



Pilot MijnEnergievoordeel

EVALUATIERAPPORT

Periode: februari 2018 tot juli 2018

Woord vooraf

In Nederland hebben 750.000 huishoudens te weinig geld om hun energierekening te betalen. Omgerekend is dat 10% van de Nederlandse huishoudens. Door het verhogen van de belasting op energie wordt dat aantal alleen maar groter. Zo ontstaat een groeiende duurzaamheidskloof. MijnEnergievoordeel is ontstaan vanuit de gedachte dat we hier gezamenlijk iets aan kunnen doen. Door een aantal eenvoudige gedragsmaatregelen in huis kan veel geld worden bespaard. Voor mensen met een smalle beurs maakt dat een groot verschil. We grijpen energiebesparing aan om het welzijn van mensen en hun omgeving te vergroten. Goed voor het klimaat, voor de portemonnee en voor ons allemaal.










MijnEnergievoordeel is een onderneming die actief en betekenisvol wil bijdragen aan een sociale energietransitie: duurzamer woon- en leefomgeving, méér leefgeld voor huishoudens, minder (energie)armoede, éérlijke energietransitie en een sterke economie.

Deze pilot in Appingedam, Eemsum en Winsum heeft een mooie gelegenheid geboden om een eerste aanpak te testen en op onderdelen te valideren. Met als doel een integrale aanpak voor sociaal energiebeleid die gemeenten en andere betrokken en verbonden partijen helpt om (energie)armoede effectief te bestrijden, een duurzamer woon- en leefomgeving te bevorderen en een groeiende duurzaamheidskloof in de samenleving tegen te gaan. Daar heeft u als partner nadrukkelijk aan bijgedragen. Daar ben ik u als partner van MijnEnergievoordeel bijzonder dankbaar voor.


Ik wens u veel leesplezier!

Namens MijnEnergievoordeel,
Yang Soo Kloosterhof


Inhoud


-  Resultaten pilot
-  Wervingscampagne
-  Training voor energiecoaches
-  Het pilotproces
-  Ervaringen energiecoaches
-  Deelnemende huishoudens
-  Onderzoek Hanzehogeschool Groningen
-  Waar staan we
-  Hoe nu verder

Resultaten


 Aanmeldingen
73*

 APPINGEDAM
23 huishoudens
Aandeel: 40%


 WINSUM
15 huishoudens
Aandeel: 27%

Bezochte
huishoudens 
57

EEMSMOND 
19 huishoudens
Aandeel: 33%

 Aantal
energiecoaches
8

 Betrokken
partners
15

Betrokken
coöperaties 
5

Projectteam
MijnEnergievoordeel 
2 leden


*16 van de 73 aanmeldingen vielen buiten het pilotgebied. Dit betrof huishoudens uit de gemeente Bedum, Delfzijl, Groningen, Leek, Loppersum, Midden-Groningen, Veendam, Westerwolde en Zuidhorn.


Door het projectteam zijn deze 16 huishoudens geïnformeerd over de pilot en waarom zij (helaas) niet konden deelnemen aan deze pilot.


Resultaten

 Besparing in kWh
228 ledlampen
6.658

 CO2-reductie in kg
per jaar
3.768

Aantal ledlampen
uitgereikt 
228

Besparing in €
per jaar 
1.465

Zwavelreductie in gr
per jaar 
2.829

Top 3-bespaartips

1. Thermostaat op 15°C (€160)
2. Deuren dicht (€240)
3. Thermostaat 1 graad lager (€80)

Toelichting op top 3-bespaartips:

1. Thermostaat op 15 graden als je er niet bent en op 15 graden een uur voordat je gaat slapen levert een gemiddelde besparing op van **160 euro per jaar**.
2. Deuren dicht van ruimtes die niet worden gebruikt levert een gemiddelde besparing op van **240 euro per jaar**.
3. Thermostaat één graad lager levert een gemiddelde besparing op van **80 euro per jaar**.

228 LEDLAMPEN:

- De totale besparing is o.b.v. 4 branduren per dag. Dit betreft 1.460 branduren per jaar per ledlamp. Totaal betreft dit 332.880 branduren per jaar.

Wervingscampagne

De campagne voor het werven van huishoudens heeft plaatsgevonden van **februari 2018 tot medio april 2018**. De (voorbereiding van de) campagne bestond uit de volgende onderdelen:

- In januari 2018 is de website mijnenergievoordeel.nl ontwikkeld door Koenencom CMC, een onderneming uit Appingedam voor strategische en creatieve marketing communicatie.
- Vanaf 31 januari 2018 is er gedurende 5 weken een voorpagina-advertentie geplaatst in de Eemsbode en Noorderkrant (huis-aan-huisbladen) om ruchtbaarheid te geven aan het proefproject en huishoudens uit de pilotgemeenten te 'verleiden' zich aan te melden.
- Er is een artikel over MijnEnergievoordeel geplaatst in het Dagblad van het Noorden.
- Er zijn een Facebookpagina, Twitter- en Instagramaccount aangemaakt en ingezet.
- Er is gedurende de campagne ingezet op een Facebookcampagne. Daarbij zijn geo-targeting en advertising gebruikt om gericht te werven.
- Er zijn 2500 leaflets ontwikkeld en gedrukt. De leaflets zijn selectief huis-aan-huis verspreid, op straat en achtergelaten bij (sociale) partners.
- Er zijn korte straatinterviews (filmpjes) gehouden om aandacht te geven aan de pilot. De filmpjes zijn geplaatst op de website en gedeeld via social media.

wat is jouw energievoordeel?

meld je GRATIS aan op www.mijnenergievoordeel.nl

mijnenergievoordeel
meer lusten, minder lasten

MijnEnergievoordeel wordt ondersteund door verschillende partijen:



Partijen die hebben bijgedragen aan de wervingscampagne, zijn:

- Gemeenten Appingedam, Eemsmond en Winsum.
- (Energie)coöperaties uit de pilotgemeenten.
- EnTranCe energieteam (Hanzehogeschool).
- Voedselbanken Appingedam-Delfzijl en Het Hogeland.
- Volkskredietbank Noord-Oost Groningen.
- Algemene Stichting Welzijn Appingedam.
- Woningcorporaties uit de pilotgemeenten.

Evaluatie > We hebben in de pilot gemerkt dat een gerichte campagne belangrijk is, echter vooral ter ondersteuning van sociale partijen die betrokken zijn bij het werven van huishoudens. De inzet en betrokkenheid van sociale partners, waaronder woningcorporaties, is essentieel. Zo bereiken we effectief de doelgroep 'huishoudens met een smalle beurs'. We hebben gemerkt dat, als we energiebesparing willen aangrijpen voor (energie)armoede en schuldenproblematiek, de sleutel van succes is gelegen in een integrale aanpak tussen het sociale en fysieke domein. Integraliteit tussen wonen, duurzaamheid en armoedebeleid, aangevuld met de actieve inzet van sociale partners.

Aanbeveling > Maak gebruik van het aanwezige signaleringsnetwerk en de woningcorporaties om effectief de doelgroep te bereiken en motiveren voor deelname aan MijnEnergievoordeel.

Training voor energiecoaches

Pilot binnen een pilot

Op 22 februari 2018 hebben we samen met de Hanzehogeschool Groningen (Kenniscentrum Energie) en Gasunie een training ontwikkeld en verzorgd voor de energiecoaches van MijnEnergievoordeel. De training was een pilot binnen de pilot, om te bekijken of het permanent aanbieden van een training aan energiecoaches in spe haalbaar is.

Na afloop van de training op 22 februari ontvingen alle 8 deelnemers een certificaat uit handen van beide partijen.

Tijdens de training zijn handvatten aangereikt om als energiecoach aan de slag te gaan. Er is aandacht besteed aan hoe je op een laagdrempelige manier met mensen over energiebesparing in gesprek komt (keukentafelgesprek). Daarbij ging het hoofdzakelijk om inzicht, bewustwording en gedragsmaatregelen in huis. Ook is geleerd hoe je dat gesprek het beste kunt voeren. Bij dat alles was er volop ruimte voor uitwisseling van tips, ideeën en ervaringen van de deelnemers en trainers.

Onderdelen van de training waren:

- **Energie besparen in huis** > introductie op energiebesparing in huis, wat weet je al (awareness), eigen ervaring, waar zit de snelle winst, wat kom je tegen in huis, checklist als leidraad en lezen van de energienota. (Verzorgd door: Gasunie)
- **Communicatieve en sociale vaardigheden** > hoe maak je contact, hoe zorg je voor een prettig gesprek, hoe vind je goed aansluiting, hoe is het om je gedrag te veranderen. (Verzorgd door: Hanzehogeschool Groningen, Social Studies)



Training energiecoaches @ Gasuniegebouw

Evaluatie > Voor een pilot binnen deze pilot kijken we terug op een zinvolle training. De samenwerking met Kenniscentrum Energie (Hanzehogeschool Groningen) en Gasunie heeft veel potentie. Praktische vaardigheden biedt nog meer kansen om aansluiting te vinden bij de doelgroep (bijv. in een rollenspel met acteur).

Aanbeveling > Werk aan een geautomatiseerde checklist en koppel daaraan per situatie de besparing in €. Op deze manier maak je de besparing terplekke inzichtelijk

Het pilotproces

De pilot MijnEnergievoordeel was onze eerste reis richting een integrale aanpak van energiearmoede bij huishoudens met een smalle beurs. We hebben gedurende de pilot gemerkt dat niet alles loopt zoals dat vooraf is bedacht. En dat sommige ambities in deze fase niet realistisch zijn. Dat is misschien ook wel inherent aan een pilot, waarin vooral met een eerste aanpak is geëxperimenteerd.

Er is nog veel dat moet worden doorontwikkeld om onze ambitie te realiseren. We hebben van dit pilotproces veel geleerd en prachtige leerervaringen opgedaan die we graag met onze partners delen.

Het pilotproces bestond globaal uit de volgende onderdelen:

- **Werving** > Dit betreft de wervingscampagne en aanmeldperiode voor huishoudens uit de pilotgemeenten. In februari 2018 is gestart met de werving van huishoudens. De werving heeft deels online (call-to-action) en deels via partners plaatsgevonden. Hoewel de werving niet het gewenste aantal huishoudens heeft opgeleverd, is het aantal deelnemers een overzichtelijk aantal om de aanpak van MijnEnergievoordeel binnen de pilot te testen en valideren.
- **Opleiden** > Aantrekken en opleiden van de energiecoaches. Dit heeft plaatsgevonden i.s.m. Hanzehogeschool Groningen en Gasunie.
- **Organisatie** > Optuigen van de projectorganisatie de ontwikkeling van een planningsysteem.

- **Energiecoachpakket** > Informeren en goed toerusten van de energiecoaches. Er is een energiecoachpakket ontwikkeld bestaande uit een paspoort (borgen van privacy en veiligheid voor zowel de coaches als deelnemende huishoudens), checklist, achtergrondinformatie over de besparing en 4 ledlampen per huishouden.
- **Planning** > De aanmeldingen worden bijgehouden in een database en er wordt een match gemaakt tussen huishouden en energiecoach. De energiecoach maakt na de match zelf een afspraak met het huishouden voor het adviesbezoek.
- **Keukentafelgesprek** > Om aansluiting te vinden bij het huishouden is gebruikgemaakt van het 'keukentafelgesprek'; wat vind je belangrijk, wat is voor jou een motivator om aan de pilot deel te nemen, wat doe je al wel en wat nog niet (inzicht en bewustwording), en hoe kun je meer besparen in huis (gedrag). De energiecoach signaleert bespaarmogelijkheden en haakt hierop in. Een checklist is als hulpmiddel gebruikt. Ledlampen werden – indien van toepassing – meteen aangebracht.
- **Intervisie** > Tussentijds heeft met de energiecoaches en het projectteam intervisie plaatsgevonden; wat gaat goed, wat kan beter, wat kunnen we van elkaar leren en hoe kunnen we het proces verbeteren.
- **Onderzoek** > Een afstudeeronderzoek vanuit de opleiding Human Technologie (Hanzehogeschool Groningen) maakte onderdeel uit van de pilot. Dit onderzoek richtte zich grotendeels op de inrichting van het proces van de aanpak.
- **Evalueren en leren** > Met de energiecoaches, het projectteam en betrokken partners zal worden geëvalueerd. De leerervaringen worden gebruikt voor het doorontwikkelen van MijnEnergievoordeel als aanpak voor sociaal energiebeleid.

Het pilotproces

Evaluatie > Om energiearmoede en -gerelateerde problematiek aan te pakken, is het belangrijk dat de focus ligt op het bereiken van de gewenste doelgroep. In de werving hebben we gemerkt dat een campagne weliswaar belangrijk is, maar deze vooral integraal beleid en de inzet van sociale partners dient te ondersteunen. Het gaat dan om het bereiken en motiveren van huishoudens met forse schulden in armoede, huishoudens met beginnende schulden en huishoudens met een verhoogd risico op schulden.

Deze doelgroepensegmentatie is tijdens de pilot in kaart gebracht, maar zou eigenlijk vooraf helder moeten zijn. In de aanmeldingsfase kan daarop worden ingespeeld, samen met sociale partners. Hoewel we vanuit de situatie wilden vertrekken dat huishoudens zichzelf kunnen aanmelden, is het raadzaam om in te zetten op gestuurde aanmelding van de doelgroep. Kortom, sociale partners en woningcorporaties zijn onmisbaar bij het werven van de doelgroep.

Aanbeveling > Zet in op het signaleringsnetwerk in de aanmeldingsfase. De partijen die deel uitmaken van dit netwerk kennen vaak de doelgroep en komen achter de voordeur. Zij spelen een belangrijke rol in het motiveren voor deelname.

Evaluatie > De missie van MijnEnergievoordeel en de uit te dragen boodschap dienen aan te sluiten bij de doelgroep die we willen bereiken. We hebben weliswaar geprobeerd om vooral te sturen op communicatie die gaat over het 'verruimen van leefgeld', maar die was onvoldoende consistent. De boodschap richtte zich uiteindelijk meer op het thema duurzaamheid. Daar is niets mis mee, echter bereikt dit niet de doelgroep die we uiteindelijk willen helpen.

Aanbeveling > Schets een scenario waarmee de gewenste doelgroep zich identificeert. Interessant is de boodschap dat energiebesparing mogelijk is door kleine aanpassingen in huis en dat bij actieve deelname energiebesparing wordt gegarandeerd. Een uitgebreid bespaarpakket (ledlampen, radiatorfolie, tochtstrip, waterbesparende douchekop) kan bovendien een 'trigger' zijn voor huishoudens om deel te nemen en snel te besparen.

Woningcorporaties zouden heel goed een rol kunnen spelen in het faciliteren van dit bespaarpakket, om huishoudens te motiveren voor deelname aan energiecoaching. Zo maakt 1 + 1 uiteindelijk 3.

Evaluatie > Via de website mijnenergievoordeel.nl konden huishoudens zich aanmelden. Alle aanmeldingen werden bijgehouden in een daarvoor ontwikkelde Excel-spreadsheet (planningsysteem). Daarin stonden de deelnemers en hun NAW-gegevens. Bij elke aanmelding is vanuit het projectteam contact gezocht met de deelnemer om hun beschikbaarheid te achterhalen. Vervolgens is een match gemaakt met de energiecoach die het contact zocht met het desbetreffende huishouden.

Aanbeveling > Indien het systeem van zelfstandige aanmelding overeind blijft, is het raadzaam om een filter te maken in het (digitale) aanmeldingsformulier. Dat helpt te achterhalen waar een deelnemer vandaan komt, wat zijn/haar verwachtingen zijn, wat specifieke wensen zijn en de beschikbaarheid. Deze informatie vooraf biedt een aanknopingspunt voor het eerste oriëntatiegesprek.

Er dient altijd rekening gehouden te worden met de privacyregelgeving (AVG).

Ook hier geldt dat een dergelijk systeem de inzet en betrokkenheid van sociale partners ondersteunt en versterkt.

Het pilotproces

Aanbeveling > In de pilot is gewerkt met een checklist, ter ondersteuning van het keukentafelgesprek. Hoewel er aan de actie steeds de jaarlijkse besparing in euro's is gekoppeld, is het sterk aan te bevelen om meteen de besparing inzichtelijk te maken. Bijvoorbeeld door het in bruikleen afgeven van een energiemeter waarop niet alleen het verbruik in kWh staat, maar ook vertaald in euro's.

Gedragsverandering is pas mogelijk als er inzicht is in het huidige energiegedrag. Het tijdelijk bijhouden van een logboekje kan bijdragen aan bewustwording en helpt de energiecoach aan inzicht in mogelijke bespaaradviezen en het zo nodig samen uitwerken van een persoonlijk energiebespaarplan.



Intervisie > Tijdens de pilot heeft intervisie plaatsgevonden om ervaringen met elkaar te delen. De energiecoaches hebben daarnaast meegedacht over het optimaliseren van het proces van MijnEnergievoordeel. Daarbij is vertrokken vanuit de doelgroep. Dit heeft plaatsgevonden in focusgroepen.

Integrale aanpak voorwaarde voor succes!

Voorwaarde voor een effectief bereik en doeltreffende aanpak is integraliteit tussen verschillende beleidsdomeinen en (sociale) partijen. Dit gaat verder dan alleen de betrokkenheid van partijen, zoals dat in deze pilot heeft plaatsgevonden. Gelet op onze ervaring en diverse (wetenschappelijke) inzichten is het raadzaam én effectief om al vanaf de beleidstafel de domeinen wonen, duurzaamheid en armoede te integreren.

Energie en duurzaamheid zouden zelfs deels uit het duurzaamheidsdomein kunnen worden getrokken om te verankeren in het (gemeentelijke) armoede- en woonbeleid. Naast de gemeente zijn woningcorporaties een belangrijke partner in de aanpak van energiearmoede. Dat past ook prima binnen de prestatieafspraken rondom woonlasten die gemeente en woningcorporatie met elkaar hebben gemaakt.

Ervaringen van energiecoaches

In deze pilot is samengewerkt met Groninger Energiekoepel (GrEK). Als koepelorganisatie heeft GrEK voor ons de verbinding gelegd met de lokale energiecoöperaties uit de deelnemende gemeenten. Zo zijn in aanloopperiode betrokken inwoners geworven die actief zijn voor de lokale energiecoöperaties. Hen hebben we een training aangeboden i.s.m. de Hanzehogeschool Groningen en Gasunie.

Tijdens de pilot zijn door de energiecoaches ervaringen gedeeld. De bezoeken die zijn gedaan waren voor een groot deel bij huishoudens die al energiebewust bezig zijn, met de nodige kennis op het gebied van energiezuinig leven. Er heersten onder huishoudens regelmatig vragen ten aanzien van technische maatregelen in huis en wat het meest rendabel is; warmtepomp, zonnepanelen of isolerende maatregelen? Onze energiecoaches zouden dit advies ook zelf wel willen geven mits zij hierin voldoende zijn getraind. De coaches misten nu vaak nog vakkennis over eventuele investeringen en technische aanpassingen in het huis.

Voor de pilot hebben we Energieloket Groningen gevraagd om als 'tweede lijn' te fungeren, zodat huishoudens met specifieke technische vragen toch konden worden geholpen.

Betrokken energiecoöperaties bij MijnEnergievoordeel:

- Stadscoöperatie Eendracht uit de gemeente Appingedam.
- Dorpencoöperatie Reitdiepdal Sauwerd-Wetsinge-Adorp uit de gemeente Winsum.
- DASEN (Den Andel-Saaxumhuizen energieneutraal) uit de gemeente Winsum.
- Stark en Fier (Uithuizen) uit de gemeente Eemsmond.
- Coöperatie Energie Initiatief Kantens e.o. (EIK) uit de gemeente Eemsmond.

Evaluatie > De wijze waarop we hebben samengewerkt met GrEK en de lokale energiecoöperaties is een charmante vorm die tevens de betrokkenheid en sociale cohesie in de buurt bevordert. Het gebruik van 'lekencoaches' is tegelijkertijd een kwetsbare vorm voor zowel de energiecoaches als het project. Dit hebben we deels kunnen ondervangen door het Energieloket Groningen als achtervang te organiseren. Met Energieloket Groningen zal nader worden besproken op welke wijze zij betrokken kunnen/willen zijn bij de doorontwikkeling van MijnEnergievoordeel.

Aanbeveling > Werk in de follow-up met een hybride aanpak, waarbij een of meerdere professionele energiecoaches (experts) actief zijn. Deze expert kunnen worden aangevuld met een team van lekencoaches die actief zijn voor de lokale coöperaties. Gelet op de doelgroep kunnen ervaringsdeskundigen worden ingezet die een opleiding wordt aangeboden.

Deelnemende huishoudens

In de pilot hebben 57 huishoudens deelgenomen. De wervingscampagne heeft weliswaar een groot (regionaal) bereik gehad, maar er niet voor gezorgd dat de doelgroep huishoudens met een smalle beurs heeft deelgenomen. Naar schatting heeft zo'n 70 procent van de deelnemers een modaal inkomen, zonder armoede- en schuldenproblematiek. Een deel daarvan was al goed en bewust bezig met energiebesparing in huis, de zogeheten 'Spartanen'. Dat wil echter niet zeggen dat er geen effectieve bespaartips konden worden gegeven en er niet bespaard kon worden. Wel zorgde dit ervoor dat een deel van de deelnemende huishoudens geen tweede bezoek heeft gehad.

Tijdens de pilot is goed gekeken naar een manier waarop we in een vervolg effectief de doelgroep kunnen bereiken en motiveren. Daarom is een doelgroepensegmentatie gemaakt van groepen die voor MijnEnergievoordeel in aanmerking komt:

- Huishoudens met forse schulden in (relatieve) armoede
- Huishoudens met beginnende schulden en een verhoogd risico op (relatieve) armoede
- Huishoudens met een verhoogd risico op schulden en (relatieve) armoede

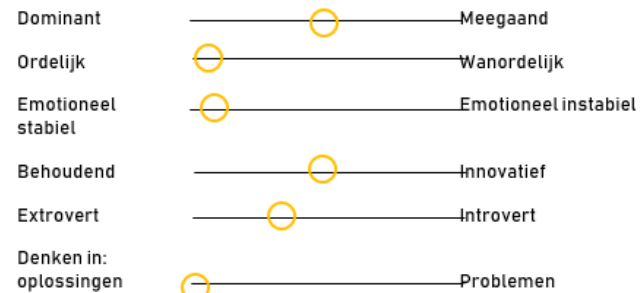
Gelet op de stijgende kosten van energie en de energietransitie, is vooral de laatste groep een interessante groep voor MijnEnergievoordeel. Dit raakt aan de ambitie om een groeiende duurzaamheidskloof tegen te gaan. Maar ook de eerste twee groepen hebben uiteraard veel baat bij energiebesparing.

In de afbeelding hiernaast is een *persona* ontwikkeld van de in de pilot deelnemende 57 huishoudens. >>

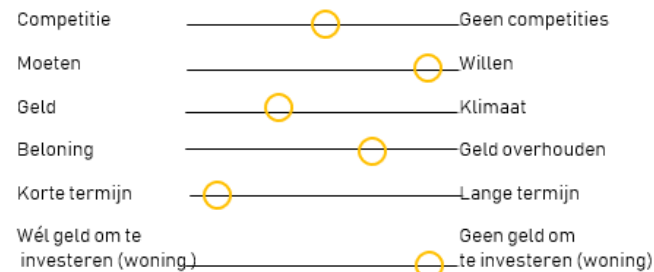


NAAM: Patrick G.
Leeftijd: 52
Beroep: Winkel manager
Gezinssituatie: Samenwonend met kinderen
Woonplaats: Groningen (noord)
Leefstijl: Naast een 32-urige werkweek is Patrick iedere zaterdag te vinden in een moestuin. Zijn dochters zijn het huis uit om te studeren. Hij heeft het er maar druk mee.
Hobby's interesses: Moestuiniëren

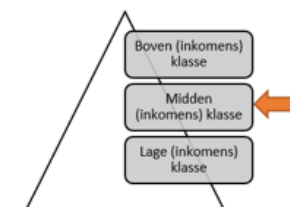
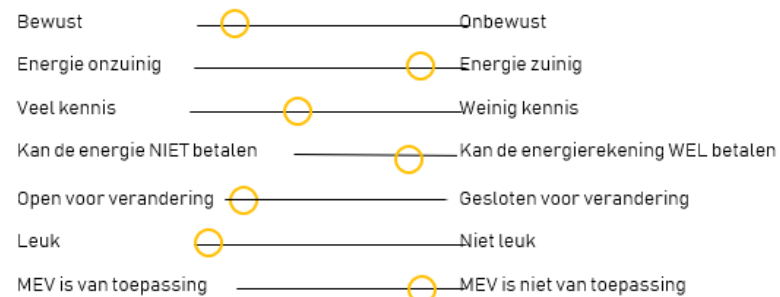
Persoonlijkheid



Motivatie



Energieconsumptie/Energiebesparen



Onderzoek Human Technology Hanzehogeschool Groningen

Aan de pilot MijnEnergievoordeel is een afstudeeronderzoek gekoppeld vanuit de opleiding Human Technologie van de Hanzehogeschool Groningen. Dit onderzoek richtte zich primair op de vraag hoe MijnEnergievoordeel doelgericht energiebesparend gedrag kan stimuleren bij de eindgebruiker. Voor het onderzoek zijn literatuuronderzoek, enquêtes, interviews en focusgroepen ingezet om zo objectief mogelijk antwoord te geven op de onderzoeksvraag.

Er is gekeken naar de volgende elementen: kenmerken van de doelgroep, het bereiken van de doelgroep, de boodschap van MijnEnergievoordeel en de mate van motivatie om gedrag te veranderen. Ook is gekeken naar de inrichting van referentie-ondernemingen en -initiatieven in het land.

Conclusie onderzoek samengevat

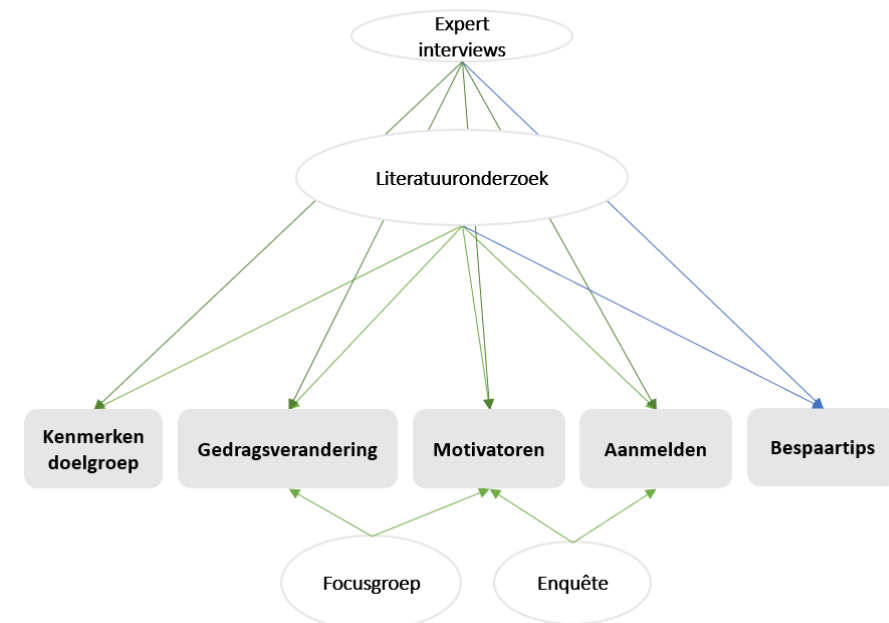
“MijnEnergievoordeel heeft als onderneming de potentie om een succes te worden. Het hebben van deskundige energiecoaches en een netwerk van sociale partners biedt in eerste instantie een goede basis. Het is belangrijk dat partners gaan fungeren als signaleringsnetwerk. Daarbij spelen zij een nadrukkelijke rol in het motiveren van huishoudens (doelgroep met smalle beurs) voor deelname aan MijnEnergievoordeel.

Motiverende gespreksvoering en verandertaal helpen deelnemers te geloven in zichzelf. Dit werkt *empowerend* en motiverend. Om de intrinsieke motivatie te stimuleren dient de gewenste situatie gevisualiseerd te worden; wat is het uiteindelijk doel.

Om de gedragsveranderingen te belonen kan gebruik gemaakt worden van rapportages, eenmalige bespaarproducten in huis en het compenseren of vergoeden van de maandelijkse energielasten.”

Methodologie en verantwoording

Het onderzoek bestond uit drie diepgaande (kwalitatieve) enquêtes, vier interviews met referentieondernemingen, twee interviews met experts op het gebied van gedragsverandering en energie-interventies, literatuuronderzoek en focusgroep-sessies. De resultaten die zijn verkregen uit deze methoden hebben naar tevredenheid antwoord kunnen geven op de geformuleerde deel- en hoofvragen. De gebruikte methoden zijn multidimensionaal ingezet en hebben input geleverd per onderzochte component. De onderzochte componenten zijn vanuit verschillende perspectieven benaderd (zie figuur hieronder).



Waar staan we

De pilot MijnEnergievoordeel heeft op vele fronten veel opgeleverd. We hebben in de afgelopen maanden veel geleerd en bereikt, ook wat allemaal niet of onvoldoende werkt. Met op het netvlies de energietransitie en de opgaven uit het Klimaatakkoord, dreigt de kloof tussen de mensen die wel en niet mee kunnen in deze transitie steeds groter te worden. Dat is een groeiend maatschappelijk probleem en vraagt om een integrale aanpak. De opgedane ervaring en de aanbevelingen vanuit diverse onderzoeken grijpen we daarom aan om MijnEnergievoordeel door te ontwikkelen tot een integrale aanpak voor sociaal energiebeleid. We zijn ons terdege bewust dat dit thema de komende jaren alle domeinen zal gaan raken. Daarom werken we graag samen met betrokken partijen uit het publieke, sociale en private domein én met bewoners.

Wat we hebben te bieden:

- MijnEnergievoordeel biedt een effectieve en professionele aanpak voor sociaal energiebeleid.
- We zijn expert op het gebied van energiebesparing voor sociale doeleinden; (energie)armoede- en schuldenproblematiek.
- We zijn partner voor gemeenten, woningcorporaties en andere betrokken (sociale) partijen.
- We helpen hen in de gezamenlijke opgave om (energie)armoede en schulden te bestrijden, woonlasten te verlagen en CO2-uitstoot te verminderen.
- We bieden een integrale aanpak die bestaande sociale partijen en activiteiten versterkt.

Hoe nu verder

Het besparen van energie is geen doel op zich. Integendeel. We gebruiken energiebesparing als middel tegen energiearmoede en armoede gerelateerde problematiek. Zodat het welzijn van mensen en hun omgeving groter wordt. Juist daar ligt een grote kans en is tevens een complexe uitdaging. Niet alleen voor MijnEnergievoordeel, maar voor ons allemaal.

We zijn hoopvol in het doorontwikkelen van MijnEnergievoordeel als integrale aanpak. Een **integrale aanpak voor sociaal energiebeleid** om huishoudens met een smalle beurs te helpen met het besparen op hun energieverbruik in huis. Dat doen wij door inzicht en bewustwording van huishoudens te vergroten en te sturen op energiebesparend gedrag. Aangevuld met een pakket aan besparingsmiddelen, zoals ledlampen, radiatorfolie, tochtstrips en een waterbesparende douchekop.

De aanpak van MijnEnergievoordeel helpt gemeenten, woningcorporaties en betrokken (sociale) partijen in het bestrijden van energiearmoede en schuldenproblematiek. We helpen bovendien mee om de woonlasten voor huishoudens te verlagen. Daardoor gaan we een groeiende duurzaamheidskloof tegen en weten we met elkaar CO2-uitstoot aanzienlijk te verminderen.

Zó zorgt de aanpak van MijnEnergievoordeel voor een **sociale en eerlijke** energietransitie!

Partners van MijnEnergievoordeel en mede mogelijk gemaakt door:

