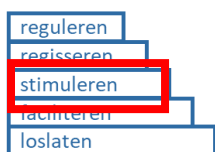


Voorbeeld participatie Aa en Hunze



De trede die van toepassing is in dit voorbeeld is omcirkeld.



Wat, waar en wanneer -----

Wat: Project energiebesparing bij lage inkomens

Waar: gemeentebreed

Wanneer: 2020-2022



Aanleiding -----

Aanleiding is de wens om huishoudens met een laag inkomen te betrekken bij de energietransitie.



Betrokken inwoners, organisaties, enz. -----

1. Attenta
2. Impuls
3. Volmacht
4. Woonborg
5. Drents Energieloket
6. Provincie
7. Buurgemeenten
8. Werkplein
9. Platform Global Goals
10. Kredietbank
11. Ondernemers
12. Humanitas
13. Voedselbank
14. Kennisinstellingen (hard (app/monitoring) en zacht (gedrag))



Betrokken medewerkers -----

Beleidsadviseur duurzaamheid/projectleider

Beleidsadviseur sociaal domein

Coördinator energiecoaches

Communicatieadviseur



Korte beschrijving van de aanpak -----

Een groot deel van de doelgroep is bekend bij onze ketenpartners. Denk hierbij aan Attenta, Werkplein Drentse Aa, Gemeentelijke Kredietbank en Impuls. Een ander deel van de doelgroep is nog onbekend. Om beide groepen te kunnen bereiken wordt een “energiemarketing actie” opgezet.

Middels gerichte media-uitingen worden inwoners opgeroepen gebruik te maken van de mogelijkheden. Aandachtspunten hierbij zijn op het juiste moment de juiste boodschap zenden en informatie die stuurt op gedragsverandering. Hierbij zal niet alleen aandacht zijn voor het project, maar ook op bewust energiegebruik in het algemeen. Naast de geijkte kanalen als De Schakel en de gemeentelijke website worden ook social media ingezet, waarbij we verbinding zoeken met onze ketenpartners. In contact met de inwoners kunnen onze ketenpartners wijzen op de mogelijkheden en warm doorverwijzen. Uit soortgelijke projecten binnen andere gemeenten is gebleken dat mond-tot-mond reclame veel aanwas genereert.

Goede communicatie is erg belangrijk om dit project tot een succes te maken. De prikkel om mee te doen moet laagdrempelig zijn. Dat betekent dat de onafhankelijkheid, de zichtbaarheid en de toegankelijkheid goed georganiseerd moeten worden. In het projectplan is daarom ook een bedrag gereserveerd voor de ontwikkeling van een communicatieplan. Bij de opzet wordt ook rekening gehouden met mensen die minder taalvaardig zijn en met anderstaligen.

De coaches zijn opgeleid door het Drents Energieloket. De financiering vindt deels plaats vanuit gelden van de Regiodeal, Regeling Reductie Energiebesparing (RRE) en Regeling Reductie Energiebesparing Wonen (RREW).



Resultaat

Er zijn inmiddels 13 energie coaches opgeleid, die hebben in totaal circa 125 huisbezoeken afgelegd.



Wat we hebben geleerd

Het is lastig om gericht de doelgroep te bereiken. De coaches adviseren iedereen die daarom vraagt maar via de sociale partners wordt wel gericht ‘gezocht’ naar mensen met een minder hoog besteedbaar inkomen. De effecten van het werk van de coaches worden gemonitord door de Hanze Hogeschool.