indelingen gemaakt, zoals Motivaction (hieronder beschreven) maar ook Kantar en I&O Research. Er is dus best veel over te vinden!

### Vijf duurzaamheidsgroepen van Motivaction:

Motivaction onderscheidt vijf duurzaamheidsgroepen. Elk van deze groepen heeft eigen opvattingen en een typerende motivatie om duurzaam te leven. Voor elke groep is een passende communicatieaanpak nodig die voor hen werkt. Meer informatie hierover vind je op deze website:

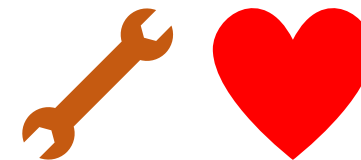
[www.motivaction.nl/vijftintengroener](http://www.motivaction.nl/vijftintengroener)





# Werkwijze

## 1 Breng de wensen in kaart



Wensenkaart

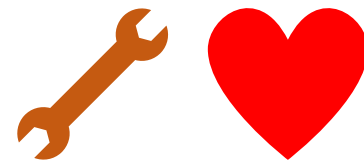
Je gaat nu in kaart brengen welke wensen en waarden bewoners hebben. Buurkracht en TNO hebben daarvoor de Wensenkaart ontwikkeld.

De Wensenkaart ondersteunt bij het achterhalen van de belangrijkste behoeften, wensen en waarden in de buurt (bijvoorbeeld: meer parkeerplaatsen, aanpakken eenzaamheid, het behoud van faciliteiten). De Wensenkaart achterhaalt zo waarvoor mensen in beweging willen komen. Inzicht hierin helpt bij het bedenken van activiteiten waarmee nieuwe doelgroepen bereikt worden voor jouw initiatief (zie [stap 3 Ontwikkel een creatieve activiteit en stimuleer sociale cohesie](#)).

De Wensenkaart is als bijlage (Word-document) bij dit werkboek gevoegd.

# Werkwijze

## 1 Breng de wensen in kaart 1/3



Wensenkaart

Je kunt de Wensenkaart op papier verspreiden in de buurt. Maar we adviseren je sterk de vragenlijst online beschikbaar te maken en te verspreiden, want:

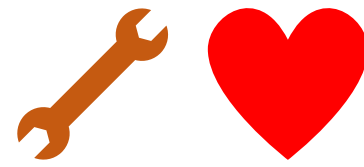
- Je hoeft dan niet te printen/kopiëren (scheelt inkt, papier en geld).
- Je hoeft de deuren niet langs om de vragenlijst te verspreiden en op te halen.
- Je hoeft de antwoorden niet handmatig te verwerken en analyseren.

Er zijn diverse gratis mogelijkheden om een vragenlijst online beschikbaar te maken. Voorbeelden hiervan zijn: Google Forms, Thesis Tools en Survey Monkey. Ze werken allemaal met een stappenplan om snel en makkelijk je vragenlijst online te krijgen. Ook genereren ze automatisch overzichten en grafieken van de antwoorden die mensen gegeven hebben. Mocht je er onverhoopt niet uitkomen, dan zijn er verschillende adviesbureaus die hierbij voor een redelijke vergoeding ondersteuning kunnen bieden. Een voorbeeld hiervan is Joke Kort ([joke@nahco3.nl](mailto:joke@nahco3.nl)) die reeds bekend is met de Wensenkaart.

Nadat je de Wensenkaart met zo'n online tool digitaal hebt gemaakt, zet je de link of een QR-code naar de Wensenkaart uit bij de bewoners van het gebied (buurt, wijk, dorp, stad) waar jouw lokale initiatief actief is of wil zijn. Zie ook de tips op de volgende pagina.

# Werkwijze

## 1 Breng de wensen in kaart 2/3



Wensenkaart

Hoe meer bewoners de Wensenkaart invullen, hoe meer inzicht je krijgt in de waarden en wensen van de buurt. Zorg er daarom voor dat je Wensenkaart zo breed mogelijk onder de aandacht brengt en benadruk dat dit ván de buurt en vóór de buurt is.

- Zeer effectief is persoonlijk contact: ga langs de deuren in de buurt, bel aan, vertel over je actie en laat een kaartje achter met daarop QR code naar Wensenkaart of laat de papieren versie achter.
- Plaats een stukje in de buurtkrant en verwijst naar het webadres waar de Wensenkaart ingevuld kan worden (bijvoorbeeld met QR code) of vertel waar de papieren versies liggen.
- Heeft jullie een buurt Whatsappgroep? Gebruik dan eventueel die. Hetzelfde geldt als een buurt een grote Facebookpagina, website of Twitter account heeft.
- Leg kaartjes met de link naar de enquête (of papieren versies) neer op centrale plekken in de buurt (bijvoorbeeld de supermarkt, dorpshuis, buurtcafé, bibliotheek, kerk, sportvereniging).
- Plaats een stukje in de lokale krant en verwijst naar het webadres waar de Wensenkaart ingevuld kan worden (bijvoorbeeld met QR code) of vertel waar de papieren versies liggen.
- Heb je een (e-mail)adressenlijst van leden of belangstellenden? Zet die in. Mogelijk kun je dit ook via een buurtvereniging of dorpsbelangenvereniging doen.
- Gebruik andere platforms als die groot zijn in jouw buurt, bijvoorbeeld Nextdoor.

*Geef elke 10<sup>e</sup>  
invuller een  
taart!*

# Werkwijze

## 1 Breng de wensen in kaart 3/3

Voorbeeld van vragen uit de Wensenkaart



Wensenkaart

Over jouw buurt

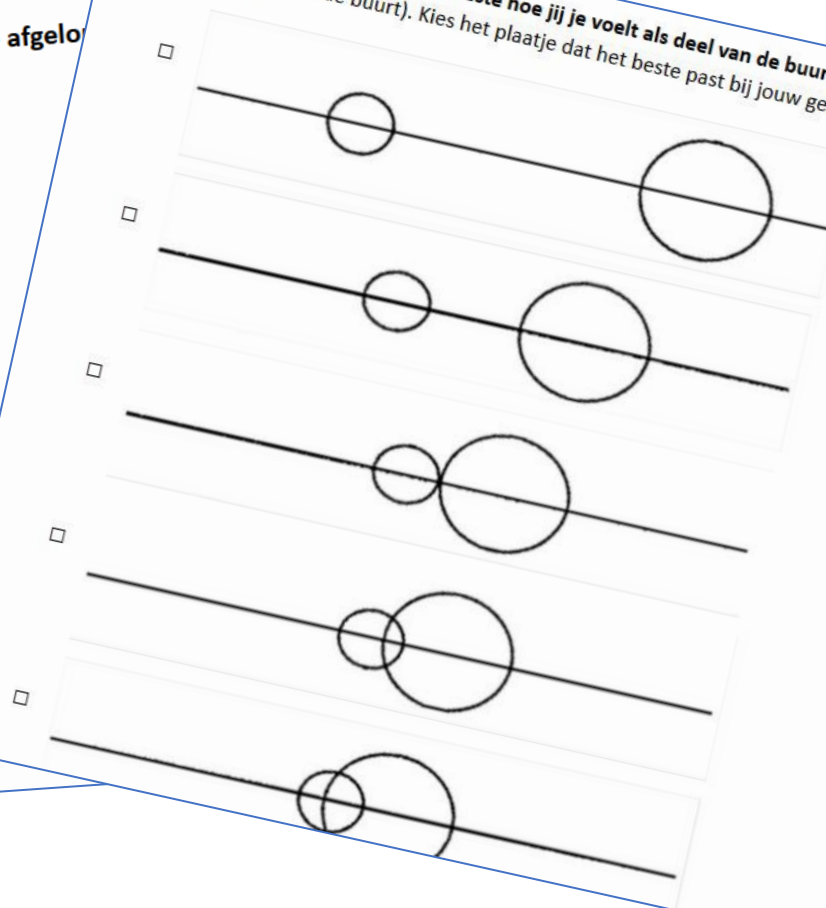
4. Wat vind jij van jouw buurt? Is deze erop vooruit- of achteruitgegaan de afgelopen jaren?

- Achteruit (ga door naar vraag 5)
- Gelijk gebleven (ga door naar vraag 7)
- Vooruit (ga door naar vraag 6)

5. In welk opzicht is de buurt erop achteruitgegaan?

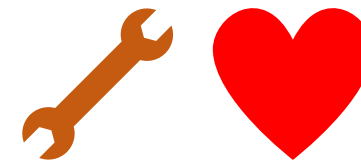
6. In welk opzicht is de buurt erop vooruitgegaan?

17. Welk plaatje beschrijft het beste hoe jij je voelt als deel van de buurt? (De kleine cirkel ben jij, de grote is de buurt). Kies het plaatje dat het beste past bij jouw gevoel.



# Werkwijze

## 2 Zet op een rij wat bewoners belangrijk vinden 1/7



Wensenkaart

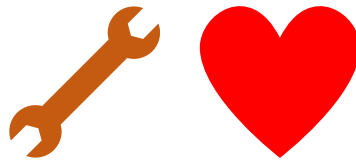
Je hebt de ingevulde (online of papieren) Wensenkaarten ontvangen. Je gaat nu de antwoorden bekijken en vaststellen wat bewoners belangrijk vinden.

Uiteraard is de “representativiteit” hierbij belangrijk. Als je bijvoorbeeld 50 Wensenkaarten hebt verspreid en er 5 terugkrijgt, zal dit een beperkt beeld geven. Probeer er dan op zijn minst 15 van te maken. En als er één bepaalde groep sterk vertegenwoordigd is (bijvoorbeeld alleen de voetbalvereniging) zal dit het beeld ook kleuren. Vraag dan een andere groep om nog mee te doen. Weet wel dat dit onderzoek hoe dan ook niet kan leiden tot uitspraken als “15% van de buurt wil...” want daarvoor zullen de aantallen altijd te laag zijn. Het doel is inzicht en geen grootschalig onderzoek!

Pak nu de grafieken erbij uit de online vragenlijst en/of pen en papier om alle antwoorden te “scoren” (zo vaak is dit genoemd, zo vaak is dat genoemd, enzovoort). Op de volgende pagina’s staan tips.

# Werkwijze

## 2 Zet op een rij wat bewoners belangrijk vinden 2/7



Wensenkaart

### Waarden:

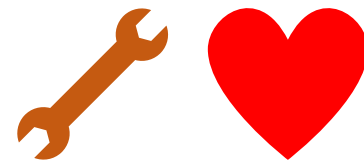
In de Wensenkaart hebben bewoners over 10 waarden nagedacht (autonomie, competentie, verbondenheid, invloed, plezier en stimulatie, veiligheid en controle, lichamelijk/fysiek welzijn, zelfrealisatie en betekenis, zelfrespect en financiën).

Bepaal welke 3 waarden het vaakst genoemd worden om 'te verbeteren'. Kijk hiervoor naar de antwoorden op de volgende vraag:

- Vraag 9: In welke van onderstaande algemene menselijke behoeften zou je graag verbetering zien in jouw leven => **Stel vast welke waarden bewoners het vaakst hebben gekozen.** Waarom denk je dat dit zo is? Dit kan waarschijnlijk mede verklaard worden door de antwoorden op de volgende vragen!

# Werkwijze

## 2 Zet op een rij wat bewoners belangrijk vinden 3/7



Wensenkaart

### Buurt

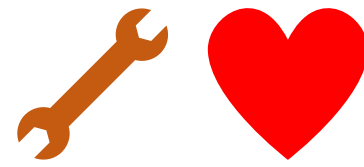
Bewoners hebben aangegeven hoe ze hun buurt ervaren. Bepaal nu wat bewoners waarderen aan de wijk/buurt en wat volgens bewoners beter kan. Kijk hiervoor naar de antwoorden op de volgende vragen:

- Vraag 3: Waarom ben je hier destijds komen wonen?
- Vraag 4: Wat vind jij van jouw buurt? Is deze erop vooruit- of achteruitgegaan de afgelopen jaren?
- Vraag 5: In welke opzicht is de buurt erop achteruitgegaan?
- Vraag 6: In welke opzicht is de buurt erop vooruitgegaan?
- Vraag 7: Kun je 3 zaken opschrijven die je graag anders zou willen zien?
- Vraag 8: Hoe gelukkig ben je met het leven in deze buurt?

**Bekijk of je de antwoorden kunt ordenen in een paar thema's.** Bijvoorbeeld: gewenste faciliteiten, verbeterpunten op het gebied van mobiliteit, verbeterpunten op het gebied van sociale contacten. Kijk ook naar de scores op de waarden uit de vorige slide; kun je informatie uit deze vragen relateren aan waarden?

# Werkwijze

## 2 Zet op een rij wat bewoners belangrijk vinden 4/7



Wensenkaart

### Contacten en activiteiten

Bewoners hebben aangegeven hoeveel mensen uit de buurt ze kennen en waar ze deze mensen ontmoeten. Kijk hiervoor naar antwoorden op de volgende vragen:

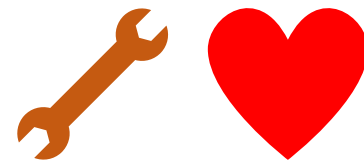
- Hoe vaak er voor “verbondenheid” is gekozen in de vraag over algemene menselijke behoeften (vraag 9).
- Vraag 10: Hoeveel mensen in jouw buurt ken je bij naam? (inclusief burens)
- Vraag 12: Waar ontmoet je vooral jouw sociale contacten (burens, vrienden, kennissen, familie)? Denk bijvoorbeeld aan een sportvereniging, de fitness, de buurtkroeg, thuis.
- Vraag 13: Neem je deel aan (of ben je lid van) een groep, vereniging of organisatie in jouw buurt? Zo ja, welke?

**De antwoorden op deze vragen geven een indruk van de sociale netwerken in de buurt**, waar je als initiatief ook contact mee kan leggen bijvoorbeeld (dit komt terug in de volgende stappen). Bepaal welke sociale netwerken het vaakst genoemd worden



# Werkwijze

## 2 Zet op een rij wat bewoners belangrijk vinden 5/7



Wensenkaart

### Sociale cohesie

Bewoners hebben een beeld gegeven van hoe zij denken over sociale cohesie in hun buurt. Kijk hiervoor naar de volgende vragen:

- Hoe vaak er voor “verbondenheid” is gekozen in de vraag over algemene menselijke behoeften (vraag 9).
- Wederom: vraag 10: Hoeveel mensen uit jouw buurt ken je bij naam? (inclusief burens) en vraag 13: Neem je deel aan (of ben je lid van) een groep, vereniging of organisatie in jouw buurt? Vraag 14: Zo ja, welke?
- Vraag 15: Help jij je burens (buurtgenoten) wel eens of helpen ze jou? Vraag 16: Zo ja, hoe?
- Vraag 17: Welk plaatje beschrijft het beste hoe jij je voelt als deel van de buurt?
- Vraag 18: Wat zou jou motiveren meer samen met jouw burens/de buurt te doen, te delen of op te pakken?
- Vraag 19: In hoeverre ben jij bereid om iets met jouw burens/de buurt te delen, gezamenlijk op of aan te pakken?

**De antwoorden op deze vragen geven een indruk van de activiteiten en de wensen die men heeft ten aanzien van sociale cohesie en wat men graag samen wil doen.** Vaak kunnen de antwoorden op deze vragen weer gekoppeld worden aan de waarden die men het meest belangrijk vindt in de buurt.

# Werkwijze

## 2 Zet op een rij wat bewoners belangrijk vinden 6/7



Wensenkaart

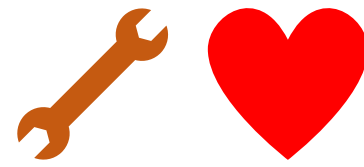
Je hebt nu een overzicht van wat er leeft in het dorp/buurt/wijk; van zaken die goed gaan (bijvoorbeeld: er zijn veel actieve vrijwilligers bij de sportclub) met concrete aanknopingspunten voor verbetering (bijvoorbeeld: opknappen van een park, of sommige mensen zijn eenzaam, men is zich te weinig consumptiebewust, er wordt te hard gereden in de wijk, er zijn teveel auto's in de wijk).

Vaak zullen ook punten genoemd worden die moeilijk vanuit het lokale energie initiatief aan te pakken zijn, bijvoorbeeld verbeteren van woningbouw. Deze zijn wel goed om te kennen en om andere bevindingen uit de Wensenkaart te begrijpen. Ook kun je op deze punten zoeken naar samenwerking met andere initiatieven of organisaties in de wijk. Je kunt uiteraard deze bevindingen delen met partijen die er iets mee kunnen, zoals de gemeente, of de woningcorporatie.

**TIP Gebruik maken van bestaand onderzoek**  
Veel gemeentes laten bureaus onderzoek doen onder bewoners en hebben dan gegevens tot op wijkniveau beschikbaar. Deze onderzoeken hebben vaak namen als 'Dorpsspiegel', 'woonwensen onderzoek', 'woon-enquête gemeente x', 'wijk- enquête', 'enquête leefomgeving', etc. Deze onderzoeken kunnen het beeld wat je haalt uit de Wensenkaart aanvullen. Vraag eens of jouw gemeente deze onderzoeken beschikbaar heeft.  
Probeer vervolgens uit deze onderzoeken het volgende te halen: welke waarden zijn belangrijk voor bewoners? Wat waarderen bewoners in de buurt en wat zou volgens hen verbeterd moeten worden? Hoe tevreden zijn bewoners over hun sociale contacten in de buurt en hoeveel sociale cohesie is er in de buurt?

# Werkwijze

## 2 Zet op een rij wat bewoners belangrijk vinden 7/7



Wensenkaart

Doe ter afronding een check:

Stel dat je nu een verhaal schrijft over je buurt op basis van de top inzichten uit de Wensenkaart: herken je de buurt dan? En de anderen van je team ook?

**Let op:** je zult niet alle punten herkennen. Sommige punten hoeven niet te spelen voor jouw persoonlijke situatie maar kunnen wel belangrijk zijn voor anderen. Het is belangrijk om deze punten serieus te nemen (zeker als je genoeg vragenlijsten hebt teruggekregen, zoals eerder genoemd). Door met jouw initiatief ook de waarden en wensen van anderen te raken, zal jouw initiatief beter landen.

Herken je jouw buurt in zijn algemeenheid?

- Ja: dan kun je nu verder.
- Nee: waar ligt dat aan? Moet je misschien dan toch wat meer informatie ophalen totdat je het wel herkent?

In [stap 2 “Vind de rode draad en formuleer een vervolgactiviteit”](#) van dit werkboek gaan we verder met de opgedane inzichten.

*Voorbeeld: in ons dorp is men trots op de rust en de landelijke sfeer waarmee we ook veel toeristen trekken. Helaas voelen jongeren zich hier regelmatig eenzaam en trekken ze, ook door gebrek aan betaalbare woningen, weg naar de stad. (Etc....)*

# Praktijkvoorbeeld

## Resultaten Wensenkaart Zuiderburen-Hempens



Wat gewaardeerd wordt aan de buurt →

Rust  
Groen  
Mooi  
Ligging  
Schoon

Contacten in de buurt →

gemeenschappelijke Activiteiten zonne-energie Sociaal Wanneer meedelen Kinderen Veel groentetuin vermilzucht minder herken Gemeenschappelijke

samenhang kinderen aannemen tijdens afgestemd water pakken doe meer mij buurt kunnen Zouden betrokkenheid

Wanneer meedelen Kinderen Veel groentetuin vermilzucht minder herken Gemeenschappelijke

overlast vakanties beter pakketten mensen Meerklaar mijn buurt kunnen Zouden betrokkenheid naam maken hebbende Ondernemende

eerst boodschap (je ruziegebied vrienden organiseren maar openbaar gezelligheid aan buurtbewoner

pakketten doe meer mij buurt kunnen Zouden betrokkenheid naam maken hebbende Ondernemende

overlast vakanties beter pakketten mensen Meerklaar mijn buurt kunnen Zouden betrokkenheid naam maken hebbende Ondernemende

Wandelen  
Feesten/intochten  
School/opvang  
Bos  
Supermarkt  
Fietsen

← Activiteiten in de buurt

← Wat verbeterd mag worden

Groen huizen plagen insecten netter voetbalveld Groenonderhoud Hondenvrij Grondwater Bestrating Ondergronds

Betere aanpak wijk peil Tuinen onderhoud

Beter zoals Zwervafval Veiligheid brengen

water Meer

huizen plagen insecten netter voetbalveld Groenonderhoud Hondenvrij Grondwater Bestrating Ondergronds

Betere aanpak wijk peil Tuinen onderhoud

Beter zoals Zwervafval Veiligheid brengen

water Meer

huizen plagen insecten netter voetbalveld Groenonderhoud Hondenvrij Grondwater Bestrating Ondergronds



# Stap 2:

## Vind de rode draad en formuleer een vervolgactiviteit



*Op zoek naar de rode draad en sociale verbanden*

*Werkwijze van de rode draad workshop*



*1. Bereid een rode draad workshop voor*

*2. Voer de rode draad workshop uit*



*Praktijkvoorbeeld*

# Achtergrond

## Op zoek naar de rode draad en sociale verbanden



Uit de Wensenkaart heb je inzichten gehaald over wat bewoners belangrijk vinden, maar ook welke verbanden men belangrijk vindt voor de sociale verbondenheid in de buurt (“sociale netwerken”). Bijvoorbeeld de voetbalvereniging, de kinderspelweek, maar het kan ook een heel informeel verband zijn zoals de groep die wekelijks met elkaar gaat kaarten.

Door deze zogenaamde bronnen van sociale cohesie te herkennen, kunnen kansen ontstaan voor samenwerking op maatschappelijke thema’s (zoals veiligheid, leefbaarheid); ofwel “koppelkansen”. Het idee erachter is, dat als je waarden met elkaar deelt, je elkaar ook kunt versterken.

Dit is een goed moment om verder te brainstormen over de inzichten en deze koppelkansen, tijdens de *“Rode draad workshop”*.

# Werkwijze

## 1 Bereid een rode draad workshop voor

- Organiseer een workshop met jouw lokale energie initiatief en doe een verdiepingsslag op de gevonden inzichten uit stap 1 (of deel ze als nog niet iedereen ze kent). De aanpak hiervoor vind je op de volgende slides.
- Je nodigt in eerste instantie het kernteam van het energie initiatief uit of degenen die het meest betrokken zijn bij de groei van het initiatief. Een groep van 6 a 8 personen is een goed aantal voor een gespreid beeld en voldoende ruimte voor discussie.
- Reken voor de workshop een tijdsduur van 2 tot 2,5 uur.
- Zet de voornaamste inzichten van de Wensenkaart op losse papieren of flipovers om snel tot een gesprek te kunnen komen.
- Maak een korte introductie van deze aanpak en het werken met waarden voor diegenen die er nog niet bij betrokken waren. Je kunt hiervoor bijvoorbeeld de inhoud uit dit werkboek gebruiken.



Rode draad workshop

Jongeren  
trekken weg  
uit het dorp

De winkel is  
gesloten

De voetbalclub  
heeft veel  
betrokken leden



# Werkwijze

## 2 Voer de rode draad workshop uit



Rode draad workshop

Het programma van de workshop kent 3 delen:

1. Toelichting en achtergrond;
  2. Het uitvoerig doorspreken van de waarden en wensen uit de buurt;
  3. En samenvatten en vooruitkijken.
- *Deel 1* duurt zo'n 30 minuten en behandelt het doel van de avond en achtergrond over waarden
  - Voor *deel 2* neem je een uur om inzichten uit de Wensenkaart (of andere middelen) te bespreken; een belangrijk inzicht te kiezen; en dit inzicht te doorgronden.
  - *Deel 3* rond je in ongeveer 30 minuten af door vast te stellen welke rode draad je nu ziet en door de vervolgstap te bepalen.

Deze onderdelen worden op de volgende slides toegelicht.



# Werkwijze

## 2 Voer de rode draad workshop uit - Deel 1: Geef een toelichting op het doel van de avond



Rode draad workshop

De workshop wordt door een van de initiatiefnemers ingeleid met de reden waarom je bij elkaar zit, eventueel aangevuld met theorie over waarden (zoals in dit werkboek).

Mocht er een voor de groep nieuwe persoon bij zitten, bijvoorbeeld een genodigde van de gemeente of een andere organisatie, dan begin je uiteraard met een voorstelrondje.



# Werkwijze

## 2 Voer de rode draad workshop uit – Deel 2: Spreek waarden en wensen uit de buurt door



### Rode draad workshop

- Je deelt de belangrijkste inzichten uit de Wensenkaart. Woordwolken\* zijn een goede manier om algemene beelden te schetsen. Maar concrete inzichten laat je idealiter apart zien, bijvoorbeeld op losse vellen, zodat de aanwezigen in de volgende stap makkelijker kunnen gaan kiezen.
- Ieder krijgt drie stickers (bijvoorbeeld groene bolletjes).
- Iedereen plakt die bij de inzichten die hij of zij het belangrijkste vindt. Alle stickers bij één inzicht mag ook.

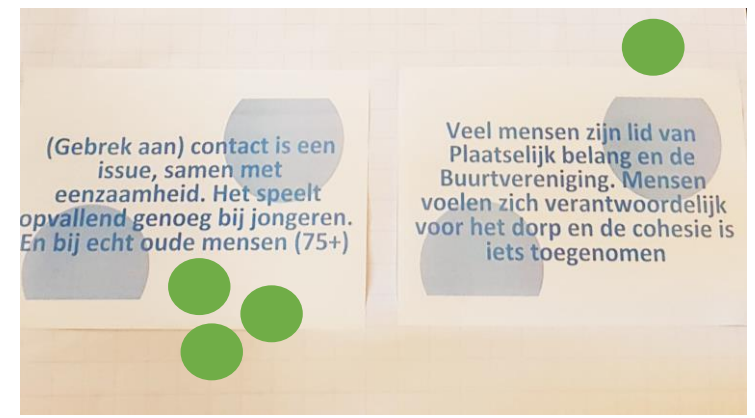
### Hoe kies je een inzicht?

- Een belangrijk argument om inzichten te kiezen is te kijken waar een duidelijke koppelkans of “bron” van sociale cohesie zit, ofwel een sterk sociaal verband. Omdat we weten dat een sterke sociale cohesie helpt bij het samen verduurzamen, kan zo een inzicht namelijk een goede basis zijn om aan een gezamenlijke activiteit (stap 3) te werken.
- Bijvoorbeeld: een inzicht uit de Wensenkaart is dat men trots is op de Kinderspelweek, dan kan dit een goede mogelijkheid zijn voor samenwerking.

\*Als je op internet zoekt op “woordwolk maken” zie je veel handige, gratis tools hiervoor.

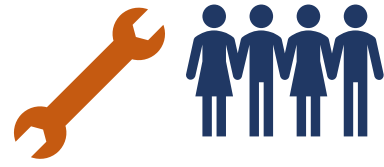


Flip-overs met concrete inzichten ↓



# Werkwijze

## 2 Voer de rode draad workshop uit – Deel 2: Spreek waarden en wensen uit de buurt door



Rode draad workshop

### Discussie

Tel nu welk inzicht het meest gekozen is aan de hand van de geplakte stickers.

Discussieer nu met elkaar over dit meest gekozen inzicht:

- Wie hebben ermee te maken?
- Wat denken en voelen ze?
- Wat hebben ze met duurzaamheid?
- Wat zijn de oorzaken van het probleem?

### Voorbeeld

“De dorpschool dreigt te verdwijnen”

- Jonge gezinnen, nieuwe gezinnen, gemeente, schoolleiding, koepelorganisatie van de school, “concurrerende” scholen
- Wat betreft de ouders: er zijn meerdere jonge gezinnen die ervoor kiezen hun kinderen in de stad op school te doen. Ze voelen weinig betrokkenheid bij de dorpschool en denken dat de kwaliteit niet voldoende is.
- Genoeg! Uit de wensenkaart blijkt dat veel mensen wel wat hebben met duurzaamheid, ook de ouders van die gezinnen en waarschijnlijk wil de school ook verduurzamen.
- Er is niet voldoende contact tussen de school en deze ouders en ook nog niet tussen de school en het energie initiatief.

# Werkwijze

## 2 Voer de rode draad workshop uit - Deel 3: Vat samen en kijk vooruit

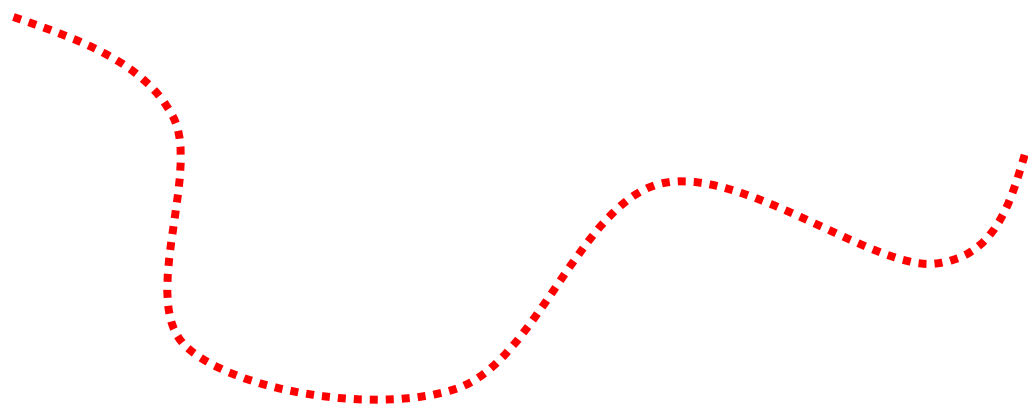


Rode draad workshop

- Stel met elkaar vast wat nu de **rode draad** is: willen we deze inderdaad oppakken en vervolgen?
- Hoe, en met wie, gaan we dat doen?

### Voorbeeld

- Door als energie initiatief aan te haken bij bewoners die zich inzetten voor behoud van de school en te zoeken naar gezamenlijke duurzame opties (zoals de school verduurzamen of een leuk groen project bij de school) groeit de groep betrokkenen.
- Als dit werkt en voor reuring zorgt, wordt wellicht zo zelfs interesse aangewakkerd bij ouders van jonge gezinnen wiens kinderen in de stad naar school gaan.



# Praktijkvoorbeeld

## Belangrijkste inzichten Zuiderburen-Hempens en Nij Beets



Dit waren de belangrijkste inzichten uit de Wensenkaart in Zuiderburen, met een stukje uit het verslag van de discussie over die inzichten ↓

- Plezier en stimulatie: Het gevoel hebben dat je genoeg genieten en plezier in je leven hebt, genoeg prikkels, je niet vervelen.
- Verbondenheid: Het gevoel hebben dat je regelmatig (diepgaand) contact hebt met mensen waar je om geeft en die om jou geven, je niet alleen voelen maar verbonden met anderen.
- Lichamelijk/fysiek welzijn: Voelen dat je lichaam gezond is en gezond wordt gehouden, je goed voelen in jouw lichaam.

In deze wijk wil men:

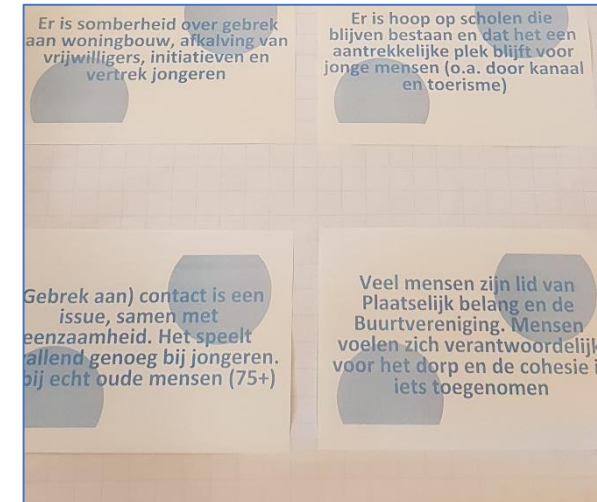
**Sportfaciliteiten** (veilig, zonder hoogspanningskabels erover), en buiten (joggen). Sportfaciliteiten zijn beperkt. Meer activiteiten in culturele zin, men bezoekt de evenementen (vuurwerkshow, etc). Maar wil wel meer (stimulatie/plezier) nu moet men naar Leeuwarden.

Men wil mogelijk wel fitnessschool.

**Men wil meer met elkaar doen**, elkaar beter leren kennen, meer samen realiseren en **voor elkaar doen**.

Men wil **minder auto's in de wijk** en dat de auto's langzamer rijden. Een deel-auto initiatief is mogelijk interessant. Ook omdat OV naar de stad beperkt is 's avonds.

De belangrijkste inzichten uit de Dorpsspiegel van Nij Beets met een stukje uit het verslag van de discussie over die inzichten →



Er ontstond al snel een duidelijk beeld waar de meeste energie zat: **Er is somberheid over gebrek aan woningbouw, afkalving van vrijwilligers, initiatieven en vertrek jongeren.**

Daar zijn we dan ook op doorgegaan. Het blijkt dat jonge mensen weggaan uit het dorp omdat ze niet kunnen blijven, maar wel willen. Er zijn niet voldoende betaalbare starters woningen. De jonge jeugd gaat daarom weg, maar een deel komt ook weer terug als ze wat ouder zijn en geld hebben.

De zelforganisatie rondom een aantal thema's die jongeren/jonge ouders belangrijk vinden is heel sterk. Zo heeft een aantal jonge ouders het kinderdagverblijf strak georganiseerd. En wordt er door en voor jongeren elk jaar een zeer populaire Kinderspelweek georganiseerd. Daar zitten ook weer de ouders van de toekomst. >> Aan woningbouw is weinig te doen, maar aan betrokkenheid van de jongeren wel! **Er zit een koppelkans bij de Kinderspelweek en het lokale energie initiatief, om jongeren enthousiast te maken voor duurzaamheid in het dorp!**

# Stap 3:

## Ontwikkel een creatieve activiteit en stimuleer sociale cohesie

 *Achtergrond over activiteiten ontwikkelen*



*Werkwijze van de ontwerp workshop*

*1. Bereid een ontwerp workshop voor*

*2. Voer de ontwerp workshop uit*



*Praktijkvoorbeeld*

# Achtergrond

## Activiteit ontwikkelen 1/2



Eerder hebben we gezien dat om mensen te stimuleren om duurzame acties te ondernemen, je eerst op lokaal niveau de sociale cohesie moet stimuleren. Een manier om dat te doen is via het ontwikkelen van een creatieve activiteit.

Lokale energie initiatieven proberen zoveel mogelijk mensen bij hun doel te betrekken. Door met een nieuwe (energie)activiteit (ook) aan te sluiten op belangrijke waarden in de buurt, is de verwachting dat meer mensen meedoen.

Een passende activiteit:

1. adresseert de waarden die men belangrijk vindt in de buurt. Deze heb je gevonden via de Wensenkaart (zie [stap 1 Breng de wensen en waarden in kaart](#));
2. en heeft een bepaalde urgentie. Dat is het inzicht dat je hebt gekozen in de rode draad workshop (zie [stap 2 Vind de rode draad en stimuleer sociale cohesie](#)).

# Achtergrond

## Activiteit ontwikkelen 2/2



Deze stap van de aanpak draait dus om het gezamenlijk uitwerken van het belangrijkste gekozen inzicht van de Rode draad workshop. Deze ga je omzetten in een nieuwe, creatieve activiteit waarmee je mensen kunt bereiken. Uiteraard is “energie(besparing/opwekking)” hier een onderdeel van, maar dat hoeft niet leidend te zijn; dat ligt maar net aan wat er gekozen is om mee verder te gaan!

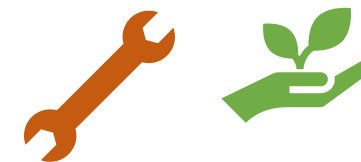
*Denk bijvoorbeeld aan een ludieke actie om energie te besparen tijdens de Kinderspelweek, het organiseren van een pubquiz die (deels) om energie draait, of een experiment doen met een hippe elektrische deelauto. Of, voortbordurend op het voorbeeld van de school in stap 2, een speciaal “school” aanbod en een energie-informatiemarkt voor kinderen.*

Tijdens deze workshop ga je op zoek naar wat je deelt met anderen; dus gedeelde waarden, doelen, belangen en uitdagingen.



# Werkwijze

## 1 Bereid een ontwerp workshop voor

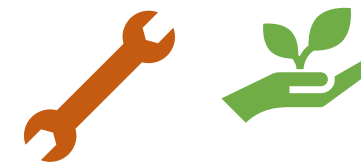


Ontwerp workshop

- Plan een datum voor de workshop en reken ook voor deze workshop 2 tot 2,5 uur.
- Nodig deelnemers uit. Dit kunnen dezelfde deelnemers zijn als aan de Rode draad workshop. Eventueel met een paar nieuwe gezichten voor frisse inbreng. En zo mogelijk aangevuld met deelnemers die te maken hebben met de gevonden rode draad, van een ander initiatief, vereniging of verband.
- Zorg dat je de uitkomsten van de Rode draad workshop helder op een rij hebt om de workshop mee te starten.
- Let op: de aanpak richt zich op de synergie met andere initiatieven. Mochten er tijdens de ontwerp workshop nog geen mensen van een ander initiatief aan tafel zitten, probeer je dan als voorbereiding wel zoveel mogelijk in hen te verplaatsen. Wat doen ze precies? En voor wie met name? Wat zijn hun uitdagingen?

# Werkwijze

## 2 Voer de ontwerp workshop uit



Ontwerp workshop

Het programma van de workshop kent 4 delen:

1. Achtergrond en terugblik
2. Analyseren van de waarden en (gedeelde) belangen
3. Ideeën bedenken en (de meest veelbelovende) uitwerken
4. Vervolg bepalen

- *Deel 1* duurt zo'n 20 minuten en bevat een kennismakingsrondje, toelichting op het doel van de avond en een terugblik op de vorige keer
- *Deel 2* is de kern van de workshop waarin je op zoek gaat naar synergie tussen initiatieven die je hebt bepaald in de Rode draad workshop. Neem hiervoor ongeveer 30 minuten
- *Deel 3* is het creatieve stuk waarin je, op basis van deel 2, ideeën voor een activiteit gaat bedenken en de meest veelbelovende gaat uitwerken. Hiervoor neem je ongeveer 45 minuten.
- In *deel 4* zorg je dat je concrete afspraken maakt om het gevonden idee daadwerkelijk te realiseren.

Deze onderdelen worden hierna toegelicht.

# Werkwijze

## 2 Voer de ontwerp workshop uit - Deel 1: Presenteer de achtergrond en geef een terugblik op de vorige keer



Ontwerp workshop

Deze punten kun je ter achtergrond vertellen:

- Het doel van de ontwerp workshop is het bedenken en vormgeven van een activiteit. Deze activiteit speelt in op de gevonden waarden in de buurt en het inzicht (de rode draad) dat jullie gekozen hebben in de eerste workshop.
- Door deze activiteit wordt sociale cohesie gestimuleerd waardoor uiteindelijk er meer mensen bereid zullen zijn mee te doen met duurzame initiatieven. Dat is het doel. “Energie” is dus wel altijd een onderdeel van de activiteit. Dit principe van sociale cohesie kun je nog even kort toelichten aan nieuwe deelnemers aan de hand van plaatjes uit dit werkboek.

Deel nu de uitkomsten van de eerste workshop; dit is tenslotte de aanleiding en misschien zitten er dit keer dus wel andere mensen bij.

- Licht toe welke waarden er gevonden zijn in de buurt.
- Licht toe welk inzicht is uitgekozen in de Rode draad workshop en waarom.

# Werkwijze

## 2 Voer de ontwerp workshop uit - Deel 2: Analyseer (gedeelde) waarden en belangen



### Ontwerp workshop

- Je gaat nu op zoek naar de gedeelde waarden, belangen en uitdagingen van jouw initiatief en een ander initiatief dat uit de Rode draad workshop komt.
- Dit doe je door eerst *per groep*\* de vragen (zie hiernaast) te beantwoorden. Schrijf de antwoorden op een poster per groep. [Gebruik het overzicht van de waarden.](#)
- Bespreek samen de overeenkomsten, ofwel op welke punten overlap zit. Schrijf deze ook op.

- 
- *Wat is het doel van ons initiatief?*
    - *Welke waarden horen hierbij?*
    - *Wat is onze grootste uitdaging?*
    - *Wat zijn onze kernactiviteiten?*
      - *Waar geloof je in?*

\*NB: als je nog niet daadwerkelijk met een ander initiatief samen zit, doe dan net alsof. Verplaats je in de andere partij. Verdeel de deelnemers al meteen om de vragen te beantwoorden (1 groep vertegenwoordigt dan een ander initiatief). Of begin allemaal met het eigen initiatief en schakel na 15 minuten allemaal om naar het andere initiatief.

Hang een foto of logo op van het andere initiatief. Doe desnoods een pet oid op om even iemand anders te zijn. Klinkt gek, maar het werkt wel!

# Praktijkvoorbeeld

## Gedeelde belangen: Nij Beets



Ontwerp workshop

In Nij Beets is dorpscoöperatie 'Krigel' actief om het dorp te verduurzamen, hierin werken ze samen met Buurkracht. In Nij Beets is ook Spelweek actief om jaarlijks een spelweek te organiseren voor kinderen in het dorp. Ze hebben iedereen hun waarden en doelen in beeld gebracht en vervolgens gekeken naar de overlap:



### Waarden en doelen Spelweek

Plezier, positief zelfbeeld, teamgevoel, verbondenheid, gezondheid, autonomie en onafhankelijkheid (geen ouders)

**Wij geloven** / zijn overtuigd dat elk kind plezier mag hebben

**Kernactiviteit:** hutten bouwen met kids, organisatie spelweek met steeds nieuw thema

**Uitdaging:** bestaansrecht (geld en mensen)

### Gedeelde waarden en doelen

**Verbondenheid** (samenwerking; met een groep een doel halen zoals een hut bouwen of energiebesparing realiseren)

**Welzijn** (wordt verbeterd door duurzaamheid en belemmeringen daartoe wegnemen; activeren van kinderen gaat door op latere leeftijd; plezier hebben, ook bijv. aan energieneutraal zijn)

**Zelfbeeld** (voelen dat je het beste uit jezelf haalt en niet stilstaat)

### Waarden en doelen Krigel

Duurzame samenleving in de breedste zin van het woord: verbondenheid, plezier en stimulatie, lichamelijk en fysiek welzijn, zelfrealisatie en betekenis

**Doelen:** Energieneutraal 2030/2035  
Bewustwording energieverbruik

**Wij geloven** in de kracht van saamhorigheid van ons dorp van jong tot oud

**Kernactiviteit:** informatieverstrekking, op weg helpen bij de realisering van energiebesparende maatregelen

**Uitdaging:** hoe mobiliseren en bereiken we de doelgroepen

**KRIGEL**  
dorpscoöperatie  
Nij Beets

# Praktijkvoorbeeld

## *Gedeelde belangen: Zuiderburen - Hempens*

- In Zuiderburen-Hempens is een Buurkracht buurtteam actief om energiebesparing aan te jagen.
- Elk van de leden uit het buurtteam heeft in de workshop voor zichzelf opgeschreven wat hij of zij de belangrijkste doelen en waarden vindt.
- Vervolgens hebben ze hieruit de gedeelde doelen en waarden gedestilleerd.
- In Zuiderburen-Hempens was dus, in tegenstelling tot Nij Beets, geen andere organisatie aanwezig bij de workshop. Maar de buurtteam leden genereerden veel ideeën voor mogelijke samenwerkingspartners (zoals “Els van de supermarkt”, de fruitbomengroep, de christelijke basisschool, de openbare basisschool, Dorpsbelangen en de wijkvereniging).



Ontwerp workshop

### Gedeelde waarden en doelen

**Doel is verduurzaming van de buurt in brede zin**

**Belangrijke waarde is verbondenheid**

**Door voor te lichten en te ontzorgen: handelingsperspectief bieden voor de buurt**

**Uitdaging: mensen bereiken**

# Werkwijze

## 2 Voer de ontwerp workshop uit - Deel 3: Ideeën bedenken en uitwerken



### Ontwerp workshop

Nu kun je, op basis van de gedeelde belangen, ideeën genereren voor een gezamenlijke activiteit. Daarin komen de gezamenlijke doelen en waarden terug, passend bij de genoemde kernactiviteiten. Bijvoorbeeld het in beweging krijgen van kinderen door ze samen energie te laten opwekken tijdens de Kinderspelweek. Of meer bewustzijn over verpakkingen creëren in samenwerking met de supermarkt, of een leerzaam bio-diversiteitsprogramma opzetten met de school.

Om zoveel mogelijk ideeën te genereren, kun je de groep in tweeën delen. Schrijf per groepje ideeën op waarmee je het gezamenlijke doel zou kunnen bereiken. Wissel daarna de opgeschreven ideeën om en werk elkaars ideeën wat verder uit.

- Maak nu met de hele groep een keuze voor het idee dat je verder gaat uitwerken.

*Tip: om mensen in de juiste sfeer te krijgen zodat ze veel ideeën opperen, kun je een kleine oefening doen. Bijvoorbeeld: omdenken. Brainstorm eerst eens over de vraag: hoe zorgen we ervoor dat mensen helemaal geen zin meer hebben om duurzaam te doen? Dan komen er vast wilde ideeën los. "We geven een prijs aan diegenen met het hoogste verbruik!"*

# Praktijkvoorbeeld

## *Ideeën bedenken en uitwerken: voorbeelden uit Nij Beets en Zuiderburen-Hempens*



Ontwerp workshop

### **Olympische vlam**

In Nij Beets slaan Krigel en de Kinderspelweek de handen ineen om in de spelweek van augustus 2019 een activiteit te bedenken die zowel de kinderen als ouders en de rest van het dorp bereikt. Het thema van de Kinderspelweek is deze keer “Olympische spelen”. Al brainstormende over de combinatie hiervan met een activiteit en met energiebesparen, komt het idee boven om een fiets te maken die stroom opwekt. Die fiets drijft een olympische vlam aan met ledlampen erin. Ze gaan het hele dorp mobiliseren voor een challenge om deze fakkel 24 uur non stop te laten branden. Er zal dus in ploegendienst gefietst moeten worden. (Dit idee vergt behoorlijk wat uitwerken en zal daarom in 2020 gerealiseerd worden. Waarschijnlijk wordt dan het hele thema van de Kinderspelweek aan energie gekoppeld).

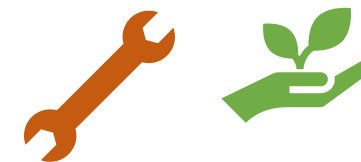
### **Groene dijk (Griene Dyk)**

In Zuiderburen gaat het team meer buurtbewoners bereiken door de ooit meer bloemrijke, maar nu wat saaie bermen langs het Pylkwiersterpaad (een populair wandel/fietspad in de wijk) om te toveren tot een groen paradijs met veel biodiversiteit. Ze zijn hierbij geïnspireerd door een naburig dorp dat van een dijk, met aan weerszijden grasbermen, een vlinderidylle gaat maken. Bij dit plan betrekken ze de scholen om samen met scholieren de uitvoering te doen. En ze betrekken de wijkvereniging, de werkgroep Fruittuin, de gemeente en de plaatselijke supermarkt. Op deze manier ontstaat er naast reuring ook concrete verduurzaming en een leuke plek om te recreëren en elkaar te ontmoeten in de buurt.



# Werkwijze

## 2 Voer de ontwerp workshop uit - Deel 3: Ideeën bedenken en uitwerken



Ontwerp workshop

Een activiteit omvat meer dan alleen de actie zelf. Het betreft ook de partners met wie je de activiteit uitvoert; de doelgroep die je voor ogen hebt als afnemer; de manier waarop je die doelgroep wil bereiken; de kosten en de baten; en de middelen die je nodig hebt om de activiteit te realiseren.

Op basis van deze punten ga je de activiteit verder uitdenken zodat deze concreter en sterker wordt. Op de volgende pagina's staan vragen om het denkproces te begeleiden.

Dit is geïnspireerd op het "[business model canvas](#)" van Osterwalder.

# Werkwijze

## 2 Voer de ontwerp workshop uit - Deel 3: Ideeën bedenken en uitwerken



Ontwerp workshop

Doelgroep



Klantwaarde



Partners



Communicatie  
Kanalen



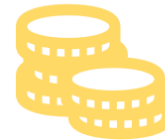
Kernactiviteiten



Mensen en  
middelen



Kosten



Inkomsten



# Werkwijze

## 2 Voer de ontwerp workshop uit - Deel 3: Ideeën bedenken en uitwerken



Ontwerp workshop

.....  
.....

.....  
.....

.....  
.....

Doelgroep



- Voor wie ga je het idee uitvoeren?
- Welke groep wil je specifiek bereiken?
- Hoe ziet die groep eruit?

Klantwaarde



- Welk probleem van buurtgenoten los je op? (Denk dus niet alleen vanuit je eigen doelen!)
- In welke behoefte voorzie je? Grijp terug op de bekende waarden.

Partners



- Wie zou je nog meer kunnen betrekken om dit een succes te maken?
- En met wat kunnen ze helpen? Wat kunnen ze bijdragen? (Bijvoorbeeld dingen maken, geld of spullen)

# Werkwijze

## 2 Voer de ontwerp workshop uit - Deel 3: Ideeën bedenken en uitwerken



Ontwerp workshop



Communicatie  
Kanalen

- Hoe kun je mensen in jouw buurt bereiken?
- Welke kanalen heb je nu al? / Welke hebben anderen?
- Hoe werken je kanalen het beste?
- Kun je aansluiten bij dagelijkse bezigheden van mensen?

.....  
.....



Kernactiviteiten

- Wat zijn de belangrijkste taken die je moet uitvoeren om je idee te realiseren?

.....  
.....

# Werkwijze

## 2 Voer de ontwerp workshop uit - Deel 3: Ideeën bedenken en uitwerken



### Ontwerp workshop

.....  
.....

.....  
.....

.....  
.....

Mensen en middelen



- Wie heb je nodig om je kernactiviteiten uit te voeren?
- Wat heb je nodig om je kernactiviteiten uit te voeren?

Kosten



- Welke kosten moet je maken om je idee uit te voeren?
- Denk breed: aanschaf materialen, vergunningen, catering, etc.

Inkomsten



- Hoe ga je je kosten dekken?
- Moeten bezoekers betalen of is het gratis?
- Waar kun je financiering krijgen?

# Stap 4:

## Evalueer



 *Achtergrond over evalueren*  
*Werkwijze evalueren*



*Vul de evaluatiekaart in*

# Achtergrond

## Het nut van evalueren



- Door te evalueren krijg je uiteindelijk betere resultaten en een hechter team. Wacht niet te lang met evalueren; je kunt dit tussentijds ook doen om het proces bij te sturen.
- Evalueren doe je niet één keer; een paar maanden nadat je deze stappen hebt doorlopen is het goed om te kijken of je het grotere doel hebt bereikt waarom je hier ooit mee bent begonnen, namelijk heb je als initiatief meer mensen bereikt, bijvoorbeeld weerspiegeld in meer leden, of opkomst bij evenementen?
- Gebruik een evaluatiemoment ook om te zien of er ongebruikte inzichten zijn uit de Wensenkaart van [Stap 1](#) waarmee je nog aan de slag kunt gaan.
- Alle stappen bevinden zich in feite in een cyclus van inzichten opdoen, activiteiten plannen, resultaat evalueren en weer inzichten op doen, enzovoort
- En bedenk... ieder project heeft missers en negatieve ervaringen. Het is waardevol om hier realistisch over te zijn. Durf deze missers en negatieve ervaringen te benoemen om er van te kunnen leren.

# Werkwijze

## Evalueer de aanpak met de Evaluatiekaart



De Evaluatiekaart op de volgende pagina helpt je om de aanpak te evalueren.

Beantwoord de vragen door een score te geven van minder goed tot goed en bespreek met elkaar de redenen voor deze beoordeling.



# Evaluatiekaart

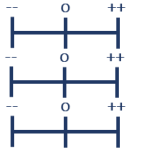


- \*Kunnen we dit punt afvinken?
- \*Zo nee, waardoor komt dat? Waar ligt het aan?
- \*Wat kunnen we doen om het punt alsnog af te vinken?
- \*Welke acties kunnen/moeten we nemen?
- \*Welke les nemen we mee voor de volgende keer?

## Stap 1: breng de wensen en waarden in kaart



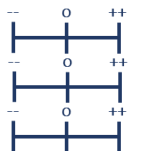
We hebben een duidelijk beeld van de wensen en waarden in de buurt  
We hebben een goed beeld van de sociale netwerken in de buurt  
We hebben een goed beeld van de activiteiten in de buurt



## Stap 2: vind de rode draad en formuleer een vervolgactiviteit



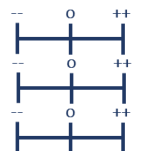
De inzichten uit Stap 1 worden door de groep herkend  
Er is bepaald met welke inzichten verder te gaan  
Er is een volgende afspraak gepland met een duidelijk onderwerp



## Stap 3: ontwikkel een creatieve activiteit en stimuleer sociale cohesie



We hebben ideeën om de bevinding(en) uit Stap 2 op te pakken  
We hebben gezamenlijk bepaald met welk idee we verder gaan  
We hebben het idee verder uitgewerkt tot activiteit



# **Bijlagen**

## **Referenties**

## **Contact**

## **Colofon**



# Referenties

- De Kam, G. R. W., & Needham, D. B. (2004). Een hele opgave: over sociale cohesie als motief bij stedelijke herstructurering. Nijmegen: DGW/Nethur Partnership.
- Gullstom, C & Kort, J. 2019. Enabling sharing and resource efficiency among neighbours by comparing trust and social cohesion in Sweden and the Netherlands. Utrecht, the Netherlands
- Kalkbrenner, B. J., & Roosen, J. (2016). Citizens' willingness to participate in local renewable energy projects: The role of community and trust in Germany. *Energy Research & Social Science*, 13, 60-70.
- Sheldon, K. M., Elliot, A. J., Kim, Y., & Kasser, T. (2001). What is satisfying about satisfying events? Testing 10 candidate psychological needs. *Journal of personality and social psychology*, 80(2), 325.
- De Wensenkaart is gebaseerd op verschillende bronnen zoals: verschillende methoden en vragenlijsten gebruikt door lokale initiatieven of gemeenten; onderzoek in samenwerking met het Royal Institute of Technology/Viable cities programma in Zweden en het Value Based User eXperience framework, ontwikkeld door Kort en Gullstrom(2019).

# Contact met de auteurs



**Djoera Eerland**  
**(Buurkracht)**  
06 21 82 64 27  
djoera@buurkracht.nl  
<https://www.buurkracht.nl/>



**Nicole de Koning**  
**(TNO)**  
06 51 55 84 44  
nicole.dekoning@tno.nl  
[www.tno.nl](http://www.tno.nl)

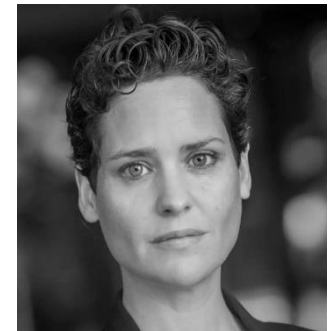


**Joke Kort**  
**(TNO)**  
06 53 72 51 26  
joke.kort@tno.nl  
[www.tno.nl](http://www.tno.nl)

**(NaHCO<sub>3</sub> Baksoda)**  
[joke@nahco3.nl](mailto:joke@nahco3.nl)



**Geerte Paradies**  
**(TNO)**  
06 21 13 43 76  
geerte.paradies@tno.nl  
[www.tno.nl](http://www.tno.nl)



**Caroline van der Weerd**  
**(TNO)**  
06 207 11 047  
caroline.vanderweerd@tno.nl  
[www.tno.nl](http://www.tno.nl)

# Colofon

- Dit project is uitgevoerd met Topsector Energiesubsidie van het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat.
- TESE117021 Samen lokaal in beweging: Urgente waardengedreven verandering en groei
- Versie: maart 2020
- *© 2020. Dit document is een resultaat van het MVI-Energie project 'Samen lokaal in beweging: Urgente waardengedreven verandering en groei', een samenwerking tussen buurkracht en TNO. Alle rechten worden voorbehouden. Hoewel dit document met zorg is samengesteld kunnen onjuistheden of onvolledigheden niet worden uitgesloten. De samenwerkende partijen aanvaarden derhalve geen aansprakelijkheid voor schade die voortvloeit uit het gebruik of de inhoud van dit document. Dit document mag ongewijzigd worden verspreid onder handhaving van deze copyright-notice. Bij verwijzingen in andere publicaties naar de samenwerkende partijen als auteurs van dit document mag geen gebruik worden gemaakt van de logo's van deze partijen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming.*
- Binnen TNO heeft deze rapportage het volgende rapportnummer: TNO 2020 P10323