

***EEN WAARDENGERICHTE AANPAK
OM BURGERS TE BETREKKEN***

**ANNEMARIE MINK
JOKE KORT**



› WAAR GAAT DEZE WORKSHOP OVER?

- › *TNO zet in verschillende projecten een waardengerichte aanpak (Value-based User eXperience Framework, VUX, Kort et.al. 2017) in om burgers en consumenten te betrekken bij de energie-transitie en te motiveren om collectief acties in gang te zetten.*
- › Presentatie: hoe doen wij de waardengerichte aanpak? (10 min)
 - Proces
 - Waarden
- › Workshop (35 min)
 - Proces vragen/uitdagingen
 - Waarden vragen/uitdagingen

› **HET PROCES IS BELANGRIJK!**

› PROCES

[Samen Lokaal in
Beweging. Werkboek -
Energy.nl](#)

Eerland, D. Koning, N. de Kort, J.
Paradies, G.L. Weerdt, C. van
der (2020). Samen Lokaal in
Beweging. Werkboek

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

PROCES



De kracht van het collectief - Energy.nl

Koning, N. de, Kort, J., Kooger, R., Klösters, M. (2021). De kracht van het collectief.

PROCES

The Business Model Canvas

Designed for: _____ Designed by: _____ Date: _____ Version: _____

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

© Strategyzer AG. The only licensed center for Business Model Canvas (BMC) is Strategyzer. All other BMCs are unauthorized and may be illegal. Strategyzer is a registered trademark of Strategyzer AG. The BMC is a trademark of Strategyzer AG.

Strategyzer
strategyzer.com

Learning Card **Strategyzer**

Insight Name: _____ Date of Learning: _____

Person Responsible: _____

STEP 1: HYPOTHESIS
We believed that _____

STEP 2: OBSERVATION
We observed _____

STEP 3: LEARNING
From that _____

STEP 4: DECISION
Therefore _____

Copyright © Strategyzer AG

Test Card **Strategyzer**

Test Name: _____ Deadline: _____

Assigned to: _____ Duration: _____

STEP 1: HYPOTHESIS
We believe that _____

STEP 2: TEST
To verify that, we will _____

STEP 3: METRIC
And measure _____

STEP 4: CRITERIA
We are right if _____

Copyright © Strategyzer AG

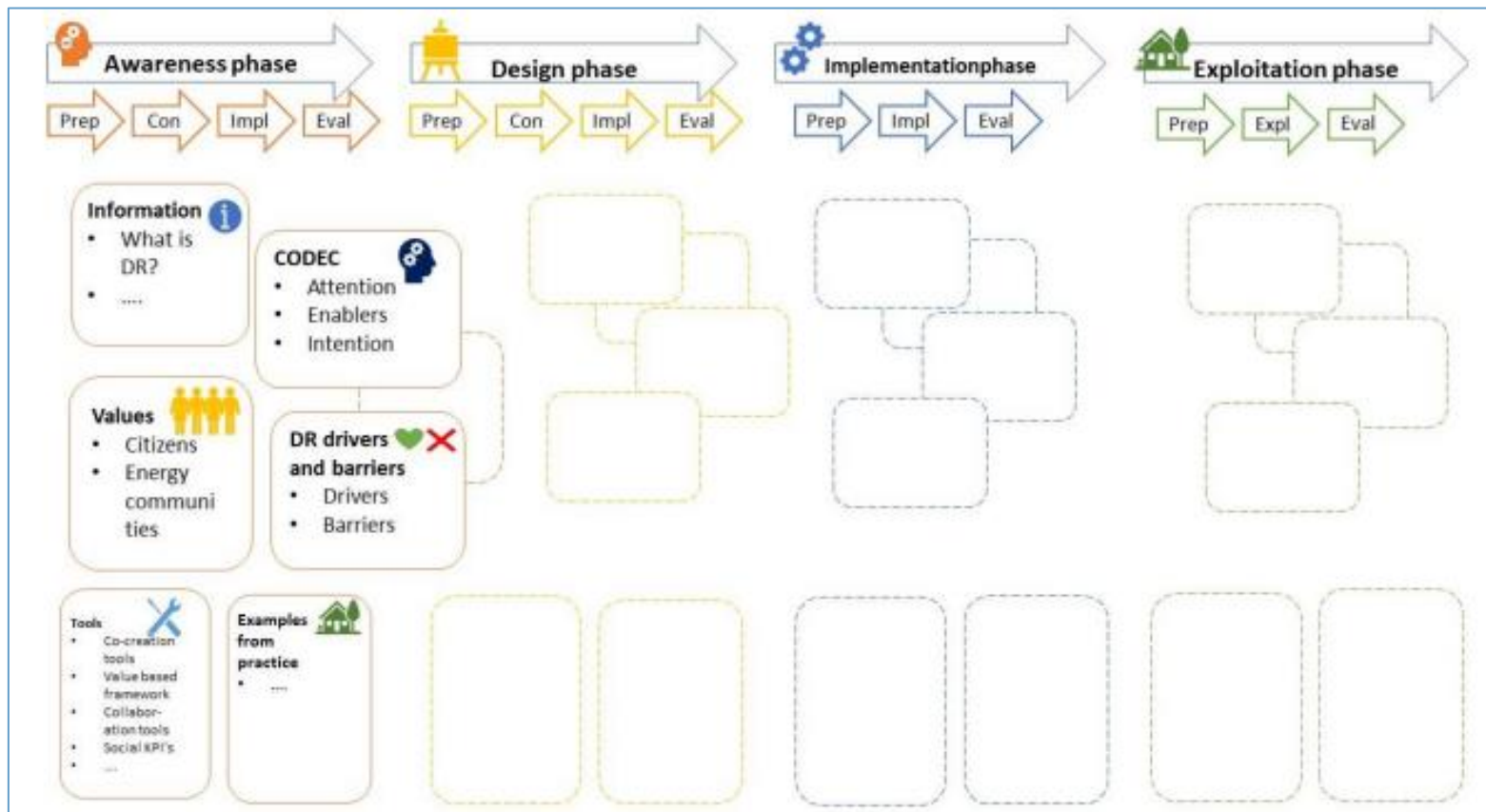
Value based proposition design

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. John Wiley & Sons.



› PROCES - CITIZEN AND CONSUMER ENGAGEMENT FRAMEWORK

- › Vier fasen, en per fase methoden en tools om producten en diensten te ontwikkelen samen met consumenten. Binnen Bright ontwikkeld voor de ontwikkeling van slimme energiediensten.
- › Nieuwe en bestaande methoden worden toegepast en geëvalueerd



Citizen and consumer engagement framework (concept)

Deliverable D3.1 Overview of barriers and drivers for consumer engagement in demand response. Available through the BRIGHT project website:

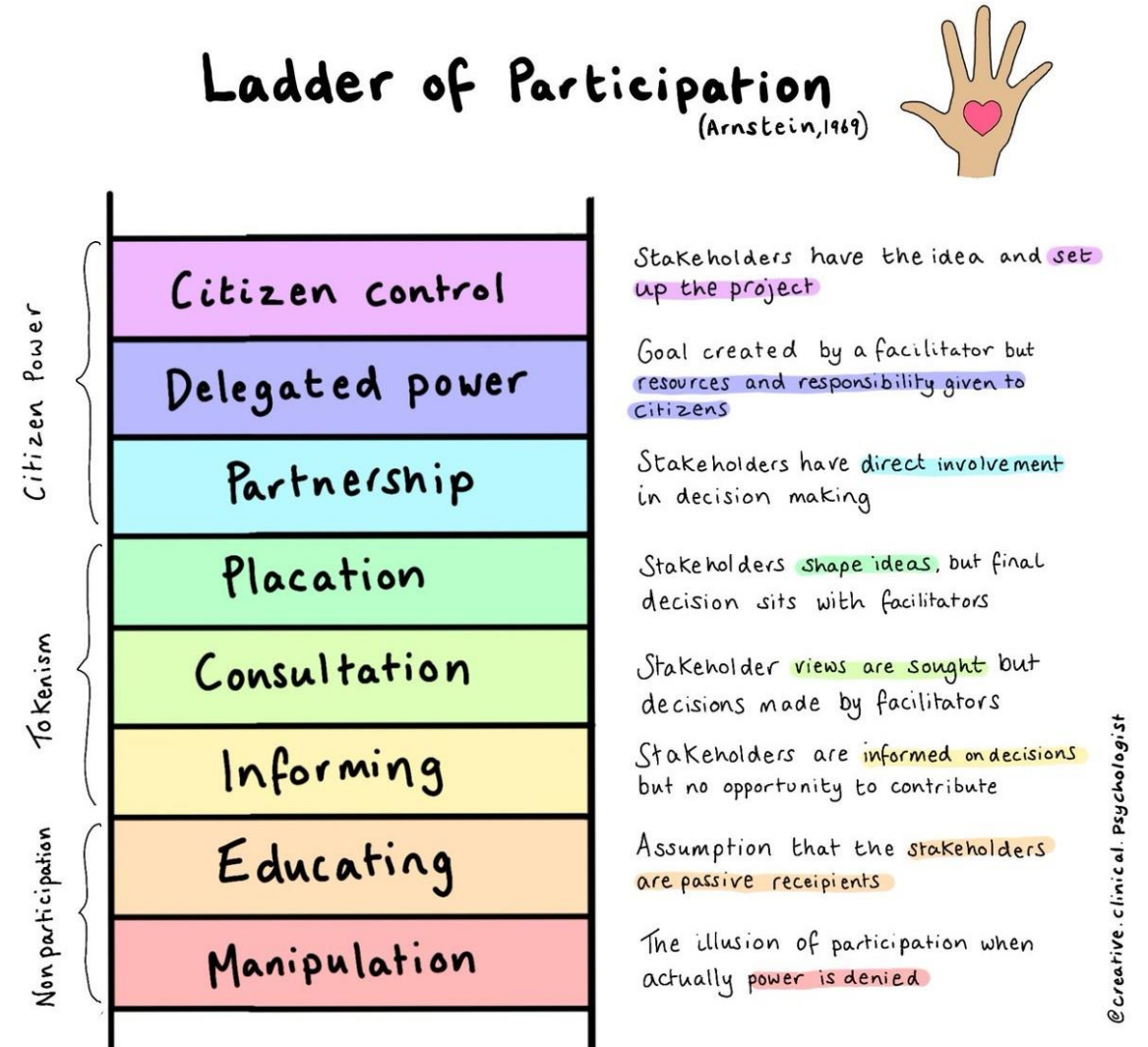
[Bright Project](#)

› **WAARDEN ZIJN BELANGRIJK!**

› PARTICIPATIE

› Burgerparticipatie

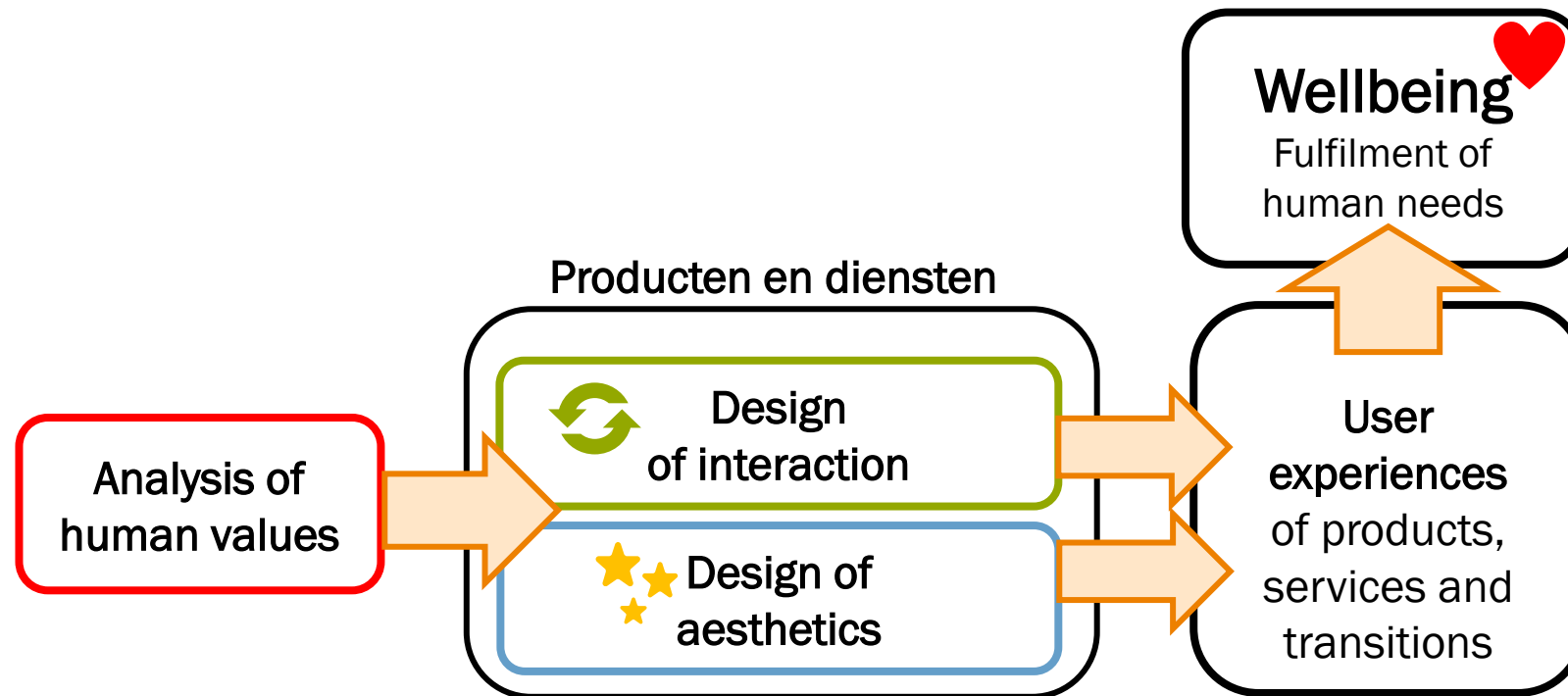
› Participatie van consumenten



Drawn by Juliet Young

› WAARDEN - VALUE BASED USER EXPERIENCE FRAMEWORK (VUX)

Ontwerpen vanuit psychologische kernwaarden: drijfveren / motivatie

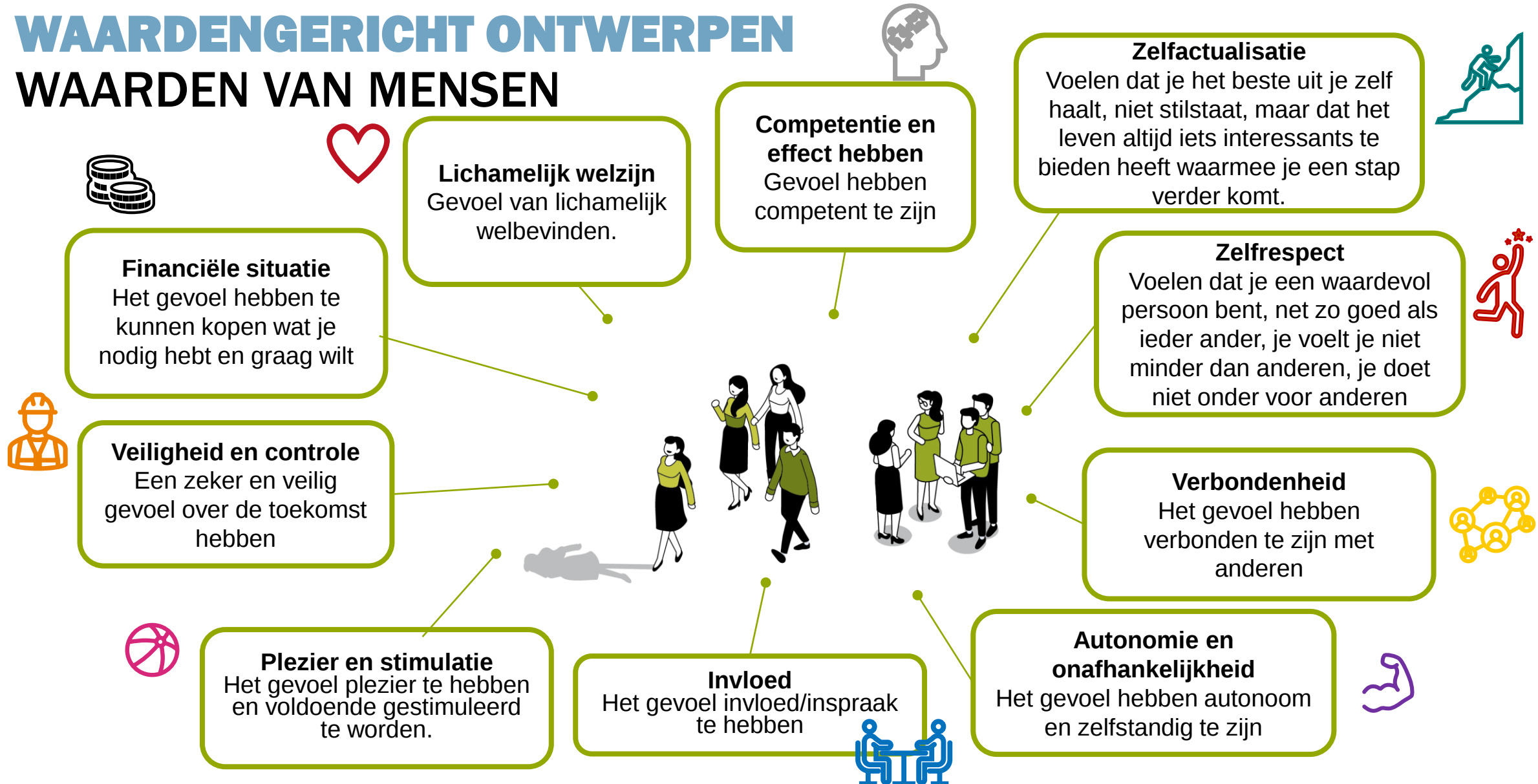


Gullström C, Kort J. Enabling sharing and resource efficiency among neighbours by comparing trust and social cohesion in Sweden and the Netherlands. In: *IWSE 2019.* ; 2019.

Kort J, Koning N de, Gullström C. Creating successful transitions in energy - By respecting stakeholder values and securing trust and cohesion. In: *Energy-Open 2017.* University of Twente; 2017

WAARDENGERICHT ONTWERPEN

WAARDEN VAN MENSEN



Sheldon KM, Elliot AJ, Kim Y, Kasser T. (2001). What Is Satisfying About Satisfying Events? Testing 10 Candidate Psychological Needs. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2001;80(2):15. doi:10.1037//0022-3514.80.2.325

WAARDENGERICHT ONTWERPEN

ENERGY COMMUNITIES SPELEN IN OP WAARDEN



› WORKSHOP

› **UITDAGINGEN**

BRAINSTORM (5 MIN)

- › Welke uitdagingen kom jij tegen in het proces?
- › Welke uitdagingen kom jij tegen in het ontwerpen van producten en diensten voor / met / binnen collectieven?

› **AAN DE SLAG**

WAARDEN-GEBASEERD ONTWERPEN



Je wordt verdeeld in groepjes (4 groepjes)

Ga met elkaar in gesprek en vul het werkblad in:

1. Kies een uitdaging (2 min).
2. Brainstorm in jouw groepje welke waarden een rol kunnen spelen in de uitdaging en hoe? (10 min).
3. Wat zou je aan de leden van het collectief willen vragen of verifiëren? (5 min).
4. Terugkoppeling aan elkaar (2 min/groep).

1. Uitdaging:

2. Waarden:

- ☐ Lichamelijk welzijn 
- ☐ Competentie en effect hebben 
- ☐ Verbondenheid 
- ☐ Autonomie en onafhankelijkheid 
- ☐ Invloed 
- ☐ Plezier en stimulatie 
- ☐ Veiligheid en controle 
- ☐ Financiële situatie 
- ☐ Zelfactualisatie 
- ☐ Zelfrespect 

3. Wat zou je de leden van het collectief willen vragen /bij ze willen verifiëren?

Hoe kunnen deze waarden een rol spelen?

› **TERUGKOPPELING AAN ELKAAR**
2 MIN. PER GROEP

› AFSLUITING

- › Welke twee inzichten neem je mee uit deze workshop?
- › Wat ga je hier maandag mee doen?



WIL JE OP DE HOOGTE BLIJVEN VAN PROJECTEN?
KIJK DAN OP:

[Energy.nl](#)

[Samen Lokaal in Beweging. Werkboek - Energy.nl](#)

[De kracht van het collectief - Energy.nl](#)

[Bright Project](#)

OF SCHRIJF JE IN VOOR DE NIEUWSBRIEF:

[Nieuwsbrief inschrijving - Energy.nl](#)

OF NEEM CONTACT OP MET:

ANNEMARIE.MINK@TNO.NL

JOKE.KORT@TNO.NL